

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	11
1. Einleitung	14
2. Öffentlichkeitsarbeit und ihre theoretische Fundierung	18
2.1 Definitionen	19
2.1.1 Der Begriff „Öffentlichkeit“	19
2.1.2 Der Begriff „Öffentlichkeitsarbeit“	20
2.2 Theorien zur Entwicklung von Öffentlichkeitsarbeit	22
2.2.1 Das Public-Relations-Modell von Grunig und Hunt (1984)	23
2.2.2 Phasen der Systembildung von Public Relations laut Saxer (1992)	25
2.2.3 Das funktional-integrative Schichtenmodell von Bentele (1997)	27
2.2.4 Fazit	29
3. Die Anfänge einer christlichen öffentlichen Kommunikation und ihre Entwicklung bis ins 19. Jahrhundert	31
3.1 Der Öffentlichkeitsauftrag und seine Umsetzung im Altertum	31
3.2 Christliche Kommunikationsformen im Mittelalter und in der frühen Neuzeit	32
3.3 Die Entwicklung der evangelischen Publizistik im 17. und 18. Jahrhundert	35
3.4 Die Veränderungen im 19. Jahrhundert	38
3.5 Der Beginn einer organisierten protestantischen Pressearbeit	41

4.	Die Entwicklung der Öffentlichkeitsarbeit der Evangelischen Kirche im 20. Jahrhundert	46
4.1	Das theologische Verständnis von Evangelischer Kirche und Öffentlichkeit	46
4.2	Kirchliche Medienarbeit von der Jahrhundertwende bis zum Ende des Ersten Weltkrieges	49
4.2.1	Gründung und Aufbau des „Evangelischen Preßverbandes für Deutschland“ (EPD)	50
4.2.2	Die evangelische Kirchenpresse zu Beginn des 20. Jahrhunderts	53
4.2.3	Die kirchliche Haltung zu den neuen Medien Film und Hörfunk	56
4.2.4	Zusammenfassung der Entwicklungsergebnisse für diesen Zeitabschnitt	59
4.3	Evangelische Kommunikation in der Weimarer Republik	61
4.3.1	Neugestaltung der evangelischen Pressearbeit durch August Hinderer	62
4.3.2	Die evangelische Kirchenpresse in der Weimarer Republik	69
4.3.3	Evangelische Filmarbeit in der Weimarer Republik	71
4.3.4	Das Medium Hörfunk in der kirchlichen Kommunikationsarbeit	76
4.3.5	Zusammenfassung der Entwicklungsergebnisse für diesen Zeitabschnitt	80
4.4	Evangelische Öffentlichkeitsarbeit im Nationalsozialismus	82
4.4.1	Die evangelische Pressearbeit in der Zeit des Nationalsozialismus	83
4.4.1.1	Die evangelische Pressearbeit unter der Leitung Hinderers	84
4.4.1.2	Die Pressearbeit der Deutschen Christen	87
4.4.1.3	Illegale evangelische Pressearbeit	90
4.4.2	Die Kirchenpresse im nationalsozialistischen Staat	92

4.4.3	Die evangelische Filmarbeit in den Jahren 1933–1945	94
4.4.4	Kirchliche Hörfunkarbeit in der Zeit des Nationalsozialismus	97
4.4.5	Zusammenfassung der Entwicklungsergebnisse für diesen Zeitabschnitt	100
4.5	Wiederaufnahme der evangelischen Öffentlichkeitsarbeit nach dem Zweiten Weltkrieg	102
4.5.1	Wiederaufbau des Evangelischen Presseverbandes für Deutschland und der evangelischen Landespresseverbände	104
4.5.2	Reorganisation der Nachrichtenagentur „Evangelischer Pressedienst“	106
4.5.3	Gründung des „Gemeinschaftswerkes der Evangelischen Presse“ (GW)	108
4.5.4	Die evangelische Presse nach 1945	110
4.5.5	Der Neubeginn einer evangelischen Filmarbeit	113
4.5.6	Die Anfänge einer evangelischen Fernseharbeit	116
4.5.7	Evangelische Hörfunkarbeit in der Nachkriegszeit	118
4.5.8	Zusammenfassung der Entwicklungsergebnisse für diesen Zeitabschnitt	121
4.6	Die weitere Entfaltung evangelischer Öffentlichkeitsarbeit bis zur Wiedervereinigung Deutschlands	123
4.6.1	Veränderungen im evangelischen Pressewesen	124
4.6.2	Tendenzen der evangelischen Hörfunk- und Fernseharbeit	127
4.6.3	Gründung des „Gemeinschaftswerkes der Evangelischen Publizistik“	130
4.6.4	Die Nachrichtenagentur epd im GEP	131
4.6.5	Der Publizistische Gesamtplan der EKD von 1979	133
4.6.6	Die Vereinbarkeit von Verkündigung und Öffentlichkeitsarbeit	136

4.6.7	Zusammenfassung der Entwicklungsergebnisse für diesen Zeitabschnitt	139
4.7	Die Entwicklung der evangelischen Öffentlichkeitsarbeit bis heute	141
4.7.1	Kontinuität und Wandel im evangelischen Pressewesen	142
4.7.2	Der weitere Ausbau der evangelischen Hörfunk- und Fernseharbeit	145
4.7.3	Die Evangelische Kirche im Internet	148
4.7.4	Reformen beim „Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik“	149
4.7.5	Der Publizistische Gesamtplan von 1997	151
4.7.6	Öffentlichkeitsarbeit auf den verschiedenen kirchlichen Ebenen	153
4.7.7	Kommunikationskampagnen der Evangelischen Kirche	155
4.7.8	Neue Ansätze für eine evangelische Öffentlichkeitsarbeit	158
4.7.9	Zusammenfassung der Entwicklungsergebnisse für diesen Zeitabschnitt.....	159
5.	Das Experteninterview	162
5.1	Auswertung mit der qualitativen Inhaltsanalyse	162
5.1.1	Kategorie „Gesellschaftspolitische Einwirkungen“	163
5.1.2	Kategorie „Kirchenpolitische Einwirkungen“	164
5.1.3	Kategorie „Medienentwicklung“	166
5.1.4	Kategorie „Personengebundene Entwicklung“	166
5.2	Ergebnis	167
6.	Zusammenfassung der Ergebnisse	168
7.	Resümee	173
8.	Abkürzungsverzeichnis	177

9.	Quellen- und Literaturverzeichnis	178
10.	Anhang	187
10.1	Abbildung 1: „Die Vier Modelle der Public Relations“ nach Grunig und Hunt	187
10.2	Abbildung 2: Schichtenmodell zur PR-Entwicklungsgeschichte nach Bentele	188
10.3	Interview mit Wolfgang Fietkau	189