

---

# Vertrauen in Public Relations

---

Olaf Hoffjann

# Vertrauen in Public Relations

Prof. Dr. Olaf Hoffjann  
Ostfalia Hochschule,  
Salzgitter, Deutschland

ISBN 978-3-531-19591-9  
DOI 10.1007/978-3-531-19592-6

ISBN 978-3-531-19592-6 (eBook)

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer VS

© VS Verlag für Sozialwissenschaften | Springer Fachmedien Wiesbaden 2012

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

*Einbandentwurf:* KünkelLopka GmbH, Heidelberg

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer VS ist eine Marke von Springer DE. Springer DE ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media.  
[www.springer-vs.de](http://www.springer-vs.de)

*Danke!*  
*Claudia für die wunderbare Vertrautheit.*  
*Hannah und Frida für die täglichen Lektionen*  
*über Vertrauen.*

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b> .....	1
<b>Teil I</b>	<b>Vertrauen in Public Relations</b> .....	11
<b>2</b>	<b>Die Unmöglichkeit von Vertrauen in Public Relations</b> .....	13
<b>3</b>	<b>Vertrauen in der PR-Forschung</b> .....	23
3.1	Persuasionsforschung und psychologische Glaubwürdigkeits- beurteilung .....	24
3.2	Vertrauen und Glaubwürdigkeit in der PR-Forschung .....	26
3.3	Zwischenfazit: Anforderungen an die Untersuchung .....	33
<b>4</b>	<b>Was ist Vertrauen?</b> .....	37
4.1	Sozialtheoretische Fundierung von Vertrauen .....	38
4.2	Erkenntnistheoretische Fundierung von Vertrauen .....	44
4.2.1	Kritik dualistischer Ansätze .....	45
4.2.2	Non-dualistische Grundannahmen .....	47
4.2.3	Non-dualistisches Verständnis von Vertrauen, Vertrau- enswürdigkeit und Glaubwürdigkeit .....	56
<b>5</b>	<b>Was ist PR?</b> .....	61
5.1	Sozialtheoretische Fundierung: PR als Legitimationsmanager .....	62
5.2	Erkenntnistheoretische Fundierung: PR als Vertrauenswürdig- keits-Gatekeeper .....	71
5.3	Zwischenfazit: Vertrauen und Public Relations .....	79
<b>6</b>	<b>Internes Vertrauen in Public Relations</b> .....	83
<b>7</b>	<b>Externes Vertrauen in Public Relations</b> .....	93
7.1	Dimensionen externen Vertrauens in Public Relations .....	97
7.2	Die Möglichkeit von Vertrauen in PR .....	101
7.3	PR als Vertrauensvermittler von PR .....	104

7.4	Gründe für externes Vertrauen in Public Relations. . . . .	106
7.4.1	Gründe für externes Vertrauen in PR-Kontextsteuerungen	111
7.4.2	Gründe für externes Vertrauen in interne Selbst- steuerungen der PR . . . . .	118
7.4.3	Die Beziehungen von vertrauens(un)würdigen PR- Beschreibungen und vertrauens(un)würdigen Selbst- steuerungen . . . . .	120
<b>Teil II</b>	<b>PR als Vertrauenswürdigkeitsmanager . . . . .</b>	<b>123</b>
<b>8</b>	<b>Das Management vertrauenswürdiger PR . . . . .</b>	<b>125</b>
8.1	Wirklichkeitsstrategien der PR . . . . .	131
8.1.1	Strategien vertrauenswürdiger PR-Beschreibungen. . . . .	136
8.1.2	Dualisierende Wirklichkeitsstrategien . . . . .	147
8.1.3	Entdualisierende Wirklichkeitsstrategien . . . . .	159
8.1.4	Zwischenfazit: Wirklichkeitsstrategien zwischen Dualis- ierung und Entdualisierung. . . . .	163
8.2	Anspruchsstrategien der PR . . . . .	165
8.2.1	Dualisierende Anspruchsstrategien der PR. . . . .	169
8.2.2	Entdualisierende Anspruchsstrategien der PR . . . . .	174
8.2.3	Zwischenfazit: Anspruchsstrategien zwischen Dualis- ierung und Entdualisierung. . . . .	176
8.3	Vertrauenswürdige PR zwischen Anspruchs- und Wirkli- chkeitsstrategien . . . . .	177
<b>9</b>	<b>Dynamische und spielerische Vertrauensbeziehungen. . . . .</b>	<b>181</b>
9.1	Dynamische Vertrauensbeziehungen . . . . .	182
9.2	Spielerische Vertrauensbeziehungen . . . . .	191
<b>10</b>	<b>Fazit . . . . .</b>	<b>201</b>
<b>Literatur</b>	<b>. . . . .</b>	<b>211</b>