

Inhalt

<i>Ulrike Röttger</i> Campaigns (f)or a better world?.....	9
---	---

Medien, Öffentlichkeit und Kampagnen

<i>Ulrich Saxer</i> PR-Kampagnen, Medienöffentlichkeit und politische Entscheidungsprozess. Eine Fallstudie zur schweizerischen Abstimmung über den EWR	27
---	----

<i>Elisabeth Klaus</i> Öffentlichkeit als Selbstverständigungsprozess. Das Beispiel Brent Spar	47
--	----

<i>Gerhard Vowe</i> Feldzüge um die Öffentliche Meinung. Politische Kommunikation in Kampagnen am Beispiel von Brent Spar und Mururoa.....	69
---	----

<i>Volker Gehrau</i> Die Dynamik von öffentlicher Meinung und öffentlichem Verhalten am Beispiel von Brent Spar	87
---	----

<i>Svenja Koch</i> Umweltkampagnen mit Herz und Verstand. Strategien der Greenpeace-Kommunikation	109
---	-----

Politik als Kampagne

<i>Claus Leggewie</i> Kampagnenpolitik. Eine nicht ganz neue Form politischer Mobilisierung.....	119
--	-----

<i>Patrick Donges</i> Politische Kampagnen.....	135
--	-----

<i>Hans-Jürgen Arlt/Otfried Jarren</i> Abwehrkünstler am Werk. Über die Kampagnenfähigkeit des Deutschen Gewerkschaftsbundes.....	149
---	-----

<i>Christian Nuernbergk</i> Die PR-Kampagne der Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft und ihr Erfolg in den Medien. Erste Ergebnisse einer Evaluationsstudie	167
---	-----

<i>Marion G. Müller</i> Politisches Parfüm. Die visuelle Vermarktung des Immateriellen.....	185
---	-----

Soziales als Kampagne

<i>Sarah Zielmann</i> Chancen und Hindernisse internationaler Gesundheitskampagnen. Die Anti-Rauchen-Kampagne „Help – für ein rauchfreies Leben“ der EU	197
--	-----

<i>Martina Leonarz</i> Vorne ansetzen, um hinten zu sparen. Konzeption und Evaluation einer Informationskampagne im Sucht- und Gesundheitsbereich.....	213
---	-----

Moralisierung der Kampagnenkommunikation

<i>Ulrich Sarcinelli/Jochen Hoffmann</i> Öffentlichkeitsarbeit zwischen Ideal und Ideologie. Wie viel Moral verträgt PR und wie viel PR verträgt Moral?	233
---	-----

<i>Sigrid Baringhorst</i> Sweet Charity. Zum moralischen Ethos zeitgenössischer Sozialkampagnen.	247
---	-----

<i>Inga Schlichting/Ulrike Röttger</i> Zu gut für diese Welt? Zur Glaubwürdigkeit unternehmerischer Sozialkampagnen	265
---	-----

<i>Sarah Zielmann/Ulrike Röttger</i> Moralisierung von Unternehmenskommunikation. Ausgewählte Toscani-Kampagnen in Deutschland und Italien und deren mediale Resonanz.....	283
---	-----

<i>Christian M. Peter</i> Gesellschaftliche Verantwortung auf Rezept. Chemie und Pharma kümmern sich um Ihre Gesundheit.....	301
--	-----

Klaus-Peter Johanssen

„Wir kümmern uns um mehr als Autos.“

Die Geschichte einer Kampagne. 315

Fallstudien zur Kampagnenpraxis

A. Luchtefeld / J. Neidhart / S. Schröder / A. Schwital

Unternehmerische Sozialkampagnen – total sozial?

Eine Untersuchung am Beispiel der

Krombacher Regenwald-Kampagne 325

Kirsten Bothe / Julia Roeckner

Auf Verbrecherjagd.

Analyse der Kampagne „Raubkopierer sind Verbrecher“ 337

Hanna Lena Lepp / Hanna Tank

Goethe Institut – Learn German (and brand your nation).

Zwei Imagekampagnen für die deutsche Sprache 349

Nadine Fislage / Sandya Stiebling

„Man muss das Chaos lieben.“

Untersuchung der GATS-Kampagne von Attac 361

Sebastian Bonse / Christine Drath / Sonja Ramm / Julia Völker

Mit Schnipsen gegen die Armut? 375

Zu den Autorinnen und Autoren dieses Bandes 385