

Inhalt

Vorwort von Tobias Kahler	9
---------------------------------	---

Miriam Melanie Köhler/Christian H. Schuster

Regierungs-PR im Feld der politischen Kommunikation

Funktion und Bedeutung von regierungsamtlicher Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	13
--	----

Erster Teil

Grundlagen der Regierungs-PR

I Vom deutschen Reich zur Berliner Republik – Regierungs-PR von gestern bis heute

Michael Kunczik

Geschichte der staatlichen Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland

Regierungs-PR von gestern bis heute	35
---	----

Martin Morcinek

Von der Pressestelle zum Informationsdienstleister

Das Bundespresseamt zwischen Politik, Medien und Öffentlichkeit	49
---	----

Wigan Salazar

Der Wandel der Regierungskommunikation hat begonnen

Beobachtungen zur Regierungs-PR unter Gerhard Schröder	73
--	----

II Von Sprechern, Einflüsterern und der vierten Gewalt – Akteure der Regierungs-PR und ihre Wechselbeziehungen

Stefan Marx

Das Heer der Sprecher und Berater

Eine Bestandsaufnahme von Akteursgruppen in der Regierungskommunikation	85
--	----

Thomas Leif

Journalisten als bessere Politikberater?

Medien und Politikberatung – kommunizierende und konkurrierende Röhren	99
--	----

Christine Schniedermann

Regierungs-PR und Journalismus zwischen Nähe und Distanz

Die schwierige Gratwanderung oder Beziehung ist (fast) alles	111
--	-----

Hans-Hermann Langguth

Der politisch-publizistische Komplex zwischen Allmacht und Ohnmacht

Ein Plädoyer gegen das Potenzgehabe von Eliten in Medien und Politik	119
--	-----

III Von Bundesministerien und ihren Sorgen – Regierungs-PR aus den Ministerien

Michael Marten

Kommunikation als Organisation – beratungsresistent? Denkste!

Die strukturierende Wirkung von Beratern in Ministerien 135

Ina von Holly

Die ersten 100 Tage – better quiet or loud period?

Auf den Prüfstand: Die ersten Amtstage von Bundesministern 153

IV Von Recht und Unrecht – Grenzen der Regierungskommunikation

Sandra Busch-Janser/Miriam Melanie Köhler

Staatliche Öffentlichkeitsarbeit – eine Gratwanderung

Rechtliche und normative Schranken 169

Bernhard Kaster

Regierungs-PR und politischer Wettbewerb

Im Spannungsfeld zwischen Informationspflicht und Parteiwerbung 183

Sören Rößner/Christoph Schalast

Von GWB über VgV bis VOL

Die Vergabe von Beratungsaufträgen im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit 197

Anonymus

Abenteuer Ausschreibungen

Lichten und Sichten im Ausschreibungsdschungel 213

Zweiter Teil

Ausgewählte Fragen der Regierungs-PR in der Praxis

V Kampagnen der Regierungs-PR

Gregor C. Blach

Integrierte Kommunikation am Beispiel des Einsteinjahres 2005

Das Wissenschaftsjahr des Bundesministeriums für Bildung und Forschung 221

Projektgruppe Infrarot

Kopien brauchen Originale

Kommunikationskampagne zur Novellierung des Urheberrechtsgesetzes 237

<i>Anke Oßwald</i> „Damit Deutschland gesund bleibt“ Staatliche Informationskampagnen am Beispiel der Gesundheitsreform	255
<i>Manuel Lianos</i> Fußballfieber im Land der Ideen Erwartungen und Befürchtungen rund um die Kampagne zur Fußball-WM	275
<i>Lars-Christian Cords/Olaf Hoffjann/Kathrin Schüttler</i> „Du bist Deutschland“ Vorbild für Regierungskommunikation?	287
VI Strategien der Regierungs-PR	
<i>Nikolaus Huss</i> Issues Management in der Regierungskommunikation Von Defiziten, Möglichkeiten und Grenzen	301
<i>Robert Helbig/Heiko Kretschmer</i> Aus Krisen lernen heißt Siegen lernen Krisenkommunikation in der Regierungs-PR	313
<i>Kerstin Plehwe</i> Dialogkommunikation für mehr Bürgernähe Möglichkeiten des Dialogmarketings in der Regierungskommunikation	323
VII Instrumente der Regierungs-PR	
<i>Lutz Hofer/Marcus Reinmuth</i> Der Geschäftsbericht der Bundesregierung Instrument der Vertrauensbildung in der Regierungskommunikation	341
<i>Saim Alkan/Elke Ramlow</i> Der Internetauftritt der Bundesregierung Die Online-Leser im Fokus	361
<i>Harald Felling/Clemens Lerche</i> Regierungswechsel – Herausforderung für die Onlinekommunikation Regierungswechsel 2005 als Beispiel moderner Internetkommunikation	375

VIII Die Herausforderung: Reformkommunikation

Volker Riegger

Können Kampagnen Reformen retten?

Diskurs zu integrierten Informationskampagnen in der Regierungskommunikation 385

Susanne Gasde

Reformkommunikation unter der Regierung Schröder

Bedingungen und Grenzen der ministeriellen Öffentlichkeitsarbeit 411

Heiko Kretschmer/Sergius Seebohm

Reformkommunikation als Wandel und Krise

Unterschiede zwischen Unternehmens- und politischer Kommunikation 423

Ralf Gion Fröhlich/Katja Scheel

Herausforderung: Reformkommunikation

Regierungskommunikation am Beispiel Schwedens 435

IX Die Frage nach der Qualität

Christian Arns

Was heißt denn hier Professionalisierung?

Handwerkszeug für erfolgreiche Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Ministerien 453

Dominik Meier

Auch Regierungskommunikation braucht Qualität

Kriterien zur Qualitätssicherung und Evaluation der Politikberatung 471

Marco Althaus

Effizienzmessung – politisch wünschenswert?

Risiken und Methoden der Evaluierung von Regierungskommunikation 479