

Inhalt

1	Einleitung	9
1.1	Verortung des Fachbereichs	11
1.2	Organisationskommunikation – Forschungsfeld, Disziplin, Idee?	15
2.	Organisation und Kommunikation	20
2.1	Analytisches Instrumentarium	23
2.1.1	Analyseebenen	23
2.1.2	Kommunikation und Organisation	39
2.2	Organisationskommunikation und PR	50
2.2.1	Wurzeln	51
2.2.1.1	USA	52
2.2.1.2	Europa	57
2.2.2	Aktuelles Verständnis von Organisations- kommunikation	73
2.2.2.1	PR – kommunikationspraktische Perspektive	73
2.2.2.2	Unternehmenskommunikation – wirtschaftswissenschaftliche Perspektive	77
2.2.2.3	Kommunikationsmanagement - eine prozessorientierte Perspektive ...	89
2.3	Das Fach – Der Forschungsbereich Organisations- kommunikation	92
2.3.1	Das Phänomen der Einzelansätze	93
2.3.2	Organisationskommunikation und PR?	102
2.3.3	Ausblick	104

3	Kommunikation in Organisationen	107
3.1	Kommunikation in Organisationen – ein ,klassisches' Verständnis	108
3.2	Internes Kommunikationsmanagement	114
3.2.1	Human-Relations und die Rolle informeller Kommunikation	115
3.2.2	Kommunikation als Entscheidung	118
3.3	Kommunikation als Konstituendum von Organisationen.	121
3.4	Organisationskultur	125
4	Kommunikationen aus Organisationen	130
4.1	Stakeholder-Kommunikation als integrierende Organisationskommunikation	131
4.1.1	PR als ,Austauschnetzwerk'	131
4.1.2	Stakeholder-Management.	133
4.2	Strategische Kommunikation	139
4.2.1	Kommunikation strategisch gestalten.	139
4.2.2	,Strategische' Kommunikation?	143
4.2.3	Anwendungsfelder.	148
5	Kommunikation um Organisationen	153
5.1	Organisation und Öffentlichkeit	154
5.2	Öffentliche Meinung, Reputation und Verantwortung.	164
5.2.1	Image, Marke, Reputation	165
5.2.2	Reputations- als Verantwortungs- management	169
5.3	Kommunikation <i>über</i> Organisation	172
6	Forschungsideen und kritischer Ausblick	174
6.1	Forschungsideen	174
6.2	Kommunikation <i>über</i> Organisationen? Ein kritischer Ausblick	183
7	Literatur	187
8	Service	217
8.1	Überprüfe Dein Wissen	217
8.2	Ausbildung	222