# Inhalt


| | | |
|---|---|---|
| | Vorwort | 11 |
| **1** | **Forschungsproblem und Forschungsansatz** | 15 |
| 1.1 | Öffentlichkeitsarbeit: Ein Berufsfeld im Wandel | 15 |
| 1.2 | PR-Berufsfeldforschung: Entwicklung und Ausrichtung | 21 |
| 1.3 | Forschungsgegenstand: Repräsentativität und Identifikation | 23 |
| 1.4 | Berufsfeld: Heterogenität und Gemeinsamkeiten | 26 |
| 1.5 | Deutsche Berufsfeldstudie: Fokus Wirtschaftskommunikation | 29 |
| 1.6 | Untersuchungsanlage | 31 |
| 1.7 | Aufbau der Studie | 34 |
| **2** | **Theoretische Grundlegung** | 37 |
| 2.1 | Zum Stand der PR-Forschung | 37 |
| 2.2 | Theoriediskurs: Gesellschaftliches oder organisationales Teilsystem? | 39 |
| 2.3 | Theoretischer Zugang: Organisationsfunktionaler Ansatz | 45 |
| 2.4 | Ableitungen für die Untersuchung | 56 |

| | | |
|---|---|---|
| 3 | **Forschungsansätze** | 65 |
| 3.1 | PR als Beruf und Organisationsfunktion: Zentrale Studien | 66 |
| 3.2 | PR-Arbeit im organisationalen Ansatz | 74 |
| 4 | **Methodik** | 77 |
| 4.1 | Feldzugang | 78 |
| 4.2 | Aufbau des Fragebogens | 82 |
| 4.3 | Grundgesamtheit und Rücklauf | 86 |
| 5 | **PR-Arbeit von Unternehmen** | 91 |
| 5.1 | Differenzierungsmerkmale | 91 |
| 5.2 | Strukturelle Rahmenbedingungen | 97 |
| 5.2.1 | Organisatorische Verankerung | 98 |
| 5.2.2 | Ressourcen | 102 |
| 5.3 | PR-Arbeit in der Praxis | 110 |
| 5.3.1 | Bezugsgruppen/Zielgruppen | 111 |
| 5.3.2 | Handlungsfelder | 115 |
| 5.3.3 | PR-Aktivitäten | 122 |
| 5.3.4 | Erfolgskriterien und Erfolgsmessung | 127 |
| 5.4 | Kompetenz und Handlungsautonomie | 132 |
| 5.5 | Fazit: PR-Arbeit funktional verankert | 142 |
| 6 | **PR-Arbeit von Wirtschaftsverbänden** | 145 |
| 6.1 | Verbände und Kommunikation | 145 |

6.2 Strukturelle Rahmenbedingungen ..... 149

6.3 Strukturen der PR-Arbeit in Wirtschaftsverbänden ..... 152
6.3.1 Organisatorische Verankerung ..... 153
6.3.2 Ressourcen ..... 155

6.4 PR-Arbeit in der Praxis ..... 160
6.4.1 Bezugsgruppen/Zielgruppen ..... 161
6.4.2 Handlungsfelder ..... 162
6.4.3 PR-Aktivitäten ..... 166
6.4.4 Erfolgskriterien und Erfolgsmessung ..... 174

6.5 Kompetenz und Handlungsautonomie ..... 180

6.6 Verbände als Kommunikationsorganisationen ..... 190

**7 PR-Arbeit als externe Dienstleistung: PR-Agenturen** ..... 197

7.1 Merkmale externer PR-Dienstleistung ..... 197

7.2 Branche und Branchendifferenzierung ..... 200

7.3 Strukturmerkmale externer PR-Dienstleister ..... 209

7.4 Externe PR-Dienstleistung in der Praxis ..... 217
7.4.1 Handlungsfelder: Angebot und Nachfrage ..... 219
7.4.2 PR-Aktivitäten ..... 224

7.5 Zusammenarbeit mit Kunden ..... 228
7.5.1 Beziehungsmerkmale ..... 228
7.5.2 Agenturleistungen ..... 235

7.6 Fazit: Dominanz der Medienarbeit ..... 243

**8 Akteure der PR-Arbeit** ..... 247

8.1 Professionalisierung der PR-Arbeit? ..... 247

8.2 Personale Differenzierungsmerkmale ..... 252

8.3 Profession(nalität)sprofil: Wissen und Praxis..... 257
8.3.1 Ausbildung und Fachqualifikation ..... 257
8.3.2 Berufserfahrung ..... 260
8.3.3 Berufswege..... 263
8.3.4 Karrierewege ..... 267

8.4 Geschlechterspezifische Berufsfeldforschung ..... 269
8.4.1 Geschlechterverteilung ..... 271
8.4.2 Aufstieg: Stellen Frauen Frauen ein? ..... 274
8.4.3 Einkommen ..... 276
8.4.4 PR-Arbeit – ein typischer Frauenberuf? ..... 280

8.5 Beruf und Berufsrolle ..... 282

8.6 Fazit: Auf dem Weg zur Profession? ..... 293

**9 PR-Arbeit in Deutschland: Eine Zwischenbilanz** ..... 299

9.1 Public Relations/Öffentliche Beziehungen ..... 301

9.2 Public-Relations-Management ..... 304

9.3 Handlungsfelder/PR-Aktivitäten ..... 308

9.4 PR-Arbeit als externe Dienstleistung ..... 314

9.5 PR-Experten und Professionalisierung ..... 318

9.6 Status Quo: PR-Arbeit ist »Öffentlichkeitsarbeit« ..... 323

**10 Einordnung und Perspektiven** ..... 327

10.1 Vergleich zu Nachfolgestudien ..... 328

10.2 Wirtschaftskrise als Indikator für Veränderung? ..... 335

10.3 Fazit..... 339

Abbildungsverzeichnis..... 343

Literatur ..... 349