

Inhalt

Vorwort zur zweiten Auflage	9
Vorwort zur ersten Auflage	11

Grundlagen der Kampagnenkommunikation

Ulrike Röttger

Campaigns (f)or a better world?.....	15
--------------------------------------	----

Ulrich Sarcinelli/Jochen Hoffmann

Öffentlichkeitsarbeit zwischen Ideal und Ideologie: Wieviel Moral verträgt PR und wieviel PR verträgt Moral?.....	35
--	----

Medien, Öffentlichkeit und Kampagnen

Johanna Dorer

Die Bedeutung der PR-Kampagnen für den öffentlichen Diskurs Ein theoretischer Ansatz.....	53
--	----

Ulrich Saxer

PR-Kampagnen, Medienöffentlichkeit und politischer Entscheidungsprozess Eine Fallstudie zur schweizerischen Abstimmung über den EWR.....	71
--	----

Elisabeth Klaus

Die Brent-Spar-Kampagne oder: Wie funktioniert Öffentlichkeit?.....	97
---	----

Gerhard Vowe

Feldzüge um die öffentliche Meinung. Politische Kommunikation in Kampagnen am Beispiel von Brent Spar und Mururoa.....	121
--	-----

Politik als Kampagne

Claus Leggewie

Kampagnenpolitik

– eine nicht ganz neue Form politischer Mobilisierung..... 145

Patrick Donges

Politische Kampagnen..... 165

Hans-Jürgen Arlt/Otfried Jarren

Abwehrkünstler am Werk

Über die Kampagnenfähigkeit des Deutschen Gewerkschaftsbundes 183

Marion G. Müller

Politisches Parfüm

Die visuelle Vermarktung des Immateriellen 205

Tilman Görres

Öffentlichkeitsarbeit für Demokratie

Kampagne zur Bürgerschaftswahl der Freien und Hansestadt Hamburg.... 217

Thomas Feicht/Markus Gutberlet

IC oder CI

Identity Communication oder Corporate Identity..... 223

Soziales als Kampagne

Sigrid Baringhorst

Sweet Charity

Zum moralischen Ethos zeitgenössischer Sozialkampagnen..... 233

Klaus-Peter Johanssen

„Wir kümmern uns um mehr als Autos“

Die Geschichte einer Kampagne. 255

Svenja Koch

Greenpeace: Umweltkampagnen mit Herz und Verstand..... 263

Martina Leonarz

Die (Un)wirksamkeit öffentlicher Informationskampagnen im Gesundheitsbereich

Zur Evaluation von Suchtkampagnen..... 269

Katharina Weyandt

Das Hamburger Spendenparlament

Bühne für soziale Projekte - Forum für freiwilliges Engagement 291

Dialogorientierte Kampagnen

Roland Burkart

Verständigungsorientierte Public Relations-Kampagnen

Eine kommunikationswissenschaftlich fundierte Strategie

für Kampagnenarbeit..... 303

Bernd Weber

Chancen und Risiken von Dialogkommunikation

Erfahrungen beim Immobilienprojekt „Dortmunder U“..... 319

Henning von Vieregge

„Sorry, wir haben einen Fehler gemacht!“

Chancen und Risiken von Entschuldigungskampagnen..... 327

Zu den Autorinnen und Autoren dieses Bandes 333