

Inhalt

Vorwort

I Klassiker der Public Relations

	Einleitung	5
1	Edward Louis Bernays: Crystallizing Public Opinion	16
2	Carl Hundhausen: Public Relations – Theorie und Systematik	24
3	Albert Oeckl: PR-Praxis. Der Schlüssel zur Öffentlichkeitsarbeit	31

II Frühe Modelle und Theorien

	Einleitung	42
1	Franz Ronneberger: Legitimation durch Information	60
2	David M. Dozier und Glen M. Broom: The Centrality of Practitioner Roles to Public Relations Theory	76
3	James E. Grunig und Todd Hunt: Managing Public Relations	112
4	Barbara Baerns: Öffentlichkeitsarbeit oder Journalismus? Zum Einfluß im Mediensystem	122

5	Roland Burkart und Sabine Probst: Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit: eine kommunikationstheoretisch begründete Perspektive	145
6	Franz Ronneberger und Manfred Rühl: Theorie der Public Relations	175
7	Anna Maria Theis-Berglmair: Public Relations aus organisationssoziologischer Perspektive	216

III Aktuelle Ansätze

	Einleitung	232
1	James E. Grunig, Larissa A. Grunig, David M. Dozier: The Excellence Theory	243
2	Manfred Bruhn: Integrierte Unternehmens- und Markenkommunikation	289
3	Günter Bentele: Öffentliches Vertrauen – normative und soziale Grundlage für Public Relations	300
4	Änsgar Zerfaß: Steuerung und Wertschöpfung von Kommunikation	332
5	Günter Bentele: Intereffikationsmodell	353
6	Peter Szyszka: PR-Arbeit als Organisationsfunktion	372
	Quellennachweis	393