

## Literaturverzeichnis

- Achleitner, Paul (1985): Sozio-politische Strategien multinationaler Unternehmungen. Dissertation an der Hochschule St. Gallen. Bern, Stuttgart
- Albert, Steven/Keith Bradley (1997): Managing knowledge. Experts, Agencies and Organizations. Camebridge
- Alemann, Ulrich von (1996): Innenleben der Verbände. In: Bundeszentrale für politische Bildung (Hg.): Interessenverbände. Informationen der Bundeszentrale für politische Bildung, Nr. 253, 4. Quartal 1996: 33-36
- Altmeppen, Klaus-Dieter (1999): Redaktionen als Koordinationszentren. Opladen, Wiesbaden
- Altmeppen, Klaus-Dieter/Gunnar Roters (1992): Weder ÖA noch PR? Notizen zu einem diffusen Berufsfeld. In: pr-magazin 10/92: 39-50
- Ansoff, H. Igor (1984): Implanting Strategic Management. Englewood Cliffs u.a.
- Ansoff, H.Igor/Edward J. McDonnell (1990): Implanting Strategic Management. 2. Aufl. New York
- Arbeitsgemeinschaft Stadtteilkultur e.V. (Hrsg.) (1994): Mitgliederverzeichnis 1994. Hamburg
- Arlt, Hans-Jürgen (1998): Kommunikation, Öffentlichkeit, Öffentlichkeitsarbeit. PR von Gestern, PR für Morgen – das Beispiel Gewerkschaft. Opladen, Wiesbaden
- Arlt, Hans-Jürgen/Otfried Jarren (1997): Kommunikation Macht Politik. Konsequenzen der Modernisierungsprozesse für die politische Öffentlichkeitsarbeit. In: WSI Mitteilungen 7/99: 1-7
- Armbrecht, Wolfgang (1992): Innerbetriebliche Public Relations. Opladen
- Auer, Manfred/Manfred Gerz (1992): Social Marketing als unternehmerisches Erfolgskonzept. Landsberg/Lech
- Avenarius, Herman (1985): Kleines Rechtswörterbuch. Bonn
- Avenarius, Horst (1994): Wer soll sagen, was PR ist? Der Disput zwischen Theorie und Praxis. In: Günter Bentele/Kurt R. Hesse (Hg.): Publizistik in der Gesellschaft. Festschrift für Manfred Rühl. Konstanz: 269-285
- Avenarius, Horst (1995): Public Relations. Die Grundform der gesellschaftlichen Kommunikation. Darmstadt
- Avenarius, Horst (1998a): Die ethischen Normen der Public Relations. Neuwied
- Avenarius, Horst (1998b): Die Normen des Berufsstandes PR. In: Handbuch PR. Ergänzungslieferung vom 19.7.1998. Neuwied, Krefeld: Gliederungspunkt 3.510/1-18
- Badelt, Christoph (1997): Handbuch der Nonprofit-Organisationen. Strukturen und Management. Stuttgart
- Baecker, Dirk (1993): Die Form des Unternehmens. Frankfurt/Main
- Baerns, Barbara (1985): Öffentlichkeitsarbeit oder Journalismus? Zum Einfluß im Mediensystem. Köln
- Baerns, Barbara (1990): Zur „Feminisierung“ der Öffentlichkeitsarbeit. In: Klaus Dörrbecker/ Thomas Rommerskirchen (Hg.): Kommunikationsmanagement – Perspektiven und Chancen der Public Relations. Zürich: 268-279
- Baerns, Barbara (1991): Zur „Feminisierung“ der Öffentlichkeitsarbeit. Perspektiven und Konsequenzen eines Wandels. In: Johanna Dorer/Klaus Lojka (Hg.): Öffentlichkeitsarbeit. Theoretische Ansätze, empirische Befunde und Berufspraxis der Public Relations. Wien: 185-192
- Baerns, Barbara (1992): Öffentlichkeitsarbeit als Thema der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft – Rückblick und Rahmen aktueller Annäherung. In: Horst Avenarius und Wolfgang Armbrecht (Hg.): Ist Public Relations eine Wissenschaft? Eine Einführung. Opladen: 133-150
- Baerns, Barbara (1993): Zur Informationserschließung durch Öffentlichkeitsarbeit. In: Günter Bentele/Manfred Rühl (Hg.): Theorien öffentlicher Kommunikation. Problemfelder, Positionen, Perspektiven. München: 338-357

- Baerns, Barbara/Michael Höffken (1991): Der Zugang der Öffentlichkeitsarbeiter zu Informationen. In: pr-magazin 8/91: 35-42
- Baringhorst, Sigrid (1995): Öffentlichkeit als Marktplatz – Solidarität durch Marketing? In: Vorgänge 132. 34. Jg., Heft 4: 55-67
- Barth, Henrike/Wolfgang Donsbach (1992): Aktivität und Passivität von Journalisten gegenüber Public Relations. Fallstudie am Beispiel von Pressekonferenzen zu Umweltthemen. In: Publizistik 2/92: 151-165
- Barthenheier, Günther (1992): Nützlich für die Praxis der Public Relations? In: pr-magazin. 6/92: 50-51
- Basaglia, Franco/Franca Basaglia-Onaro (1980): Befriedungsverbrechen. Über die Dienstbarkeit der Intellektuellen. Frankfurt/Main
- Baum, Achim (1994): Journalistisches Handeln. Eine Kritik der Journalismusforschung. Opladen
- Bausch, Manfred (1999): Arbeitsmarkt der Journalistinnen und Journalisten. In: Journalist 1/99: 57-72
- Bea, Franz Xaver/Jürgen Haas (1995): Strategisches Management. Stuttgart/Jena
- Becher, Martina (1996): Moral in der PR? Eine empirische Studie zu ethischen Problemen im Berufsfeld Öffentlichkeitsarbeit. Berlin
- Beck, Ulrich (1986): Risikogesellschaft. Frankfurt/Main
- Beck, Ulrich (1995): Judo-Politik. In: die tageszeitung vom 1./2. Juli 1995: 13-14
- Beck, Ulrich/Michael Brater/Hansjürgen Daheim (1980): Soziologie der Arbeit und der Berufe. Grundlagen, Problemfelder, Forschungsergebnisse. Reinbek
- Beck, Ulrich/Wolfgang Bonß (1989): Verwissenschaftlichung ohne Aufklärung? Zum Strukturwandel von Sozialwissenschaft und Praxis. In: dies. (Hg.): Weder Sozialtechnologie noch Aufklärung? Analysen zur Verwendung sozialwissenschaftlichen Wissens. Frankfurt/Main: 7-45
- Beck-Gernsheim, Elisabeth (1976): Der geschlechtsspezifische Arbeitsmarkt. Zur Ideologie und Realität von Frauenberufen. Frankfurt/Main
- Beck-Gernsheim, Elisabeth (1980): Das halbierte Leben. Männerwelt Beruf. Frauenwelt Familie. Frankfurt/Main
- Becker, Albrecht (1996): Rationalität strategischer Entscheidungsprozesse. Ein situationstheoretisches Konzept. Wiesbaden
- Bender, Christiane (1989): Identität und Selbstreflexion. Frankfurt/Main
- Bentele, Günter (1991): Public Relations in Forschung und Lehre. Wiesbaden
- Bentele, Günter (1992a): Ethik der Public Relations als wissenschaftliche Herausforderung. In: pr-magazin. 5/92: 37-44
- Bentele, Günter (1992b): Ethik der Public Relations als wissenschaftliche Herausforderung. In: Horst Avenarius/Wolfgang Armbrrecht (Hg.): Ist Public Relations eine Wissenschaft? Opladen: 151-170
- Bentele, Günter (1994a): Öffentliches Vertrauen – normative und soziale Grundlage für Public Relations. In: Wolfgang Armbrrecht/Ulf Zabel (Hg.): Normative Aspekte der Public Relations. Opladen: 131-158
- Bentele, Günter (1994b): Zukunftsperspektiven für Public Relations. In: Handbuch PR. Ergänzungslieferung vom 1.9.1994. Neuwied, Kriftel: Gliederungspunkt 3.220/1-14
- Bentele, Günter (1994c): Public Relations und Wirklichkeit. Beitrag zu einer Theorie der Öffentlichkeitsarbeit. In: Günter Bentele/Kurt R. Hesse (Hg.): Publizistik in der Gesellschaft. Festschrift für Manfred Rühl. Konstanz: 237-267
- Bentele, Günter (1995): Public Relations und Öffentlichkeit – ein Diskussionsbeitrag – oder: Über einige Fehlinterpretationen von PR. Zu Joachim Westerbarkeys Aufsatz „Journalismus und Öffentlichkeit“ (Publizistik. 40. Jg., Heft 2/95): In: Publizistik 40. Jg Heft 4/95: 483-486
- Bentele, Günter (1997a): Defizitäre Wahrnehmung: Die Herausforderung der PR an die Kommunikationswissenschaft. In: Günter Bentele/Michael Haller (1997): Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Konstanz: 67-84

- Bentele, Günter (1997b): Massenkommunikation und Public Relations. Der Kommunikatorbegriff und die Rolle der PR in der Kommunikationswissenschaft. In: Hermann Fünfgeld/Claudia Mast (Hg.): Massenkommunikation. Ergebnisse und Perspektiven. Opladen: 169-191
- Bentele, Günter (1999): PR-Forschung und PR-Wissenschaft in Deutschland – ein Überblick. Manuskript (veröffentlicht unter dem Titel: Public Relations Research and Public Relations Science in Germany. An Overview. In: Hans-Bernd Brosius/Christina Holtz-Bacha (eds.): Communication Studies in Germany. Hampton Press [i.E.]
- Bentele, Günter/Horst Steinmann/Ansgar Zerfuß (1996): Dialogorientierte Unternehmenskommunikation. Ein Handlungsprogramm für die Kommunikationspraxis. In: dies. (Hg.): Dialogorientierte Unternehmenskommunikation. Berlin: 447-463
- Bentele, Günter/Peter Szyszka (Hg.) (1995): PR-Ausbildung in Deutschland. Entwicklung, Bestandsaufnahme und Perspektiven. Opladen
- Bentele, Günter/Tobias Liebert (1995): Innovation in der Tradition: Praxisbezogenes PR-Studium an der Universität Leipzig. In: Günter Bentele/Peter Szyszka (Hg.): PR-Ausbildung in Deutschland. Entwicklung, Bestandsaufnahme und Perspektiven. Opladen: 91-107
- Bentele, Günter/Tobias Liebert/Stefan Seeling (1997): Von der Determination zur Intereffikation. Ein integriertes Modell zum Verhältnis von Public Relations und Journalismus. In: Günter Bentele/Michael Haller (1997): Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Konstanz: 225-250
- Bernays, Edward L. (1976): Was die Gesellschaft von der Wirtschaft erwartet. Düsseldorf, Wien (engl. Original: Social Responsibility of Business. In: Public Relations Review, Vol. 1, Nr. 3, Winter 1975)
- Binder, Elisabeth (1983): Die Entstehung unternehmerischer Public Relations in der Bundesrepublik Deutschland. Münster
- Blau, Peter M./W. Richard Scott (1962): Formal Organizations. A comparative approach. San Francisco
- Blöbaum, Bernd (1994): Journalismus als soziales System. Geschichte, Ausdifferenzierung und Verselbständigung. Opladen
- Blumler, Herbert (1948): Public Opinion and Public Opinion Polling. In: American Sociological Review. No. 13/48: 542-554
- Blumler, Herbert (1996): The Mass, the Public, and Public Opinion. In: Bernard Berelson/ Morris Janowitz (Hg.): Reader in Public Opinion and Communication. 2. Auflage. New York: 43-50
- Böckelmann, Frank (1991a): Pressestellen der öffentlichen Hand. (Pressestellen 3). München
- Böckelmann, Frank (1991b): Pressestellen der Organisationen. (Pressestellen 2). München
- Böckelmann, Frank (1991c): Pressestellen in der Wirtschaft. (Pressestellen 1). 2. Auflage. München
- Bogner, Franz M. (1990): Das neue PR-Denken: Strategien, Konzepte, Maßnahmen. Wien
- Brante, Thomas (1990): Professional types as a strategy of analysis. In: Michael Burrage/Rolf Torstendahl (Hg.): Professions in theory and history: rethinking the study of the professions. London: 75-93
- Brauer, Gernot (1993): Wege in die Öffentlichkeitsarbeit. Einstieg, Einordnung, Einkommen in PR-Berufen. München
- Brauer, Gernot (1996): Wege in die Öffentlichkeitsarbeit. Einstieg, Einordnung, Einkommen in PR-Berufen. 2. überarbeitete und erweiterte Auflage. München
- Brauer, Gernot (1997): Öffentlichkeitsarbeit/PR. Blatt zur Berufskunde für die Bundesanstalt für Arbeit. (Erarbeitet im Einvernehmen mit der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) und der Gesellschaft PR-Agenturen (GPRA). Bonn
- Brauer, Gernot (1998): DPRG-Curriculum: Was PR-Experten wissen und können müssen. In: Bettina von Schlippe/Bernd-Jürgen Martini/Günther Schulze-Fürstenow (Hg.): Arbeitsplatz PR. Einstieg, Berufsbilder, Perspektiven. Neuwied, Kriftel: 95-113
- Brexel, Ernst (1995): Berufliche Perspektiven in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. In: Handbuch PR. Ergänzungslieferung vom 4.2.1995. Neuwied, Kriftel: Gliederungspunkt 3.221/1-27

- Broom, Glen M. (1982): A Comparison of Sex Roles in Public Relations. In: Public Relations Review. 8. Jg., Nr. 3: 17-22
- Broom, Glen A./David M. Dozier (1986): Advancement for Public Relations Role Models. In: Public Relations Review. 12. Jg., Nr. 1: 37-56
- Broom, Glen A./George D. Smith (1979): Testing the Practitioner's Impact on Clients. In: Public Relations Review. 5. Jg., Nr. 3: 47-59
- Broom, Glen A./Shawna Casey/James Ritchey (1997): Toward a Concept and Theory of Organization-Public Relationships. In: Journal of Public Relations Research. Nr. 2/97: 83-98
- Bruch, Michael (1997): Betriebliche Organisationsform und gesellschaftliche Regulation. Zum Problem des Verhältnisses von Organisation und Gesellschaft in polit-ökonomisch orientierten Ansätzen. In: Günther Ortman/Jörg Sydow/Klaus Türk (Hg.): Theorien der Organisation. Die Rückkehr der Gesellschaft. Opladen: 181-210
- Brüggemeier, M./Anke Felsch 1992: Mikropolitik. In: Die Betriebswirtschaft, 52. Jg., Nr. 1: 133-136
- Bruhn, Manfred/Jörg Tilmes (1989): Social Marketing. Stuttgart
- Bruhn, Manfred (1995): Integrierte Unternehmenskommunikation. Ansatzpunkte für eine strategische und operative Umsetzung integrierter Kommunikationsarbeit. 2. überarbeitete und erweiterte Auflage. Stuttgart
- Bruhn, Manfred/Jörg Tilmes (1994): Social Marketing: Einsatz des Marketing für nichtkommerzielle Organisationen. 2. überarb. und ergänzte Auflage. Stuttgart
- Bucher, Rue/Joan Stelling (1969): Characteristics of Professional Organizations. In: Journal of health and social behavior. Vol. 10. Nr. 3: 3-15
- Burkart, Roland (1993a): PR als Konfliktmanagement. Wien
- Burkart, Roland (1993b): Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit. Ein Transformationsversuch der Theorie des kommunikativen Handelns. In: Günter Bentele/Manfred Rühl (Hg.): Theorien öffentlicher Kommunikation. München: 218-227
- Burkart, Roland (1995a): Das VÖA-Konzept: Eine Replik. In: Günter Bentele/Tobias Liebert (Hg.): Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit. Darstellung und Diskussion des Ansatzes von Roland Burkart. (Leipziger Scripten für Public Relations und Kommunikationsmanagement Nr. 1) Leipzig: 65-80
- Burkart, Roland (1995b): Erfolg und Erfolgskontrolle in der Öffentlichkeitsarbeit: eine Antwort auf kommunikationstheoretische Grundfragen. In: Barbara Baerns (Hg.): PR-Erfolgskontrolle. Frankfurt/Main: 71-84
- Burkart, Roland (1995c): Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit – ein kommunikationstheoretisch fundiertes Konzept für die PR-Praxis. In: Günter Bentele/Tobias Liebert (Hg.): Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit. Darstellung und Diskussion des Ansatzes von Roland Burkart. (Leipziger Scripten für Public Relations und Kommunikationsmanagement Nr. 1) Leipzig: 7-27
- Burkart, Roland (1996): Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit. Der Dialog als PR-Konzeption. In: Günter Bentele/Horst Steinmann/Ansgar Zerfaß (Hg.): Dialogorientierte Öffentlichkeitsarbeit. Grundlagen, Praxiserfahrungen, Perspektiven. Berlin: 245-270
- Burkart, Roland (1997): Verständigungsorientierte Public Relations-Kampagnen. Eine kommunikationswissenschaftlich fundierte Strategie für Kampagnenarbeit. In: Ulrike Röttger (Hg.): PR-Kampagnen. Über die Inszenierung von Öffentlichkeit. Opladen: 285-300
- Burkart, Roland (1998): Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. Wien
- Burkart, Roland/Sabine Probst (1991): Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit: eine kommunikationstheoretisch begründete Perspektive. In Publizistik. 30. Jg., Heft 4/91: 56-76
- Cline, Carolyn G. (1989) Public Relations. The 1 Million Penalty for Being a Women. In: Pamela J. Creedon (ed.): Women in Mass Communications. Newbury Park: 263-275

- Cline, Carolyn G./Elizabeth L. Toth/Judy Valensky Turk/Lynne M. Walters/Nancy Johnson/Hank Smith (1986): *The velvet ghetto: The impact of the increasing percentage of women on public relations and business communications*. San Francisco
- Conrad, Charles (1994): *Strategic Organizational Communication*. Forth Worth u.a. (3. Auflage)
- Creedon, Pamela (1991): *Public Relations and „Womens work“: Toward a Feminist Analysis of Public Relations Roles* In: James E. Grunig/Larissa A. Grunig (Hg.): *Public Relations Research Annual 3*. Band. Hillsdale: 67-84
- Crozier, Michel/Erhard Friedberg (1979): *Macht und Organisation. Die Zwänge kollektiven Handelns*. Königstein/Ts. (franz. Original *L'Acteur et le Système*. 1977)
- Cullen, John B. (1978): *Structure of professionalism – a quantitative examination*. New York
- Cutlip, Scott M./Allen H. Center/Glen M. Broom 1994: *Effective Public Relations*. Englewood Cliffs
- Czerwick, Edwin (1998): *Verwaltungskommunikation*. In: Otfried Jarren/Ulrich Sarcinelli/Ulrich Saxer (Hg.): *Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft*. Opladen, Wiesbaden: 489-495
- Daheim, Hansjürgen (1967): *Der Beruf in der modernen Gesellschaft*. Köln
- Daheim, Hansjürgen (1973): *Professionalisierung. Begriff und einige latente Makrofunktionen*. In: Günter Albrecht et al. (Hg.): *Soziologie. Sprache. Bezug zur Praxis. Verhältnis zu anderen Wissenschaften*. René König zum 65. Geburtstag. Opladen: 232-249
- Daheim, Hansjürgen (1977): *Berufssoziologie*. In: *Handbuch der empirischen Sozialforschung*. Bd. 8. Stuttgart
- Daheim, Hansjürgen (1982): *Zu einer Zwischenbilanz der soziologischen Berufsforschung*. In: KZfSS. Sonderheft Nr. 24 „Materialien zur Industriesoziologie“: 372-384
- Daheim, Hansjürgen (1992): *Zum Stand der Professionssoziologie. Rekonstruktion machttheoretischer Modelle der Profession*. In: Bernd Dewe/Wilfried Ferchhoff/Frank-Olaf Radtke (Hg.): *Erziehen als Profession. Zur Logik professionellen Handelns in pädagogischen Feldern*. Opladen: 21-35
- DAPR (1998): *Ohne Titel*. In: <http://www.gpra.de> (Stand: 14.09.98)
- Dees, Matthias (1996): *Public Relations als Managementaufgabe. Eine Untersuchung des Berufsfeldes „Öffentlichkeitsarbeit“ und seiner zunehmenden Feminisierung*. Publizistik 41. Jg., Heft 2: 155-171
- Dees, Matthias/Thomas Döbler (1997): *Public Relations als Aufgabe für Manager? Rollenverständnis, Professionalisierung, Feminisierung. Eine empirische Untersuchung*. Stuttgart
- Derieth, Anke (1995): *Unternehmenskommunikation. Eine Analyse zur Kommunikationsqualität von Wirtschaftsorganisationen*. Opladen
- Dewe, Bernd/Wilfried Ferchhoff/Albert Scherr/Gerd Stuewe (1995): *Professionelles soziales Handeln: soziale Arbeit im Spannungsfeld zwischen Theorie und Praxis*. 2. überarb. Aufl. Weinheim
- Dewe, Bernd/Wilfried Ferchhoff/Frank-Olaf Radtke (1992a): *Auf dem Weg zu einer aufgabenorientierten Professionstheorie pädagogischen Handelns*. In: dies. (Hg.): *Erziehen als Profession: zur Logik professionellen Handelns in pädagogischen Feldern*. Opladen: 7-20
- Dewe, Bernd/Wilfried Ferchhoff/Frank-Olaf Radtke (1992b): *Das „Professionswissen“ von Pädagogen. Ein wissenschaftstheoretischer Rekonstruktionsversuch*. In: dies. (Hg.): *Erziehen als Profession: zur Logik professionellen Handelns in pädagogischen Feldern*. Opladen: 70-91
- Dewey, John (1927): *The Public and Its Problems*. Chicago
- Diakonisches Werk Hamburg (o.J.): *Verzeichnis der Mitglieder im Landesverband der Inneren Mission e.V. Hamburg*
- Dominick, Joseph R. (1987): *The Dynamics of Mass Communication*. 2. Aufl. New York
- Dorer, Johanna (1994): *Public-Relations-Forschung im Wandel? Öffentlichkeitsarbeit im Spannungsfeld zwischen Verwissenschaftlichung und Professionalisierung der Berufspraxis*. In: *Publizistik* 39. Jg., Heft 1/94: 13-26
- Dorer, Johanna (1995): *Politische Öffentlichkeitsarbeit in Österreich: eine empirische Analyse zur Public Relations politischer Institutionen*. Wien

- Dorer, Johanna (1997): Die Bedeutung der PR-Kampagnen für den öffentlichen Diskurs. Ein theoretischer Ansatz. In: Ulrike Röttger (Hg.): PR-Kampagnen. Über die Inszenierung von Öffentlichkeit. Opladen: 55-72
- Dorer, Johanna/Matthias Marschik (1992): Spezielle Aspekte politischer Öffentlichkeitsarbeit. Modelle und empirische Befunde. Unveröffentlichter Projektbericht. Wien
- Dorer, Johanna/Matthias Marschik (1993): Kommunikation und Macht. Public Relations – eine Annäherung. Wien
- Dorer, Johanna/Matthias Marschik (1995): Whose Side are You on? Anmerkungen zu Roland Burkarts Konzept einer verständigungsorientierten Öffentlichkeitsarbeit. In: Günter Bentele/Tobias Liebert (Hg.): Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit. Darstellung und Diskussion des Ansatzes von Roland Burkart. (Leipziger Skripten für Public Relations und Kommunikationsmanagement Nr. 1). Leipzig: 31-37
- Dörrbecker, Klaus/Klaus Rommerskirchen (Hg.) (1990): Blick in die Zukunft. Kommunikationsmanagement. Perspektiven und Chancen der Public Relations. Remagen-Rolandseck
- Dörrbecker, Klaus/Renée Fissenewert-Goßmann (1997): Wie Profis PR-Konzeptionen entwickeln. Das Buch zur Konzeptionstechnik. 3. erweiterte Auflage. Frankfurt/Main
- Dozier, David M. (1984): Programm Evaluation and the Roles of Practitioners. In: Public Relations Review, 10. Jg., Nr. 2: 13-21
- Dozier, David M. (1988): Breaking Public Relations' Glass Ceiling. In: Public Relations Review 14. Jg., Nr. 3: 6-14
- Dozier, David M. (1992): The organizational roles of communications and public relations practitioners. In: James E. Grunig (Hg.): Excellence in Public Relations and Communication Management. Hillsdale: 327-355
- Dozier, David M./Glen M. Broom (1995): Evolution of the Manager Role in Public Relations Practice. In: Journal of Public relations Research. 7. Jg., Nr.1: 3-26
- Dozier, David M./Larissa A. Grunig (1992): The Organization of the Public Relations Function. In: James E. Grunig (Hg.): Excellence in Public Relations and Communication Management. Hillsdale: 395-417
- Dozier, David M./Martha M. Lauzen (1999): Die Befreiung der Public Relations: Aktivismus und die Grenzen der Symmetrie. In: Public Relations Forum 1/99: 30-32
- Dozier, David M./Larissa A. Grunig/James E. Grunig (1995): Manager's Guide to Excellence in Public Relations and Communication Management. Mahwah (NJ)
- DPRG (1990): Auswertung der DPRG-Mitgliederumfrage Januar 1990. Unveröffentlichter Tabellen teil. Bonn
- DPRG (1995): Leitlinien für Öffentlichkeitsarbeit/PR. Bonn
- DPRG (1996a): Berufsbild Öffentlichkeitsarbeit/Public Relations. Bonn (dokumentiert in: <http://www.pr-forum.de/ausbild.htm>, Stand: 7.7.98)
- DPRG (1996b): Mitgliederverzeichnis 1996/97. Bonn
- DPRG (1996c): Berater-Index. Bonn
- DPRG (1998): Mitglieder der DPRG. In: <http://www.dprg.de/FRAME2.htm> (Stand: 8.11.98)
- DPRG (o.J. [1998]) (Hg.): Qualifikationsprofil Öffentlichkeitsarbeit/PR. (Redaktion: Peter Szyszka, Romy Fröhlich, Reinhold Fuhrberg). Bonn
- DPWV (Hg.) (1996): Mitgliederverzeichnis des paritätischen Wohlfahrtsverbandes. Hamburg
- Drepper, Christian (1992): Unternehmenskultur. Selbstbeobachtung und Selbstbeschreibung im Kommunikationssystem „Unternehmen“. Frankfurt/Main
- Dyllick, Thomas (1984): Das Anspruchsgruppen-Konzept: Eine Methodik zum Erfassen der Umweltbeziehungen von Unternehmungen. In: Management-Zeitschrift io. 2/84: 74-78
- Dyllick, Thomas (1989): Management der Umweltbeziehungen. Öffentliche Auseinandersetzung als Herausforderung. Wiesbaden

- Dyllick, Thomas/F. Belz (1994): Einleitung: Zum Verständnis des ökologischen Branchenstrukturwandels. In: Thomas Dyllick et al. (Hg.): Ökologischer Wandel in Schweizer Branchen. Bern u.a.: 9-29
- Eichholz, Martin (1999): Alter Wein in neuen Schläuchen? Kommentar zum kritischen Essay von Dozier und Lauzen (in: Public Relations Forum 1/99: 30-32). In: Public Relations Forum 2/99: 72-73
- Elsik, Wolfgang (1999): Politik in Organisationen. In: Dudo von Eckardstein/Helmut Kasper/Wolfgang Mayrhofer (Hg.): Management. Theorien, Führung, Veränderung. Stuttgart: 75-106
- Empter, Stefan (1988): Handeln und Organisation. Eine politische Perspektive sozialer Prozesse in Organisationen. Dissertation an der Universität Augsburg. Augsburg
- Etzioni, Amitai (Hg.) (1969): The semi-professions and their organization. Teachers, nurses, social workers. New York
- Fabiszak, D.L. (1985): Public relations in hospitals: testing the Grunig theory of organisations, environments and models of public relations. Unpublished master's thesis. University of Maryland, College Park, MD
- Faulstich, Werner (1992): Grundwissen Öffentlichkeitsarbeit. Kritische Einführung in Problemfelder der Public Relations. Bardowick
- Fayol, Henry (1916): Administration industrielle et générale. Paris
- Fayol, Henry (1929): Allgemeine und industrielle Verwaltung. München, Berlin (französisches Original: Administration industrielle et générale. Paris 1916)
- Felsch, Anke (1996): Personalentwicklung und organisationales Lernen: mikropolitische Perspektiven zur theoretischen Grundlegung. Hamburg
- Ferber, Christian von (1984): Mobilisierung von Laien – Deprofessionalisierung der Hilfe. Ein Verlust an gesellschaftlicher Rationalität? In: Burkart Lutz (Hg.): Soziologie und gesellschaftliche Entwicklung. Verhandlungen des 22. deutschen Soziologentages in Dortmund 1984. Frankfurt/Main: 497-508
- Fine, Seymour H. (1981): The Marketing of Ideas and Social Issues. New York
- Flieger, Heinz (1994): Tummelplatz für Kommunikatoren. In: Uni spezial. Heft 1/94: 28-32
- Frech, Monika/Angelika Schmidt/Peter Heimerl-Wagner (1999): Management – drei klassische Konzepte und ihre Befunde. In: Dudo von Eckardstein/Helmut Kasper/Wolfgang Mayrhofer (Hg.): Management, Führung, Veränderung. Stuttgart: 221-255
- Freeman, R. Edward (1984): Strategic Management: A stakeholder approach. Boston
- Freidson, Eliot (1975): Dominanz der Experten. Zur sozialen Struktur medizinischer Versorgung. München
- Freidson, Eliot (1979): Der Ärztestand – berufs- und wissenschaftsoziologische Durchleuchtung einer Profession. Stuttgart
- Freidson, Eliot (1986): Professional Powers. A Study of Institutionalization and Formal Knowledge. Chicago
- Freidson, Eliot (1994): Professionalism Reborn. Theory, Prophecy and Policy. Cambridge
- Friedberg, Erhard (1988): Zur Politologie von Organisationen. In: Willi Küpper/Günther Ortman (1988): Mikropolitik: Rationalität, Macht und Spiele in Organisationen. Opladen: 39-52
- Fröhlich, Romy (1994): Einstieg und Aufstieg mit Tücken. Das Beispiel Public Relations. In: Marie-Luise Angerer/Johanna Dorer (Hg.): Gender und Medien. Theoretische Ansätze, empirische Befunde und Praxis der Massenkommunikation. Wien: 94-101
- Fröhlich, Romy/Christina Holtz-Bacha (1995): Geschlossene Gesellschaft? Zwischen Majorität und Minorität – Frauen in der Publizistik. Bochum
- Fröhlich, Romy/Pamela Creedon (1993): Frauen in PR-Berufen. In: H.-D. Fischer/Ulrike G. Wahl (Hg.): Public Relations: Geschichte, Grundlagen, Grenzziehungen: Öffentlichkeitsarbeit. Frankfurt/Main: 161-171

- Fuhrberg, Reinhold (1998): Universitätsausbildung: Mit Theorie zur Praxis? In: Bettina von Schlippe/Bernd-Jürgen Martini/Günther Schulze-Fürstenow (Hg.): Arbeitsplatz PR. Einstieg, Berufsbilder, Perspektiven. Neuwied, Kriftel: 114-134
- Fürnkranz, Wolfgang (1994): Autopoiesis – Der Deus ex Machina der Systemtheorie. In: Georg Hörmann (Hg.): In Systemen gefangen – Zur Kritik systemischer Konzepte in den Sozialwissenschaften. Münster: 140-159
- Gerhards, Jürgen (1993): Funktionale Differenzierung der Gesellschaft und Prozesse der Entdifferenzierung. In: Hans Rudi Fischer (Hg.): Autopoiesis. Heidelberg: 263-280
- Gerhards, Jürgen (1994): Politische Öffentlichkeit. Ein system- und akteurstheoretischer Bestimmungsversuch. In: Friedhelm Neidhardt (Hg.): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegung. (KzfSS Sonderheft 34) Opladen: 77-105
- Gerhards, Jürgen (1998): Öffentlichkeit. In: Otfried Jarren/Ulrich Sarcinelli/Ulrich Saxer (Hg.): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch. Opladen, Wiesbaden: 694-695
- Gerhards, Jürgen/Friedhelm Neidhardt (1990): Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit. Fragestellung und Ansätze. Discussion Paper FS III 90-101 des WZB. Berlin
- Gerhards, Jürgen/Friedhelm Neidhardt/Dieter Rucht (1998): Zwischen Palaver und Diskurs. Strukturen öffentlicher Meinungsbildung am Beispiel der deutschen Diskussion zur Abtreibung. Opladen, Wiesbaden
- Geser, Hans (1990): Organisationen als soziale Akteure. In: Zeitschrift für Soziologie. 19. Jg., Nr. 6: 401-417
- Giddens, Anthony (1976): New Rules of Sociological Method – A Positive Critique of Interpretative Sociologies. London
- Giddens, Anthony (1979): Central Problems in Social Theory. New York
- Giddens, Anthony (1984a): The Constitution of Society. Cambridge
- Giddens, Anthony (1984b): Interpretative Soziologie. Eine kritische Einführung. Frankfurt/Main, New York
- Giddens, Anthony (1997): Die Konstitution der Gesellschaft. Grundzüge einer Theorie der Strukturierung. Frankfurt/New York (3. Auflage; deutsche Übersetzung der englischen Originalausgabe „The Constitution of Society“. Cambridge 1984)
- Görke, Alexander (1997): Risikojournalismus und Risikogesellschaft. Dissertation an der Uni Münster. Münster
- Görke, Alexander/Matthias Kohring (1996): Unterschiede, die Unterschiede machen: neuere Theorieentwürfe zu Publizistik, Massenmedien und Journalismus. In: Publizistik. 41. Jg., Heft 1: 15-31
- Götsch, Katja (1994): Riskantes Vertrauen. Theoretische und empirische Untersuchungen zum Konstrukt Glaubwürdigkeit. Münster, Hamburg
- GPRA (1996): Repräsentative Studie über Public Relations in Deutschland – Profis sind gefragt. (Pressemitteilung vom 15.10.1996; Quelle: <http://www.gpra.de/presse/10-15-96.htm> – Stand: 7. Juli 1998)
- GPRA (1998): GPRA – Zahlen und Fakten. Quelle: <http://www.gpra.de> (Stand: 14.9.1998)
- Grossenbacher, René (1989): Die Medienmacher. Solothurn
- Gründl, Klaudia (1996): Feminisierung von Public Relations. Eine Studie zum Einfluß und der Stellung von Frauen im Berufsbereich Public Relations. (DA). Salzburg
- Gründl, Klaudia (1997): Feminisierung von Public Relations. Eine empirische Studie zum Einfluß und der Stellung von Frauen im Berufsbereich Public Relations in Österreich. In: pr-magazin 11/97: 33-42
- Grunig, James E. (1989): Symmetrical Propositions as a Framework for Public Relations Theory. In: Carl H. Botan/Vincent Hazleton (ed.) (1989): Public Relations Theory. Hillsdale: 17-44
- Grunig, James E. (Hg.) (1992a): Excellence in Public Relations and Communication Management. Hillsdale (NJ)

- Grunig, James E. (1992b): Public Relations as a Two-Way Symmetrical Process. Culemborg
- Grunig, James E. (1994): World Views, Ethics, and the Two-Way Symmetrical Model of Public Relations. In: Wolfgang Armbrrecht/Ulf Zabel (Hg.): Normative Aspekte der PR. Opladen: 69-89
- Grunig, James E. (1997): PR: Die Trends zur Akademisierung in den USA. In: Handbuch PR. Ergänzungslieferung vom 16.12.97. Neuwied, Kriftel: Gliederungspunkt 3.641/1-14
- Grunig, James E./Larissa A. Grunig (1989): Toward a Theory of the Public Relations Behavior of Organisations: review of a Program of research. In: dies. (Hg.): Public Relations Research Annual, Vol 1, Hillsdale: 27-63
- Grunig, James E./Larissa A. Grunig (1992): Models of Public Relations and Communication. In: James E. Grunig (Hg.): Excellence in Public Relations and Communication Management. Hillsdale (NJ): 285-325
- Grunig, James E./Larissa A. Grunig/David M. Dozier (1996): Das situative Modell exzellenter Public Relations. In: Günter Bentele/Horst Steinmann/Ansgar Zerfuß (Hg.): Dialogorientierte Unternehmenskommunikation. Berlin: 199-228
- Grunig, James E./Todd Hunt (1984): Managing Public Relations. Forth Worth u.a.
- Grunig, James E./Fred C. Repper (1992): Strategic Management, Publics, and Issues. In: James E. Grunig (Hg.): Excellence in Public Relations and Communication Management: Hillsdale (NJ): 117-157
- Grunig, James E./Jon White (1992): The Effects of Worldview in Public Relations. In: James E. Grunig (Hg.): Excellence in Public Relations and Communication Management: Hillsdale (NJ): 31-64
- Grunig, Larissa A. (1990): Power in the Public Relations Department. In: Larissa A. Grunig; James E. Grunig (Hg.): Public Relations Research Annual. Vol. 2. Hillsdale: 115-155
- Grunig, Larissa A. (1992): How Public Relations/Communication Departments Should adapt to the Structure and Environment of an Organization ... And What They Actually Do. In: James E. Grunig (Hg.): Excellence in Public Relations and Communication Management. Hillsdale: 467-479
- Grunig; Larissa; James Grunig; David Dozier (2002): Excellent Public Relations and Effective Organizations: A Study of Communication Management in Three Countries. Hillsdale
- Grunig, Larissa A./James E. Grunig/William P. Ehling (1992): What is an effective Organization? In: James E. Grunig (Hg.): Excellence in Public Relations and Communication Management. Hillsdale (NJ): 65-90
- Gumpfenberg, Dietrich von (1991): Stellenwert und Instrumente der PR in unterschiedlichen Branchen. In: pr-magazin 4/91: 35-46
- Habermas, Jürgen (1984): Vorstudien und Ergänzungen zur Theorie des kommunikativen Handelns. Frankfurt/Main
- Habermas, Jürgen (1988a): Theorie des kommunikativen Handelns. Band 1: Handlungsrationalität und gesellschaftliche Rationalisierung. Frankfurt/Main
- Habermas, Jürgen (1988b): Theorie des kommunikativen Handelns. Band 2: Zur Kritik der funktionalistischen Vernunft. Frankfurt/Main
- Haedrich, Günther (1982): Öffentlichkeitsarbeit und Marketing. In: Günther Haedrich/Günther Bartenheier/Horst Kleinert (Hg.): Öffentlichkeitsarbeit. Berlin, New York: 76-75
- Haedrich, Günther (1983): Anforderungen der Wirtschaft an PR-Fachleute. In: Heinz Flieger/Franz Ronneberger (Hg.): PR für die unternehmerische Wirtschaft. Wiesbaden
- Haedrich, Günther (1986): Entwicklungstendenzen der PR aus Sicht der Wissenschaft. In: Hans Mefert/H. Wagner (Hg.): Neuere Entwicklungen der Public Relations. Münster
- Haedrich, Günther (1992): Public Relations im System des Strategischen Managements. In: Horst Avenarius/Ulf Zabel (Hg.): Ist Public Relations eine Wissenschaft? Opladen: 257-278
- Haedrich, Günther (1994): Die Rolle von Public Relations im System des normativen und strategischen Managements. In: Wolfgang Armbrrecht/Ulf Zabel (Hrsg.): Normative Aspekte der Public Relations. Opladen: 91-108

- Haedrich, Günther/Edgar Kreilkamp (1983): Zur Situation der Öffentlichkeitsarbeit in deutschen Unternehmen. In: Die Betriebswirtschaft 43. Jg., Nr. 3: 431-443
- Haedrich, Günther et al. (1982): Das Berufsfeld Öffentlichkeitsarbeit in der Wirtschaft. Düsseldorf
- Haedrich, Günther et al. (1994): Aktueller Stand und Entwicklung der Öffentlichkeitsarbeit in deutschen Unternehmen – Ergebnisse einer empirischen Untersuchung. Arbeitspapier Nr. 29/94 des Instituts für Marketing im Fachbereich Wirtschaftswissenschaft der Freien Universität Berlin. Berlin
- Haedrich Günther et al. (1995): Zur Situation der Öffentlichkeitsarbeit in deutschen Unternehmen im Jahre 1993. In: Die Betriebswirtschaft. 55. Jg., Nr. 5: 615-626
- Hage, Jerald (1980): Theories of organizations: Form, process, and transformation. New York
- Hage, Jerald/F. Hull (1981): A typology of environmental niches based on knowledge, technology and scale: The implications for innovation and productivity. Working Paper No. 1, University of Maryland, Center for the Study of Innovation, Entrepreneurship, and Organizational Strategy. College Park
- Hahne, Anton (1997): Kommunikation in der Organisation. Grundlagen und Analyse – ein kritischer Überblick. Opladen
- Handbuch der PR-Agenturen (1990): Deutschland, Österreich, Schweiz und Niederlande. Vorwort v. Thomas Rommerskirchen, Redaktion: Tibor Sarusy. Remagen-Rolandseck
- Handelskammer Hamburg (Hg.) (1995/96): Verbandsverzeichnis. Hamburg
- Handlos, Andrea (1995): Stellenanzeigen im Wertewandel: Wie Unternehmen um Mitarbeiter werben. München
- Hanft, Anke (1995): Personalentwicklung zwischen Weiterbildung und „organisationalem Lernen“. München, Mering
- Harlow, Rex F. (1976): Building a Public Relations Definition. In: Public Relations Review, 2. Jg.: 36
- Hartmann, Heinz (1972): Arbeit, Beruf, Profession. In: Thomas Luckmann/Walter M. Sprondel (Hg.): Berufssoziologie. Köln: 36-52
- Hartmann, Heinz/Marianne Hartmann (1982): Vom Elend der Experten: Zwischen Akademisierung und Deprofessionalisierung. In: KZfSS. 34. Jg., Heft 2: 193-223
- Held, David/John B. Thompson (Hg.) (1989): Social theory of modern societies: Anthony Giddens and his critics. Cambridge
- Herbst, Dieter (1998): Corporate Identity. Berlin
- Hesse, Hans Allbrecht (1968): Berufe im Wandel. Ein Beitrag zum Problem der Professionalisierung. Stuttgart
- Hesse, Hans Allbrecht (1998): Experte, Laie, Dilettant. Über Nutzen und Grenzen von Fachwissen. Opladen, Wiesbaden
- Hill, Wilhem/Raymond Fehlbaum/Peter Ulrich (1981): Organisationslehre 1. 3. überarbeitete Auflage. Bern, Stuttgart
- Hippler, H.-J. (1988): Methodische Aspekte schriftlicher Befragungen: Probleme und Forschungsperspektiven. In: Planung und Analyse. 6/88: 244-248
- Hoepfner, Georg (1975): Public Relations als Stabsfunktion in der Großunternehmung. Grundlagen, Probleme und Gestaltung der PR als Instrument der Unternehmensführung unter besonderer Berücksichtigung der Literatur und Praxis in den USA. Dissertation an der FU Berlin. Berlin
- Hon, Linda Ch./Larissa A. Grunig/David M. Dozier (1992): Women in Public Relations. Problems and Opportunities. In: James E. Grunig (Hg.): Excellence in Public Relations and Communications Management. Hillsdale: 419-438
- Hunt, Todd/David W. Thompson (1988): Bridging the gender gap in PR courses. In: Journalism Educator. 43. Jg., Nr. 1: 49-51
- Janisch, M. (1993): Das strategische Anspruchsgruppenmanagement: Vom Shareholder Value zum Stakeholder Value. Bern, Stuttgart

- Jarren, Otfried (1994): Politik und politische Kommunikation in der modernen Gesellschaft. In: Aus Politik und Zeitgeschichte. Beilage zur Wochenzeitschrift Das Parlament. Nr. 39 vom 30.9.1994: 3-10
- Jarren, Otfried (Hg.) (1995): Medien und Journalismus 2. Eine Einführung. Opladen
- Jarren, Otfried/Ulrike Röttger (1999): Politiker, politische Öffentlichkeitsarbeiter und Journalisten als Handlungssystem. Ein Ansatz zum Verständnis politischer PR. In: Lothar Rolke/Volker Wolff (Hg.): Wie die Medien die Wirklichkeit steuern und selbst gesteuert werden. Opladen, Wiesbaden: 199-221
- Jarren, Otfried/Klaus-Dieter Altmeppen/Wolfgang Schulz (1993): Parteintern – Medien und innerparteiliche Entscheidungsprozesse. In: Wolfgang Donsbach/Otfried Jarren/Hans Mathias Kepplinger/Barbara Pfetsch: Beziehungsspiele – Medien und Politik in der öffentlichen Diskussion. Gütersloh: 111-158
- Jarren, Otfried/Hartmut Weßler (1998): Wissenschaft in den Medien als Politisierungsprozeß. Überlegungen zu einer Neuorientierung in der Wissenschaftskommunikationsforschung. In: Wolfgang Duchkowitsch/Fritz Hausjell/Walter Hömberg/Arnulf Kutsch/ Irene Neverla. (Hg.): Journalismus als Kultur. Opladen: 189-202
- Kalt, Gero (1995): Der PR-Beruf. Basiszahlen und Fakten. In: MedienKritik. Nr. 28 vom 10.7.1995: 13-15
- Katz, Robert L. (1974): Skills if an effective administrator. In: Harvard Business Report, Sep.-Oct. 1974: 90-102
- Kepplinger, Mathias/Inge Vohl (1976): Professionalisierung des Journalismus? Theoretische Probleme und empirische Befunde. In: Rundfunk und Fernsehen 4/76: 309-343
- Keuneker, Susanne/Markus Kriener/Miriam Meckel (1997): Von Gleichem und Ungleichem. Frauen im Journalismus. In: Rundfunk und Fernsehen. 45. Jg., Heft 1: 30-45
- Kieser, Alfred/Cornelia Hegele/Matthias Klimmer (1998): Kommunikation im organisatorischen Wandel. Stuttgart
- Kieser, Alfred/Herbert Kubicek (1992): Organisation. 3. überarbeitete Auflage. Berlin, New York
- Kießling, Bernd (1988): Kritik der Giddensschen Sozialtheorie. Ein Beitrag zur theoretisch-methodischen Grundlegung der Sozialwissenschaften. Frankfurt/Main
- Kipnis, David/Stuart M. Schmidt/Ian Wilkinson (1980): Intraorganizational influence tactics: Explorations in getting one's way. In: Journal of Applied Psychology. 65: 440-452
- Klatetzki, Thomas (1993): Wissen, was man tut. Professionalität als organisationskulturelles System. Eine ethnographische Interpretation. Bielefeld
- Klaus, Elisabeth (1995): Medien und Geschlecht. Theoretische und methodische Perspektiven. In: Medien & Zeit. 1/95: 3-17
- Klaus, Elisabeth (1997): Die Brent-Spar-Kampagne oder: Wie funktioniert Öffentlichkeit? In: Ulrike Röttger (Hg.): PR-Kampagnen. Über die Inszenierung von Öffentlichkeit. Opladen: 99-123
- Klaus, Elisabeth (1998): Kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung. Zur Bedeutung der Frauen in den Massenmedien und im Journalismus. Opladen
- Kleindieck, Horst W. (1992): Flug über den Wolken. In: pr-magazin. 10/92: 35-36
- Kleinert, Horst (1982): Ökonomische Aspekte der Öffentlichkeitsarbeit. In: Günther Haedrich/Günther Bartenheier/Horst Kleinert (Hg.): Öffentlichkeitsarbeit. Berlin, New York: 27-33
- Knorr, Ragnwolf H. (1984): Public Relations als System-Umwelt-Interaktion. Dargestellt an der Öffentlichkeitsarbeit einer Universität. Wiesbaden
- Köcher, Alfred/Eliane Birchmeier (1992): Public Relations? Public Relations! Konzepte, Instrumente und Beispiele für erfolgreiche Unternehmenskommunikation. Zürich
- Kohring, Matthias (1997): Die Funktion des Wissenschaftsjournalismus. Ein systemtheoretischer Entwurf. Opladen
- Kotler, Philip (1978): Marketing für Nonprofit-Organisationen. Stuttgart

- Kotler, Philip (1982): *Marketing Management. Analyse, Planung und Kontrolle*. 4. völlig neu überarbeitete Auflage. Stuttgart
- Kotler, Philip (1988): *Marketing Management. Analysis, Planning, Implementation and Control*. 6. Auflage. Englewood Cliffs, New York
- Kotler, Philip/Eduardo Roberto (1991): *Social Marketing*. Düsseldorf
- Krafft, Alexander/Günter Ulrich (1997): *Akteure im System*. In: Martin Birke/Carlo Buschel/ Michael Schwarz (Hg.): *Handbuch Umweltschutz und Organisation. Ökologisierung, Organisationswandel, Mikropolitik*. München: 92-133
- Kruckeberg, Dean/Kenneth Starck (1988): *Public Relations and Community. A Reconstructed Theory*. New York, London
- Krzeminski, Michael (Hg.) (1994): *Praxis des Social Marketing: erfolgreiche Kommunikation für öffentliche Einrichtungen, Vereine, Kirchen und Unternehmen*. Frankfurt/Main
- Kückelhaus, Andrea (1998): *Public Relations: Die Konstruktion von Wirklichkeit*. Opladen
- Kunczik, Michael (1993): *Public Relations. Konzepte und Theorien*. Böhlau
- Kunczik, Michael (1994): *Public Relations: Angewandte Kommunikationswissenschaft oder Ideologie? Ein Beitrag zur Ethik der Öffentlichkeitsarbeit*. In: Wolfgang Armbrrecht/ Ulf Zabel (Hg.): *Normative Aspekte der Public Relations*. Opladen: 265-280
- Küpper, Willi/Günther Ortman (Hg.) (1988): *Mikropolitik. Rationalität, Macht und Spiele in Organisationen*. Opladen
- Kurtz, Thomas (1997): *Professionalisierung im Kontext sozialer Systeme. Der Beruf des Deutschen Gewerbelehrers*. Opladen
- Larson, Magali Sarfatti (1977): *The rise of professionalism; a sociological analysis*. Berkeley
- Laube, Gerhard L. (1986): *Betriebsgrößenspezifische Aspekte der PR*. Frankfurt/Main
- Lautmann, Rüdiger/Michael Meuser (1986): *Verwendung der Soziologie in Handlungswissenschaften am Beispiel von Pädagogik und Jurisprudenz*. In: *KZfSS*. 38. Jg., Heft 4: 685-708
- Lauren, Martha M. (1992a): *Effects of Gender on Professional Encroachment in Public Relations*. In: *Journalism Quarterly*. 69. Jg., Nr. 1: 173-180
- Lauren, Martha M. (1992b): *Public Relations Roles, Intraorganizational Power, and Encroachment*. In: *Journal of Public Relations Research* 4. Jg., Nr. 2: 61-80
- Leichty, Greg/Jeff Springston (1996): *Elaborating Public Relations Roles*. In: *Journalism and Mass Communication Quarterly*. Vol. 73, Nr. 2: 467-477
- Leif, Thomas/Ulrich Galle. (1993): *Social Sponsoring and Social Marketing. Praxisberichte über das neue Produkt Mitgefühl*. Köln
- Lewald, Günter (1994): *Gesellschaftspolitisch orientierte Unternehmenskommunikation. Entwurf eines systemtheoretisch basierten Managementansatzes*. Münster
- Liebert, Tobias (1995): *Sind PR „kommunikatives Handeln“ nach Habermas? Anmerkungen zu Roland Burkarts Konzept einer verständigungsorientierten Öffentlichkeitsarbeit*. In: Günter Bentele/Tobias Liebert (Hg.): *Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit. Darstellung und Diskussion des Ansatzes von Roland Burkart*. (Leipziger Scripten für Public Relations und Kommunikationsmanagement Nr. 1) Leipzig: 38-42
- Löffelholz, Martin (1997): *Dimensionen struktureller Koppelung von Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus. Überlegungen zur Theorie selbstreferentieller Systeme und Ergebnisse einer repräsentativen Studie*. In: Günter Bentele/Michael Haller (Hg.): *Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit*. Konstanz: 187-208
- Löhmer, Manfred (1996): *Leistungen und Honorare der PR-Agenturen und PR-Berater*. In: *Handbuch PR. Ergänzungslieferung März 1996*. Neuwied, Krieffel: Gliederungspunkt 1.910/1-8
- Lucas-Barchert, Ursula (1989): *Public Relations: Besonders interessant für Frauen*. In: *Dialog*. Nr. 3/1989: 9-18
- Luhmann, Niklas (1981): *Soziologische Aufklärung 3: Soziales System, Gesellschaft, Organisation*. Opladen

- Luhmann, Niklas (1983): *Liebe als Passion. Zur Codierung von Intimität*. 3. Auflage. Frankfurt/Main
- Luhmann, Niklas (1984): *Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie*. Frankfurt/Main
- Macharzina, Klaus (1993): *Unternehmensführung. Das internationale Managementwissen. Konzepte, Methoden, Praxis*. Wiesbaden
- Marcinkowski, Frank (1993): *Publizistik als autopoietisches System. Politik und Massenmedien. Eine systemtheoretische Analyse*. Opladen
- Martens, Will (1997): *Organisation und gesellschaftliche Teilsysteme*. In: Günther Ortman/ Jörg Sydow/Klaus Türk (Hg.): *Theorien der Organisation. Die Rückkehr der Gesellschaft*. Opladen: 263-311
- Mathes, Rainer/Hans-Dieter Gärtner/Andreas Czapliski (1991): *Kommunikation in der Krise: Autopsie eines Medienereignisses*. Frankfurt/Main
- Mathews, Wilma (1986): *The Velvet Ghetto*. In: *International Public Relations Review*. 10. Jg., Nr. 3: 28-34
- May, Thomas (1997): *Organisationskultur. Zur Rekonstruktion und Evaluation heterogener Ansätze in der Organisationstheorie*. Opladen
- Mayntz, Renate (Hg.) (1968): *Bürokratische Organisation*. Köln, Berlin
- McMillian, S. J. (1984): *Public Relations in trade and professional associations: Location, model, structure, environment and values*. Unpublished master's thesis. University of Maryland, College Park, MD
- Medienhandbuch Hamburg (1996): *Über 9000 Adressen für Film, Funk, TV, Fotografie, Presse, Werbung, neue Medien sowie Kunst und Kultur Hamburg*
- Meffert, Heribert (1988): *Strategische Public Relations – Ansätze zur Neuorientierung der Öffentlichkeitsarbeit*. In: ders. (Hg.): *Strategische Unternehmensführung und Marketing*. Wiesbaden: 374-386
- Merten, Klaus (1992): *Begriff und Funktionen der Public Relations*. In: *pr-magazin*. 11/92: 35-46
- Merten, Klaus (1996): *Anforderungsprofil für PR-Ausbildung. Studie im Auftrag der GPRÄ und der DAPR, unveröffentlichter Abschlußbericht*. Münster
- Merten, Klaus (1997a): *Das Berufsbild von PR – Anforderungsprofile und Trends. Ergebnisse einer Studie*. In: *Handbuch PR. Ergänzungslieferung vom 12.3.1997*. Neuwied, Krefeld: Gliederungspunkt 3.635/1-23
- Merten, Klaus (1997b): *PR als Beruf. Anforderungsprofile und Trends für die PR-Ausbildung*. In: *pr-magazin*. 1/97: 43-50
- Merten, Klaus/Joachim Westerbarkey (1994): *Public Opinion und Public Relations*. In: Klaus Merten/Siegfried J. Schmidt/Siegfried Weischenberg (Hg.) (1994): *Die Wirklichkeit der Medien*. Opladen: 188-211
- Miebach, Bernhard (1991): *Soziologische Handlungstheorie. Eine Einführung*. Opladen
- Miller, Max (1992): *Rationaler Dissens. Zur gesellschaftlichen Funktion sozialer Vernunft*. In: Hans Joachim Giegel (Hg.): *Kommunikation und Konsens in modernen Gesellschaften*. Frankfurt/Main: 31-58
- Mintzberg, Henry (1973): *The Nature of Managerial Work*. New York
- Mintzberg, Henry (1979): *The Structuring of Organizations: A Synthesis of the research*. Englewood Cliffs
- Mintzberg, Henry (1991): *Mintzberg über Management. Führung und Organisation, Mythos und Realität*. Wiesbaden
- Mühlfeld, Claus (1993): *Der Mensch als ärgerliche Tatsache*. In: Georg Hörmann (Hg.): *In Systemen gefangen – Zur Kritik systemischer Konzepte in den Sozialwissenschaften*. Münster: 114-139
- Müller, Dietmar (1998): *PR-Evaluation verlangt nach strategischer Planung*. In: *Handbuch PR. Ergänzungslieferung Mai 1998*. Neuwied, Krefeld: Gliederungspunkt 1.622/1-8
- Müller, Hans-Peter (1992): *Sozialstruktur und Lebensstile. Der neuere theoretische Diskurs über soziale Ungleichheit*. Frankfurt/Main

- Müller-Böling, Detlef/Iris Ramme (1990): Informations- und Führungstechniken für Führungskräfte: Top-Manager zwischen Technikeuphorie und Tastaturphobie. München, Wien
- Müller-Scholl, Ulrich (1995): Erfolgs- vs. Verständigungsorientierung. Kritisches Statement zu Roland Burkart's Konzept für verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit. In: Günter Bentele/Tobias Liebert (Hg.): Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit. Darstellung und Diskussion des Ansatzes von Roland Burkart. (Leipziger Scripten für Public Relations und Kommunikationsmanagement Nr. 1): 43-46
- Murphy, Priscilla (1989): Game Theory as a Paradigm for the Public Relations Function. In: Carl H. Botan/Vincent Hazleton Jr. (Hg.): Public Relations Theory. Hillsdale: 173-192
- Murphy, Priscilla (1991): The Limits of Symmetrie: A Game Theory Approach to Symmetric and Asymmetric Public Relations. In: Public Relations Research Annual, Vol. 3. Hillsdale: 115-131
- Murphy, Priscilla (1996): Chaos Theory as a Model for Managing Issues and Crisis. In: Public Relations Review. 22. Jg., Nr. 2: 95-113
- Neidhardt, Friedhelm (1994): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegung. In: ders. (Hg.): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegung. (KZfSS Sonderheft 34) Opladen: 7-41
- Neuberger, Oswald (1984): Führung. Ideologie, Struktur, Verhalten. Stuttgart
- Neuberger, Oswald (1988): Spiele in Organisationen, Organisationen als Spiele. In: Willi Küpper/Günther Ortman (Hg.) (1988): Mikropolitik. Rationalität, Macht und Spiele in Organisationen. Opladen: 53-86
- Neuberger, Oswald (1994): Zur Ästhetisierung des Managements. In: Günther Schreyögg/ Peter Conrad (Hg.): Managementforschung 4. Dramaturgie des Managements. Laterale Steuerung. Berlin, New York: 1-70
- Neuberger, Oswald (1995): Mikropolitik. Der alltägliche Aufbau und Einsatz von Macht in Organisationen. Stuttgart
- Neuberger, Oswald/Ain Kompa (1987): Wir, die Firma. Der Kult um die Unternehmenskultur. Weinheim, Basel
- Nissen, Peter/Walter Menningen (1977): Der Einfluß der Gatekeeper auf die Themenstruktur der Öffentlichkeit. In: Publizistik. 2/77: 159-177
- Noelle-Neumann, Elisabeth (1982): Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung – unsere soziale Haut. Frankfurt/Main
- Noelle-Neumann, Elisabeth (1989): Öffentliche Meinung. Die Entdeckung der Schweigespirale. Frankfurt/Main
- Nöthe, Bettina (1994): PR-Agenturen in Deutschland. Münster
- Noller, Peter/Werner Georg (1994): Das Berufsmilieu als Feld posttraditionaler Formen der Sozialintegration. Die neue Dienstleistungsklasse in Frankfurt am Main. In: Berliner Journal für Soziologie. Heft 2/94: 217-232
- Oeckl, Albert (1995): Taschenbuch des öffentlichen Lebens. Bonn
- Oevermann (1983): Hermeneutische Sinnkonstruktion als Therapie und Pädagogik mißverstanden, oder das notorisch strukturtheoretische Defizit pädagogischer Wissenschaft. In: D. Garz/K. Kraimer (Hg.): Brauchen wir andere Forschungsmethoden? Beiträge zur Diskussion interpretativer Verfahren. Frankfurt/Main: 113-155
- Ortmann, Günther (1988a): Handlung, System, Mikropolitik. In: Willi Küpper/Günther Ortman (Hg.): Mikropolitik: Rationalität, Macht und Spiele in Organisationen. Opladen: 217-225
- Ortmann, Günther (1995a): Management und Mikropolitik. Ein strukturationstheoretischer Ansatz (zusammen mit Albrecht Becker). In: ders.: Formen der Produktion. Organisation und Rekursivität. Opladen: 43-80
- Ortmann, Günther (1995b): Formen der Produktion. Organisation und Rekursivität. Opladen

- Ortmann, Günther (1995c): Unter der Hand. Über die Virulenz verpönter Interaktion. In: Birgit Volmberg/Thomas Leithäuser/Oswald Neuberger/Günther Ortmann/Burkhard Sievers: Nach allen Regeln der Kunst. Macht und Geschlecht in Organisationen. Freiburg: 251-269
- Ortmann, Günther (1997): Das Kleist-Theorem. Über Ökologie, Organisation und Rekursivität. In: Martin Birke/Carlo Buschel/Michael Schwarz (Hg.): Handbuch Umweltschutz und Organisation. Ökologisierung, Organisationswandel, Mikropolitik. München: 23-91
- Ortmann, Günther/Jörg Sydow/Klaus Türk (1997): Organisation als reflexive Strukturierung. In: dies. (Hg.): Theorien der Organisation. Die Rückkehr der Gesellschaft. Opladen: 315-354
- Ortmann, Günther/Andreas Windeler/Albrecht Becker/Hans-Joachim Schulz (1990): Computer und Macht in Organisationen. Mikropolitische Analysen. Opladen
- Ostner, Ilona (1978): Beruf und Hausarbeit. Frankfurt/Main, New York
- o.V. (1999): Fettes Jahr für die PR-Branche. In: pr-magazin 3/99: 43
- Pauli-Balleis, G. (1987): Polit-PR: Strategische Öffentlichkeitsarbeit politischer Parteien. Zur Praxis der CSU. Zürndorf
- Pearson, Ron (1989a): Beyond Ethical Relativism in Public Relations: Coorientation, Rules, and the Idea of Communication Symmetry. In: Public Relations Research Annual, Vol. 1, Hillsdale (NJ): 67-86
- Pearson, Ron (1989b): Business Ethics as Communication Ethics: Public Relations Practice and the Idea of Dialogue. In: Carl H. Botan/Vincent Hazleton Jr. (Hg.): Public Relations Theory. Hillsdale (NJ): 111-131
- Perrow, C. (1991): A Society of Organizations. In: Theory and Society 15: 11-45
- Peters, Bernhard (1993): Die Integration moderner Gesellschaften. Frankfurt/Main
- Pfadenhauer, Michaela (1998): Das Problem zur Lösung. Inszenierung von Professionalität. In: Herbert Willems/Martin Jurga (Hg.): Inszenierungsgesellschaft. Ein einführendes Handbuch. Opladen: 291-304
- Pfeffer, Jeffrey/Gerald R. Salancik (1978): The external control of organizations. New York
- Pollack, E. J. (1984): An organizational analysis of four public relations models in the federal government. Unpublished master's thesis. University of Maryland, College Park
- Pollack, R. A. (1986): Testing the Grunig organizational theory in scientific organization: Public relations and the values of dominant coalition. Unpublished master's thesis. University of Maryland, College Park, MD
- PR Executive Search (1994): Umfrage zum Thema „Öffentlichkeitsarbeit“ bei den 500 größten Unternehmen in Deutschland. In: pr-magazin 9/94: 29-35
- Pracht, Petra (1991): Zur Systematik und Fundierung praktischer Öffentlichkeitsarbeit. Ein Soll-Ist-Vergleich. In: pr-magazin 5/91: 39-46
- Rademacher, Lars (1999): Weitere Akademisierung der PR-Ausbildung in Deutschland. In: Public Relations Forum Juli/August 1999. Quelle: <http://www.prforum.de/p990702.htm> (Stand: 13. Juli 1999)
- Raffée, Hans (1995): Marketing-Wissenschaft. In: B. Tietz/R. Köhler/J. Zentes (Hg.): Handwörterbuch des Marketing. 2. Auflage. Stuttgart: Sp. 1668-1682
- Raffée, Hans/Klaus-Peter Wiedmann (1987): Dialoge 2: Konsequenzen für das Marketing. Hamburg
- Raffée, Hans/Klaus-Peter Wiedmann (1989): Corporate Communication als Aktionsinstrumentarium des strategischen Marketing. In: dies. (Hg.): Strategisches Marketing. 2. Auflage. Stuttgart: 662-691 (Erstveröffentlichung 1985)
- Raffée, Hans/Klaus-Peter Wiedmann/Bodo Abel (1983): Sozio-Marketing. In: Martin Irle (Hg.): Handbuch der Psychologie. Göttingen: 675ff.
- Rakow Lana F. (1989): From the feminization of public relations to the promise of feminism. In: Toth, Elizabeth L./Carolyne G. Cline (Hg.) (1989): Beyond the Velvet Ghetto. San Francisco 287-298
- Rakow, Lana F. (1992): Women making meaning. New feminist directions in communication. New York, London

- Raupp, J. (2006). Kumulation oder Diversifizierung? Ein Beitrag zur Wissenssystematik der PR-Forschung. In: Karin Pühringer/Sarah Zielmann (Hrsg.): Vom Wissen und Nicht-Wissen einer Wissenschaft. Kommunikationswissenschaftliche Domänen, Darstellungen und Defizite. Berlin: 21-50.
- Reagan, Joey/Ronald Anderson/Janine Sumner/Scott Hill (1990): A factor analysis of Broom and Smith's public relations roles scale. In: *Journalism Quarterly*. Vol. 67. Nr. 1: 177-183
- Redlich, Diane R. (1995) Frauen im Berufsfeld Public Relations. Eine empirische Studie zur beruflichen Situation weiblicher Public-Relations-Fachleute in Deutschland. In: *pr-magazin*. 5/95: 33-40
- Redlich, Thomas (1992): Gesellschaftsorientierte Öffentlichkeitsarbeit als Chance für das politische System und die Parteien. Münster
- Reichertz, Jo (1994): Selbstgefälliges zum Anziehen. In: Norbert Schröer (Hg.): *Interpretative Sozialforschung*. Opladen: 253-280
- Reichertz, Jo (1995): „Wir kümmern uns um mehr als Autos!“ Werbung als moralische Unternehmung. In: *Soziale Welt*. 46. Jg., Heft 4: 469-490
- Riefler, Stefan (1988): Public Relations als Dienstleistung. In: *pr-magazin* 5/88: 33-44
- Roloff, Christine (1992): Zur Marginalität von Frauen in den Expertenberufen der Naturwissenschaft und Technologie. In: Angelika Wetterer (Hg.): *Profession und Geschlecht: über die Marginalität von Frauen in hochqualifizierten Berufen*. Frankfurt/Main: 133-143
- Ronneberger, Franz (1977): *Legitimation durch Information*. Düsseldorf, Wien
- Ronneberger, Franz (1991): *Legitimation durch Information*. Ein kommunikationswissenschaftlicher Ansatz zur Theorie der PR. In: Johanna Dorer/Klaus Lojka (Hg.): *Öffentlichkeitsarbeit – theoretische Ansätze, empirische Befunde und Berufspraxis der Public Relations*. Wien: 8-19 [Erstveröffentlichung 1975]
- Ronneberger, Franz/Rühl, Manfred (1992): *Theorie der Public Relations*. Ein Entwurf. Opladen
- Röttger, Ulrike (1995): *Der PR-Arbeitsmarkt*. Inhaltsanalytische Untersuchung von PR-Stellenanzeigen der Jahre 1993 und 1994. Hannover. (unveröffentlichtes Gutachten im Auftrag der Fachhochschule Hannover).
- Röttger, Ulrike (1997a): Journalistische Qualifikationen in der Öffentlichkeitsarbeit. Inhaltsanalyse von PR-Stellenanzeigen. In: Günter Bentele/Michael Haller (Hg.): *Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit: Akteure, Strukturen, Veränderungen*. Konstanz: 267-277
- Röttger, Ulrike (Hg.) (1997b): *PR-Kampagnen*. Über die Inszenierung von Öffentlichkeit. Opladen
- Röttger, Ulrike (1997c): „Campaigns (f)or a better world?“ In: dies. (Hg.): *PR-Kampagnen*. Über die Inszenierung von Öffentlichkeit. Opladen: 13-33
- Röttger, Ulrike (2009): Welche Theorien für welche PR? In: Ulrike Röttger (Hg.): *Theorien der Public Relations*. Grundlagen und Perspektiven der PR-Forschung. 2. aktual. u. erw. Aufl. Wiesbaden: 9-25.
- Röttger, Ulrike/Jochen Hoffmann/Otfried Jarren (2003): *Public Relations in der Schweiz*. Konstanz.
- Rucht, Dieter (1991): Parteien, Verbände und Bewegungen als Systeme politischer Interessenvermittlung. Discussion Paper FS III 91-107 des Wissenschaftszentrums Berlin
- Rudolph, Hagen (1996): Erfolg von Unternehmen. Plädoyer für einen kritischen Umgang mit dem Erfolgsbegriff. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte*. Beilage zur Wochenzeitschrift *Das Parlament*. Nr. 23 vom 31. Mai 1996: 32-39
- Rühl, Manfred (1969): *Die Zeitungsredaktion als organisiertes soziales System*. Gütersloh
- Rühl, Manfred (1980): *Journalismus und Gesellschaft*. Bestandsaufnahme und Theorieentwurf. Mainz
- Rühl, Manfred (1990): *Innenansichten eines emergierenden Fachtypus der Kommunikationswissenschaft*. Analysen und Synthesen 3. Forschungsstelle für Kommunikationspolitik. Bamberg
- Rühl, Manfred (1992a): *Elfenbeintürmer – unbekannt verzogen*. In: *pr-magazin*. 4/92: 35-56

- Rühl, Manfred (1992b): Public Relations – Innenansichten einer emergierenden Kommunikationswissenschaft. In: Horst Avenarius/Wolfgang Armbrrecht (Hg.): Ist Public Relations eine Wissenschaft? Opladen: 79-102
- Rühl, Manfred (1992c): Theorie des Journalismus. In: Roland Burkart/Walter Hömberg (Hg.): Kommunikationstheorien. Wien: 117-133
- Rühl, Manfred (1992d): Public Relations ist, was Public Relations tut. Fünf Schwierigkeiten, eine allgemeine PR-Theorie zu entwerfen. In: pr-magazin 4/92: 35-46
- Rühl, Manfred (1998): Organisatorischer Journalismus. In: Max Kaase/Winfried Schulz (Hg.): Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde. Sonderheft 30/1989 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Opladen: 253-268
- Ruß-Mohl, Stephan (1992): Gefährdete Autonomie? Zur Außen- und Selbststeuerung von Public Relations – Das Beispiel USA. In: Horst Avenarius/Wolfgang Armbrrecht (Hg.): Ist Public Relations eine Wissenschaft? Opladen: 311-324
- Rust, Holger (1993): Die Entgrenzung von Wissenschaft und Praxis. In: Günter Bentele/Manfred Rühl: Theorien öffentlicher Kommunikation. München: 275-287
- Rybarczyk, Christoph (1998): Great Communicators? Der Präsident, seine PR, die Medien und ihr Publikum. Eine Studie zur politischen Kommunikation in den USA. Münster
- Saffarnia, Pierre A. (1993): Determiniert Öffentlichkeitsarbeit tatsächlich den Journalismus? Empirische Belege und theoretische Befunde gegen die PR-Determinierungsannahme. In: Publizistik. 3/93: 412-425
- Saxer, Ulrich (1991): Public Relations als Innovation. Innovationstheorie als public-relationswissenschaftlicher (sic!) Ansatz. In: Media Perspektiven. 5/91: 273-290
- Saxer, Ulrich (1992): Public Relations als Innovation. In: Horst Avenarius/Wolfgang Armbrrecht (Hg.): Ist Public Relations eine Wissenschaft? Opladen: 47-78
- Saxer, Ulrich (1994): Norm und Gegenorm. Probleme von Normenverträglichkeit in der PR-Arbeit. In: Wolfgang Armbrrecht/Ulf Zabel (Hg.) (1994): Normative Aspekte der Public Relations: 195-224
- Saxer, Ulrich (1997): Kommunikatorforschung und Kommunikatoren. In: Günter Bentele/ Michael Haller (Hg.): Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. München: 39-54
- Schelsky, Helmut (1972): Die Bedeutung des Berufs in der modernen Gesellschaft. In: Thomas Luckmann/Walter M. Sprondel (Hg.): Berufssoziologie. Köln: 25-35
- Scherer, Helmut (1998): Öffentliche Meinung. In: Otfried Jarren/Ulrich Sarcinelli/Ulrich Saxer (Hg.): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch. Opladen, Wiesbaden: 693-694
- Schimank, Uwe (1985): Der mangelnde Akteursbezug systemtheoretischer Erklärungen gesellschaftlicher Differenzierung. In: Zeitschrift für Soziologie. Nr. 14: 421-434
- Schimank, Uwe (1988): Gesellschaftliche Teilsysteme als Akteursfiktionen. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Nr. 40: 619-639
- Schlautmann, C. (1993): Warten aufs Wunder. In: pr-magazin. 3/93: 15-16
- Schlippe, Bettina von (1998): PR-Weiterbildung: Stand, Entwicklung, Trends und Perspektiven. In: Bettina von Schlippe/Bernd-Jürgen Martini/Günther Schulze-Fürstenow (Hg.): Arbeitsplatz PR. Einstieg, Berufsbilder, Perspektiven. Neuwied, Kriftel: 187-216
- Schlippe, Bettina von/Bernd-Jürgen Martini/Günther Schulze-Fürstenow (Hg.) (1998): Arbeitsplatz PR. Einstieg, Berufsbilder, Perspektiven. Neuwied, Kriftel
- Schmitt-Beck, Rüdiger (1998): Kommunikation (Neuer) Sozialer Bewegungen. In: Otfried Jarren/Ulrich Sarcinelli/Ulrich Saxer (Hg.): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Opladen, Wiesbaden: 473-481
- Schneidewind, Uwe (1998): Die Unternehmung als strukturpolitischer Akteur. Kooperatives Schnittstellenmanagement im ökologischen Kontext. Marburg
- Scholl, Armin/Siegfried Weischenberg (1998): Journalismus in der Gesellschaft. Theorie, Methodologie und Empirie. Opladen

- Schreyögg, Georg (1996): *Organisation. Grundlagen moderner Organisationsgestaltung*. Wiesbaden
- Schulz, Beate (1991): *Strategische Planung von Public Relations*. Frankfurt/Main
- Schulze-Fürstenow, Günther (1988): *PR-Perspektiven. Beitrag zum Selbstverständnis gesellschaftsorientierter Öffentlichkeitsarbeit*. Neuwied
- Schwarz, Peter (1992): *Management in Nonprofit-Organisationen*. Bern
- Schweda, Claudia/Rainer Opherden (1995): *Journalismus und Public Relations. Grenzziehungen im System lokaler politischer Kommunikation*. Wiesbaden
- Scott, William Richard (1969): *Professionell Employees in a Bureaucratic Structure: Social Work*, In: Amitai Etzioni (Hg.): *The Semi-Professionals and their Organization*. Toronto: 82-140
- Scott, William Richard (1986): *Grundlagen der Organisationstheorie*. Frankfurt/Main, New York (amerikanisches Original 1981)
- Seidenabel, Christian (1998): *Das Kommunikationsmanagement von Werbeagenturen*. Wiesbaden
- Selchert, Martin (1997): *Organisationsstrukturen und Professionalität. Formen und Funktionen professioneller In-house Dienstleistungen*. Hamburg
- Senatsamt für den Verwaltungsdienst/Organisationsamt (1995): *Hamburg Handbuch*. Hamburg
- Serini, Shirley A. (1993): *Influences on the Power of Public Relations Professionals in Organizations: A Case Study*. In: *Journal of Public Relations Research*. 5(1): 1-25
- Seydel, Sabine (1998): *Ökologieorientiertes Kommunikationsmanagement. Strategische Kommunikation mit Anspruchsgruppen*. Wiesbaden
- Shapere, Dudley (1977): *Scientific Theories and their Domains*. In: Frederick Suppe (Hg.): *The Structure of Scientific Theories*. 2. Auflage. Urbana: 518-565
- Siegrist, Hannes (1990): *Professionalization as a process: patterns, progression and discontinuity*. In: Michael Burrage/Rolf Torstendahl (Hg.): *Professions in Theory and History. Rethinking the Study of Professions*. London: 177-202
- Signitzer, Benno (1988): *Public Relations-Forschung im Überblick. Systematisierungsversuche auf der Basis neuerer amerikanischer Studien*. In: *Publizistik*. Heft 1/88: 92-116
- Signitzer, Benno (1990): *Umriss einer künftigen Public Relations-Wissenschaft. Ihre Funktion im Professionalisierungsprozeß*. In: Klaus Dörrbecker/Thomas Rommerskirchen (Hg.): *Blick in die Zukunft. Kommunikationsmanagement. Perspektiven und Chancen der Public Relations*. Remagen-Rolandseck: 281-295
- Signitzer, Benno (1992a): *Aspekte der Produktion von Public Relations-Wissen. PR-Forschung in studentischen Abschlußarbeiten*. In: Horst Avenarius/Wolfgang Armbrrecht (Hg.): *Ist Public Relations eine Wissenschaft?* Opladen: 171-206
- Signitzer, Benno (1992b): *Theorie der Public Relations*. In: Roland Burkart/Walter Hömberg (Hg.): *Kommunikationstheorien. Ein Textbuch zur Einführung*. Wien: 134-152
- Signitzer, Benno (1994): *Professionalisierungstheoretische Ansätze und Public Relations: Überlegungen zur PR-Berufsforschung*. In: Wolfgang Armbrrecht/Ulf Zabel (Hg.): *Normative Aspekte der Public Relations*. Opladen: 265-289
- Signitzer, Benno (1998): *Professionalisierung durch Ausbildung?* In: *Medien Journal* 3/98 – *Public Relations: Qualifikationen und Kompetenzen*: 25-34
- Smircich, Linda (1983): *Concepts of Culture an Organizational Analysis*. In: *Administrative Science Quarterly* 28: 339-358
- Staatliche Pressestelle der Freien und Hansestadt (1996): *Behörden und Pressestellen*. Hamburg
- Staehele, Wolfgang H. (1990): *Management. Eine verhaltenswissenschaftliche Perspektive*. 5. überarbeitete Auflage. München
- Staehele, Wolfgang H. (1992): *Vom Unternehmer zum Manager – Konsequenzen für PR*. In: Horst Avenarius/Wolfgang Armbrrecht (Hg.): *Ist PR eine Wissenschaft?* Opladen: 245-256
- Stapf, Ingo (1991): *Die deutsche PR-Beratungsbranche – eine Systematisierung des Marktes, die Wettbewerbssituation und die Bedeutung der Branchenverbände DPRG und GPRA*. In: *pr-magazin*. 6/91: 37-48

- Steinmann, Horst/Ansgar Zerfaß (1995): Management der integrierten Unternehmenskommunikation. Konzeptionelle Grundlagen und strategische Implikationen. In: Rupert Ahrens/Helmut Scherer/Ansgar Zerfaß (Hg.): Integriertes Kommunikationsmanagement. Ein Handbuch für Öffentlichkeitsarbeit, Marketing, Personal- und Organisationsentwicklung. Frankfurt/Main: 11-50
- Steinmann, Horst/Georg Schreyögg (1990): Management. Grundlagen der Unternehmensführung. Konzepte, Funktionen, Praxisfälle. Wiesbaden
- Stewart, Rosemary (1982): Choices for the manager – A guide to the managerial work and behavior. London
- Streek, Wolfgang (1987): Vielfalt und Interdependenz. Überlegungen zur Rolle von intermediären Organisationen in sich verändernden Umwelten. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. 39: 471-495
- Strehl, Franz (1987): In: Alfred Kieser/Gerhard Reber/Rolf Wunderer (Hg.): Handwörterbuch der Führung. Stuttgart: Sp. 33-46
- Stuiber, Heinz-Werner (1992): Theorieansätze für Public Relations – Anmerkungen aus sozialwissenschaftlicher Sicht. In: Horst Avenarius/Wolfgang Armbrecht (Hg.): Ist Public Relations eine Wissenschaft? Opladen: 207-220
- Sülzer, Rolf/Arthur Zimmermann (1996): Die Organisation als Inszenierung. In: dies.: Organisieren und Organisation verstehen. Opladen: 88-119
- Szyszka, Peter (1990): Der Mythos vom „anderen“ Journalisten. Ein Berufsbild zwischen Schein und Sein. In: pr-magazin. 4/90: 27-38
- Szyszka, Peter (1993): Falsche Erwartungen? In: pr-magazin. 1/93: 48-50
- Szyszka, Peter (1995a): Öffentlichkeitsarbeit und Kompetenz: Probleme und Perspektiven künftiger Bildungsarbeit. In: Günter Bentele/Peter Szyszka (Hg.): PR-Ausbildung in Deutschland. Entwicklung, Bestandsaufnahme und Perspektiven. Opladen: 317-342
- Szyszka, Peter (1995b): Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit. Überlegungen zum Theorie-Praxis-Transfer des Burkart-Konzeptes (VÖA). In: Günter Bentele/Tobias Liebert (Hg.): Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit. Darstellung und Diskussion des Ansatzes von Roland Burkart. (Leipziger Scripten für Public Relations und Kommunikationsmanagement Nr. 1) Leipzig: 50-59
- Szyszka, Peter (1997): PR-Praxis und ihre theoretischen Grundlagen. Zum Stand der theoretischen Fundierung von Public Relations. In: Handbuch PR. Ergänzungslieferung vom 15.10.97. Neuwied, Kriftel: Gliederungspunkt 3.250/1-20
- Szyszka, Peter (1998a): Öffentlichkeitsarbeit – ein Demokratieprodukt? Zur Frage einer Bewertung „sozialistischer“ Öffentlichkeitsarbeit. In: Tobias Liebert (Hg.): Public Relations in der DDR. Befunde und Positionen zu Öffentlichkeitsarbeit und Propaganda. (Leipziger Scripten für Public Relations und Kommunikationsmanagement Nr. 3). Leipzig: 67-79
- Szyszka, Peter (1998b): Öffentlichkeitsarbeit. Profile und Merkmale beruflicher Basisqualifikationen. In: Medien Journal 3/98. Public Relations: Qualifikationen und Kompetenzen: 16-24
- Szyszka, Peter (Hg.) (1999a): Öffentlichkeit. Diskurs zu einem Schlüsselbegriff der Organisationskommunikation. Opladen. Wiesbaden
- Szyszka, Peter (1999b): „Öffentliche Beziehungen“ als organisationale Öffentlichkeit. Funktionale Rahmenbedingungen von Öffentlichkeitsarbeit. In: ders. (Hg.): Öffentlichkeit. Diskurs zu einem Schlüsselbegriff der Organisationskommunikation. Opladen, Wiesbaden: 131-146
- Szyszka, Peter/Günter Bentele (1995): Auf dem Weg zu einer Fata Morgana? Anspruch und Wirklichkeit deutscher PR-Bildungsarbeit. Ein historischer Abriss. In: Günter Bentele/Peter Szyszka (Hg.): PR-Ausbildung in Deutschland. Entwicklung, Bestandsaufnahme und Perspektiven. Opladen: 17-43
- Szyszka, Peter/Dagmar Schütte/Katharina Urbahn (2009): Public Relations in Deutschland. Eine empirische Studie zum Berufsfeld Öffentlichkeitsarbeit. Konstanz.
- Taylor, Frederick W. (1913): Die Grundsätze wissenschaftlicher Betriebsführung. München (englisches Original: The principles of scientific management. New York 1911)

- Theis, Anna M. (1992): Inter-Organisations-Beziehungen im Mediensystem: Public Relations aus organisationssoziologischer Perspektive. In: *Publizistik*. 37. Jg., Heft 1: 25-35
- Theis, Anna M. (1994): Organisationskommunikation. Theoretische Grundlagen und empirische Forschungen. Opladen
- Theis-Berglmair, Anna M. (1995): PR als Interaktionstypus. Anmerkungen zu Roland Burkarts Konzept einer verständigungsorientierten Öffentlichkeitsarbeit. In: Günter Bentele/Tobias Liebert (Hg.): *Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit. Darstellung und Diskussion des Ansatzes von Roland Burkart*. (Leipziger Scripten für Public Relations und Kommunikationsmanagement Nr. 1) Leipzig: 60-64
- Thoma, Michaela/Matthias Zimmermann (1996): Zum Einfluß der Befragungstechnik auf den Rücklauf bei schriftlichen Umfragen – experimentelle Befunde zur „Total-Design-Methode“. In: *ZUMA-Nachrichten*. 39. Jg., vom 20.11.1996: 141-157
- Torstendahl, Rolf (1990): Essential properties, strategic aims and historical development: three approaches to theories of professionalism. In: Michael Burrage/Rolf Torstendahl (Hg.): *Professions in theory and history*. London: 44- 61
- Toth, Elizabeth L./Carolyn G. Cline (Hg.) (1989): *Beyond the Velvet Ghetto*. San Francisco
- Toth, Elizabeth L./Larissa A. Grunig (1993): The Missing Story of Women in Public Relations. In: *Journal of Public Relations Research*. 5. Jg., Nr. 3: 153-175
- Toth, Elizabeth L./Shirley A. Serini/Donald K. Wright/Arthur G. Emig (1998): Trends in Public Relations Roles: 1990 – 1995. In: *Public Relations Review*. 24 (29): 145-163
- Türk, Klaus (1977): *Soziologie der Organisationen*. Stuttgart
- Türk, Klaus (1989): *Neuere Entwicklungen in der Organisationsforschung. Ein Trendreport*. Stuttgart
- Ulrich, Peter (1977): *Das Großunternehmen als quasi-öffentliche Institution*. Stuttgart
- Ulrich, Peter/Edgar Fluri (1984): *Management*. 3. neu bearbeitete Auflage. Bern u.a.
- Verbände, Behörden, Organisationen der Wirtschaft (1996). Darmstadt
- Vibbert, Steven L. (1987): *Corporate Communication and the management of issues*. Paper presented at the meeting of International Communication Association, Montreal
- Vowe, Gerhard (1997): Feldzüge um die öffentliche Meinung. Politische Kommunikation in Kampagnen am Beispiel von Brent Spar und Mururoa. In: Ulrike Röttger (Hg.): *PR-Kampagnen. Über die Inszenierung von Öffentlichkeit*. Opladen: 125-147
- Wagner, Hans (1978): *Kommunikation und Gesellschaft*. 2 Bde. München
- wbpr (1997): „Wo ist der Schlüssel?“ Zweite Untersuchung zur unternehmensspezifischen Bedeutung von Public Relations. In: <http://www.gpra.de/presse/mai-97.htm> (Stand: 26. Mai 1999)
- Weaver-Lariscy, R. A./L. Sallot/G. T. Cameron (1996): Justice and gender. An instrumental and symbolic explication. In: *Journal of Public Relations Research*. 8. Jg., Nr. 2: 107-121
- Weber, Bernd (1997): Chancen und Risiken von Dialogkommunikation. Erfahrungen beim Immobilienprojekt „Dortmunder U“. In: Ulrike Röttger (Hg.): *PR-Kampagnen. Über die Inszenierung von Öffentlichkeit*. Opladen: 301-308
- Weber, Max (1976): *Wirtschaft und Gesellschaft*. 5. Auflage. Stuttgart (Erstveröffentlichung 1921)
- Wehmeier, Stefan (2006): Dancers in the dark: The myth of rationality in public relations. In: *Public Relations Review*. 32(3): 213-220.
- Wehmeier, Stefan/Howard Nothhaft (2009): Vom Umgang mit Komplexität im Kommunikationsmanagement. Eine soziokybernetische Rekonstruktion. In: Ulrike Röttger (Hg.): *Theorien der Public Relations*. 2. aktual. u. erw. Aufl. Wiesbaden: 151-171.
- Weick, Karl E. (1985): *Der Prozeß des Organisierens*. Frankfurt/Main
- Weischenberg, Siegfried (1990): Das „Prinzip Echternach“. Zur Einführung in das Thema „Journalismus und Kompetenz“. In: ders. (Hg.): *Journalismus und Kompetenz. Qualifizierung und Rekrutierung für Medienberufe*. Opladen: 11-41
- Weischenberg, Siegfried (1992a): Journalismus als soziales System. In: Klaus Merten/Siegfried J. Schmidt/Siegfried Weischenberg: *Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft*. Opladen: 427-454

- Weischenberg, Siegfried (1992b): *Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation. Band 1: Mediensysteme, Medienethik, Medieninstitutionen.* Opladen
- Weischenberg, Siegfried (1995): *Journalistik. Medienkommunikation: Theorie und Praxis. Band 2: Medientechnik, Medienfunktionen, Medienakteure.* Opladen
- Weischenberg, Siegfried/Martin Löffelholz/Armin Scholl (1993): *Profile der Aussagenentstehung. Journalismus in Deutschland: Design und erste Befunde der Kommunikatorstudie.* In: *Media Perspektiven*, Heft 1/93: 21-33
- Weischenberg, Siegfried/Martin Löffelholz/Armin Scholl (1994): *Merkmale und Einstellungen von Journalisten.* *Journalismus in Deutschland II.* In: *Media Perspektiven* 4/94: 154-167
- Westerbarkey, Joachim (1991a): *Das Geheimnis. Zur funktionalen Ambivalenz von Kommunikationsstrukturen.* Opladen
- Westerbarkey, Joachim (1991b): *Geheimnis-Management. Zur Theorie der Öffentlichkeitsarbeit.* In: *gdi-impuls*. 9. Jg., Nr. 1: 47-55
- Westerbarkey, Joachim (1995): *Journalismus und Öffentlichkeit. Aspekte publizistischer Interdependenz und Interpenetration.* In: *Publizistik*. 40. Jg., Heft 2: 152-162
- Westerbarkey, Joachim (1999): *Öffentlichkeit und Nicht-Öffentlichkeit. Thesen, Paradoxien und Folgerungen.* In: Peter Szyszka (Hg.): *Öffentlichkeit. Diskurs zu einem Schlüsselbegriff der Organisationskommunikation.* Opladen, Wiesbaden: 147-155
- Wetterer, Angelika (1992a): *Theoretische Konzepte zur Analyse der Marginalität von Frauen in hochqualifizierten Berufen.* In: dies. (Hg.): *Profession und Geschlecht: Über die Marginalität von Frauen in hochqualifizierten Berufen.* Frankfurt/Main: 13-40
- Wetterer, Angelika (Hg.) (1992b): *Profession und Geschlecht: über die Marginalität von Frauen in hochqualifizierten Berufen.* Frankfurt/Main
- Wetterer, Angelika (1993): *Professionalisierung und Geschlechterhierarchie: vom kollektiven Frauenausschluss zur Integration mit beschränkten Möglichkeiten.* Kassel
- Wetterer, Angelika (1995a): *Die soziale Konstruktion von Geschlecht in Professionalisierungsprozessen. Einleitung.* In: dies. (Hg.) (1995): *Die soziale Konstruktion von Geschlecht in Professionalisierungsprozessen.* Frankfurt/Main: 11-28
- Wetterer, Angelika (1995b): *Die soziale Konstruktion von Geschlecht in Professionalisierungsprozessen.* Frankfurt/Main
- Wiedmann, Klaus-Peter (1989): *Gesellschaft und Marketing: Zur Neuorientierung der Marketingkonzeption im Zeichen des gesellschaftlichen Wandels.* In: Günter Specht/G. Silberer/W.H. Engelhardt (Hg.): *Marketing-Schnittstellen. Festschrift für Hans Raffée.* Stuttgart: 227-246
- Wiedmann, Klaus-Peter (1993a): *Öffentlichkeit aus managementwissenschaftlicher Sicht.* In: Werner Faulstich (Hg.): *Konzepte von Öffentlichkeit.* Bardowick: 146-194
- Wiedmann, Klaus-Peter (1993b): *Rekonstruktion des Marketingansatzes und Grundlagen einer erweiterten Marketingkonzeption.* Stuttgart
- Wiedmann, Klaus-Peter/Hans Raffée (1995): *Konzeptionelle Grundlagen und Gestaltungsperspektiven des Social Marketing.* In: *Marktforschung & Management*. 39/95: 4-9
- Wiek, Ulrich (1996): *Politische Kommunikation und Public Relations in der Rundfunkpolitik. Eine politikfeldbezogene Analyse.* Berlin
- Wiesenthal, Helmut (1987): *Strategie und Illusion. Rationalitätsgrenzen kollektiver Akteure am Beispiel der Arbeitspolitik 1980-1985.* Frankfurt/Main, New York
- Wilcox, Dennis L./Phillip H. Ault/Warren K. Agee (1989): *Public Relations. Strategies and Tactics.* New York
- Wilensky, Harold D. (1972): *Jeder Beruf eine Profession?* In: Thomas Luckmann/Walter Sprandel (Hg.): *Berufssoziologie.* Köln: 198-215
- Willke, Helmut (1987): *Systemtheorie. Eine Einführung in die Grundprobleme.* 2. erweiterte Auflage. Stuttgart, New York
- Willke, Helmut (1991): *Systemtheorie. eine Einführung in die Grundprobleme der Theorie sozialer*

- Systeme. 3. überarbeitete Auflage. Stuttgart
- Willke, Helmut (1995): Transformation der Demokratie als Steuerungsmodell hochkomplexer Gesellschaften. In: Soziale Systeme 1: 283-300
- Willke, Helmut (1998): Organisierte Wissensarbeit. In: Zeitschrift für Soziologie. 27. Jg., Heft 3: 161-177
- Windhoff-Héritier, Adrienne (1987): Policy-Analyse. Eine Einführung. Frankfurt/Main
- Wiswede, Günter: Rolle und Rollenverhalten. In: Paul G. von Beckerath/Peter Sauermann/ Günter Wiswede (Hg.) (1981): Handwörterbuch der Betriebspsychologie und Betriebssoziologie. Stuttgart: 331-334
- Wright, David K./Larissa A Grunig/J. K. Springston/Elisabeth L. Toth (1991): Under the glass ceiling. An analysis of gender issues in American public relations. PRSA Foundation. New York
- Zerfaß, Ansgar (1996a): Dialogkommunikation und strategische Unternehmensführung. In: Günter Bentele/Horst Steinmann/Ansgar Zerfaß (Hg.): Dialogorientierte Unternehmenskommunikation: Grundlagen, Praxiserfahrungen, Perspektiven. Berlin: 23-58
- Zerfaß, Ansgar (1996b) Unternehmensführung und Öffentlichkeitsarbeit. Grundlegung einer Theorie der Unternehmenskommunikation und Public Relations. Opladen
- Zerfaß, Ansgar (1998): Techniken, Tools, Theorien. Management-Knowhow für Public Relations. In: Medien Journal. Nr. 3/98: 3-15
- Zerfaß, Ansgar (1996): Unternehmensführung und Öffentlichkeitsarbeit. Grundlegung einer Theorie der Unternehmenskommunikation und Public Relations. Opladen.
- Zerfaß, Ansgar (2004): Unternehmensführung und Öffentlichkeitsarbeit. Grundlegung einer Theorie der Unternehmenskommunikation und Public Relations. 2. erw. und überarb. Aufl. Wiesbaden.
- Zühlsdorf, Anke/Katharina Kötz (1998): Wie gesellschaftsorientiert ist die Öffentlichkeitsarbeit von Unternehmen? Eine empirische Untersuchung zum Status Quo des PR-Managements. Diskussionsbeitrag des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften der Gerhard-Mercator-Universität - Gesamthochschule - Duisburg Nr. 251. Duisburg

# Tabellen

**Tab. 1: Bewertung des Informationszugangs der Öffentlichkeitsarbeit nach Untersuchungsgruppen (Mehrfachnennungen)**

	Behörden (n = 54)		NPO (n = 153)		Wirtschaft (n = 67)		Gesamt (n = 274)	
	abs.	v.H.	abs.	v.H.	abs.	v.H.	abs.	v.H.
Ich erhalte alle Informationen, die ich benötige, schnell und zuverlässig.	30	55,6	115	75,2	40	59,7	185	67,5
Ich erhalte Informationen häufig nicht schnell genug.	14	25,9	14	9,1	15	22,4	43	15,7
Ich erhalte zum Teil nicht alle Informationen, die ich für meine Arbeit benötige.	14	25,9	25	16,3	16	23,9	55	20,1

**Tab. 2: Bewertung des Informationszugangs der Öffentlichkeitsarbeit durch PR-Experten und PR-Beauftragte (Mehrfachnennungen)**

	PR-Experten (n = 100)		PR-Beauftragte (n = 165)	
	abs.	v.H.	abs.	v.H.
Ich erhalte alle Informationen, die ich benötige, schnell und zuverlässig.	62	62,0	118	71,5
Ich erhalte Informationen häufig nicht schnell genug.	21	21,0	22	13,3
Ich erhalte zum Teil nicht alle Informationen, die ich für meine Arbeit benötige.	29	29,0	23	13,9

**Tab. 3: Bewertung des Informationszugangs der Öffentlichkeitsarbeit nach Art der PR-Funktion (Mehrfachnennungen)<sup>1</sup>**

	PR-Abteilung (n = 92)		PR-Mitarbeiter (n = 17)		Fachabteilung (n = 61)		Org.-Leitung (n = 86)	
	abs.	v.H.	abs.	v.H.	abs.	v.H.	abs.	v.H.
Ich erhalte alle Informationen, die ich benötige, schnell und zuverlässig.	65	70,6	9	52,9	30	49,2	75	87,2
Ich erhalte Informationen häufig nicht schnell genug.	17	13,5	4	23,5	15	24,6	6	7,0
Ich erhalte zum Teil nicht alle Informationen, die ich für meine Arbeit benötige.	19	20,6	6	35,3	21	34,4	7	8,1

<sup>1</sup> Der Korrelationskoeffizient (Cramer's V) beträgt 0.33\*\* für den Zusammenhang Organisation der PR-Funktion und Statement 1 „Ich erhalte alle Informationen, die ich benötige, schnell und zuverlässig“; 0.19\* für Statement 2 „Ich erhalte Informationen häufig nicht schnell genug“ und 0.26\*\* für den Zusammenhang Organisation der PR-Funktion und Statement 3 „Ich erhalte zum Teil nicht alle Informationen, die ich für meine Arbeit benötige“.

**Tab. 4: Organisationsstrukturelle Merkmale von Behörden  
(Angaben in Prozent)**

	hoch ← → niedrig						Mittelwert	Modalwert
	1	2	3	4	5			
Hierarchisch (n = 52)	25,0	23,1	26,9	11,5	13,5	Kollegial	2,65	3
Statisch (n = 52)	5,8	19,2	34,6	15,4	25,0	Flexibel	3,35	3
Stark formalisiert (n = 50)	25,0	26,9	19,2	13,5	15,4	Schwach formalisiert	2,67	2
Geschlossen (n = 51)	10,0	20,0	32,0	26,0	12,0	Offen	3,10	3
Zentralisiert (n = 52)	13,7	25,5	29,4	21,6	9,8	Dezentralisiert	2,88	3

**Tab. 5: Organisationsstrukturelle Merkmale von Wirtschaftsunternehmen  
(Angaben in Prozent)**

	hoch ← → niedrig						Mittelwert	Modalwert
	1	2	3	4	5			
Hierarchisch (n = 66)	10,6	22,7	22,7	31,8	12,1	Kollegial	3,12	4
Statisch (n = 65)	7,7	15,4	24,6	32,3	20,0	Flexibel	3,42	4
Stark formalisiert (n = 64)	10,9	15,6	42,2	21,9	9,4	Schwach formalisiert	3,03	3
Geschlossen (n = 63)	4,7	12,5	21,9	45,3	15,6	Offen	3,55	4
Zentralisiert (n = 64)	6,3	23,8	33,3	22,2	14,3	Dezentralisiert	3,14	3

**Tab. 6: Organisationsstrukturelle Merkmale von NPOs (Angaben in Prozent)**

	hoch ← → niedrig						Mittelwert	Modalwert
	1	2	3	4	5			
Hierarchisch (n = 151)	12,7	10,0	14,0	23,3	40,0	Kollegial	3,68	5
Statisch (n = 148)	4,1	12,2	18,4	28,6	36,7	Flexibel	3,82	5
Stark formalisiert (n = 146)	6,9	11,7	33,8	27,6	20,0	Schwach formalisiert	3,42	3
Geschlossen (n = 145)	3,5	11,8	24,3	26,4	34,0	Offen	3,76	5
Zentralisiert (n = 145)	13,9	25,7	18,1	24,3	18,1	Dezentralisiert	3,07	2

**Tab. 7: Stellenwert unterschiedlicher PR-Maßnahmen in der Praxis**

Mittelwert n	Behörde	NPO	Wirtschaft	PR- Experten	PR- Beauftragte
Pressearbeit	1,43 49	1,62 147	1,35 63	1,22 100	1,70 153
Anfragen von Interessenten	1,69 49	1,53 143	1,76 63	1,62 99	1,64 148
Gespräche mit Journalisten	1,50 50	1,77 143	1,61 61	1,29 100	1,91 147
Publikationen erstellen	1,86 44	1,70 138	1,76 55	1,64 91	1,78 143
Kontakt zu staatlichen Stellen	2,00 39	1,68 145	2,11 55	1,95 95	1,75 147
Veranstaltungen	1,81 42	1,81 144	1,96 55	1,77 95	1,91 138
PR-Konzeptionen	1,91 34	1,82 122	2,04 55	1,90 90	1,85 116
Beratung Vorstand	1,75 40	1,85 123	2,15 53	1,86 95	1,92 116
Gespräche mit Politikern	2,00 39	1,85 139	2,25 48	2,07 89	1,89 131
Information der Mitarbeiter	2,05 43	1,97 119	1,71 62	1,85 97	1,96 1,22
Kontakt zu Zielgruppen/Kunden <sup>2</sup>	1,74 46	-	2,19 57	2,14 57	1,84 43
Pressedienst/Pressespiegel	2,15 33	2,43 95	2,27 52	2,08 91	2,57 84
Mitarbeiterzeitschriften <sup>3</sup>	2,24 21	-	1,89 31	1,59 75	1,68 95
Kundenzeitschriften	1,86 44	1,70 138	1,76 58	1,94 35	2,20 45
Beratung Fachabteilung	2,08 36	2,18 91	2,16 50	2,08 92	2,22 81
direkten Kontakt zur Bevölkerung herstellen	2,18 44	1,95 116	2,55 47	2,29 90	2,02 111
Wirkungskontrolle	2,39 33	2,41 112	2,55 53	2,41 83	2,47 109
Gespräche auf der Straße	3,4 20	2,71 77	3,77 30	3,46 56	2,72 67
Mitgliederzeitschriften	-	1,41 108	-	1,42 31	1,40 73
Mitgliederwerbung		1,79 125		2,15 27	1,67 95
Information und Beratung der Mitglieder		1,55 142		1,66 35	1,50 100
Kontakt zu Organisationen mit ähnlichen Zielen		1,95 143		2,16 37	1,89 102
Kontakt zu Organisationen mit konkurrierenden Zielen		2,35 119		2,55 29	2,31 86

Grau unterlegte Items wurden nur Nonprofit-Organisationen vorgelegt

<sup>2</sup> Dieses Item wurde nur Behörden und Wirtschaftsunternehmen vorgelegt.

<sup>3</sup> Dieses Item wurde nur Behörden und Wirtschaftsunternehmen vorgelegt.

**Tab. 8: Kriterien erfolgreicher Öffentlichkeitsarbeit nach Art der Organisation und Organisationen mit und ohne PR-Experten**

Mittelwert Modalwert n	Behörde	NPO	Wirtschaft	PR- Experten	PR-Be- aufträge
Hohe und qualitativ gute Medienreso- nanz bewirken	1,62 1 53	1,55 1 150	1,61 1 44	1,41 1 99	1,67 1 159
Meinungsänderung bei Journalisten bewirken	2,27 2 52	2,24 2 144	2,31 2 44	2,01 1 98	2,41 2 152
Ein wichtiges Thema in der öffentli- chen Diskussion besetzen	2,04 - 52	1,71 1 145	2,48 2 44	1,87 1 99	2,03 1 154
Mobilisierung der Bevölkerung	3,0 4 52	2,31 1 144	3,24 4 45	2,68 3 97	2,67 4 153
Information der Bevölkerung über eine wichtige Sachproblematik	1,6 1 52	1,85 1 149	2,42 1 44	1,8 1 97	1,99 1 158
Meinungsänderung bei Entscheidungs- trägern bewirken	1,94 2 51	1,60 1 144	1,86 2 43	1,74 2 98	1,73 1 154
Erhöhung von Sponsorengeldern	3,41 4 51	3,04 4 141		3,13 <sup>4</sup> 4 62	3,171 4 125
Erhaltung und Vergrößerung der Mit- gliederzahl		2,03 1 148		2,03 <sup>5</sup> 1 38	2,052 1 107
Aktivierung der Mitarbeiter	2,75 4 51		2,3 2 45	2,28 <sup>6</sup> 2 58	2,763 4 51
Aktivierung der Mitglieder		1,9 1 146		1,872 1 39	1,922 1 104
Verbesserung der Kommunikation zwischen Spitze und Basis	2,92 4 51	2,38 2 146	2,35 2 46	2,41 2 97	2,54 2 153
Förderung der Mitgliederinteressen in wirtschaftlicher Hinsicht		2,39 1 145		2,532 1 38	2,332 1 107
Profilierung durch ein einheitliches Erscheinungsbild	2,47 2 51	2,14 2 148	1,95 2 44	2,03 2 97	2,24 2 157
Dialog mit relevanten Teilöffentlichkeiten herstellen	1,85 2 53	1,87 2 146	1,5 1 44	1,70 1 97	1,82 2 158
Verhinderung einer polit. Maßnahme, die der Organisation schaden könnte	2,38 1 52	1,81 1 147	2,5 2 44	2,11 1 98	2,04 1 157

<sup>4</sup> Dieses Item wurde nur Behörden und Nonprofit-Organisationen vorgelegt.

<sup>5</sup> Dieses Item wurde nur NPOs vorgelegt.

<sup>6</sup> Dieses Item wurde nur Behörden und Wirtschaftsunternehmen vorgelegt.

**Tab. 9: PR-Verständnis nach Untersuchungsgruppen**

	<b>Behörden</b> abs. (%)	<b>NPO</b> abs. (%)	<b>Wirtschaft</b> abs. (%)	<b>Gesamt</b> abs. (%)
1: Öffentlichkeitsarbeit ist eine Kommunikationsstrategie zur Erreichung der Organisationsziele.	10 (18,5)	62 (43,1)	10 (15,4)	82 (31,2)
2: Öffentlichkeitsarbeit ist das geplante und zielgerichtete Bemühen um Vertrauen.	20 (37,0)	27 (18,8)	15 (23,1)	62 (23,6)
3: Öffentlichkeitsarbeit ist gemeinsames Handeln und lebendige Kommunikation.	10 (18,5)	24 (16,7)	12 (18,5)	46 (17,5)
4: Öffentlichkeitsarbeit ist eine geplante, strategische Form der Kommunikation.	9 (16,7)	18 (12,5)	25 (38,5)	52 (19,8)
5: Öffentlichkeitsarbeit ist Vermittlung und Ausgleich gesellschaftlicher Interessen.	5 (9,3)	13 (9,0)	3 (4,6)	21 (8,0)
Gesamt	54 (100)	144 (100)	65 (100)	263 (100)

(Cramer's V: 0,36\*\*)