

Inhalt

Neue Bedingungen Strategischen Kommunizierens

Strategische Kommunikation heute: Trends und Herausforderungen 15
Christopher Storck

Das Schattenmanagement des Journalismus. Wie „Strategische Kommunikationssteuerung“ von Lobbyisten und Agenturen die journalistische Unabhängigkeit angreift. 33
Thomas Leif

PR-Ethik zwischen Kanon und Transformation

Wahrhaftigkeit und Transparenz. Begründungen und Ergänzungen zu zwei Normen des Deutschen Kommunikationskodex. 57
Rüdiger Funiok

Zwischen Wahrhaftigkeit, Dienst an der Öffentlichkeit, Advocacy und Loyalität. Die Suche nach einer neuen Grundlegung der Ethik Strategischer Kommunikation 75
Lars Rademacher

Anreize und Grenzen der Macht. Herausforderungen für angehende Praktiker in der Strategischen Kommunikation 89
Markus Wiesenberg und Denise Weigelt

Vertrauen in gemeinwohlorientierte Big Data-Anwendungen. Ethische Leitlinien für eine datenbasierte Organisationskommunikation. 109
Christian Wiencierz

Neubestimmungen der Werbe-Ethik

Werbeethik als angewandte Ethik. Ein Plädoyer für eine Ethik, die sich einmischt. 129

Guido Zurstiege

Ethik der Werbung in Zeiten der Digitalisierung 141

Uta Müller/Markus Feiks/Jutta Krautter/Guido Zurstiege

Strategische Kommunikation im Strafverfahren

Der Verdacht: Strategische Kommunikation der Justiz im Strafverfahren 161

Kerstin Liesem

Zum Wesen und Unwesen von Litigation-PR Einblicke in Theorie, Praxis und Problemlagen von nicht-staatlicher Rechtskommunikation bei juristischen Streitigkeiten 175

Christian Trentmann

Gegenstände und „Opfer“ Strategischer Kommunikation

Soziale Bewegungen und Strategische Kommunikation – Ethische Dilemmata des Medienhandelns 195

Thilo Hagendorff

Facebook als digitaler Bypass – Wahlkampf-PR deutscher Parteien abseits journalistischer Auswahlkriterien 205

Tanja Evers

Die Flucht in den Medien – Reflexionen zur visuellen und verbalen Debatte 227

Christian Schicha