

Inhalt

Kurzzusammenfassung.....	7
1 Einleitung.....	9
2 Rahmenbedingungen politischer Kommunikation	17
2.1 Medialisierung von Politik.....	18
2.2 Auswirkungen des politischen Systems und des Mediensystems auf die Politikvermittlung.....	19
2.2.1 Spezifika der Exekutive im Ländervergleich	19
2.2.2 Spezifika der Parteiensysteme im Ländervergleich	26
3 Kernelemente einer Theorie der PR-Beratung	32
3.1 Beratung als vielgestaltiges Phänomen	32
3.2 Systemtheoretische Grundlagen einer „Theorie der Beratung“	35
3.3 Definition und Funktionen von PR-Beratung	46
3.4 Merkmale und Spezifika der PR-Beratung	50
3.4.1 Komplexität von Kommunikationswirkungen	51
3.4.2 Wertwissen als Orientierungsmaß	52
3.4.3 Vertrauen in PR-Beratung	54
3.4.4 PR-Beratungsrollen	60
3.5 Phasen des PR-Beratungsprozesses	64
4 Externe PR-Dienstleister als Berater in der Politik.....	66
4.1 Die Anbieter von PR-Beratung: Ab- und Eingrenzung.....	66
4.2 Inhalte und Formen von PR-Dienstleistungen	72
4.3 Interaktionsbeziehungen zwischen PR-Dienstleistern und ihren Klienten	75
4.4 Stellenwert der PR in politischen Organisationen als Rahmenbedingung der PR-Beratung	81
4.5 PR-Beratung in der Politik: empirische Befunde	86

5	Zwischenfazit: Forschungsleitende Annahmen zur Rolle und Ausgestaltung der PR-Beratung in der politischen Kommunikation	90
6	Methodik.....	98
6.1	Wahl der geeigneten Methode	98
6.2	Feldzugang und Datenerhebung.....	102
6.2.1	PR-Agenturen und Einzelberater	102
6.2.2	Bundesministerien und im Bundestag vertretene Parteien	105
6.3	Operationalisierung der Forschungsfragen	110
6.4	Analyse der gewonnenen Daten.....	110
6.5	Beobachtung der Berater-Klienten-Interaktion bei einer Bundespartei: Fallstudie.....	112
7	Darstellung und Interpretation der Ergebnisse	116
7.1	Rahmenbedingungen der politischen PR-Beratung: Interne PR-Ressourcen und Strukturen auf Klientenseite	117
7.2	Sachdimension politischer PR-Beratung.....	119
7.3	Formen der Interaktion und wechselseitige Erwartungen	125
7.3.1	Kriterien und Verfahren der Beraterauswahl	125
7.3.2	Erwartungen an die PR-Berater	130
7.3.3	Kooperations- und Konflikt- potenzial im Beratungssystem	133
7.4	Rollen in der politischen PR-Beratung.....	137
8	Fazit: rat-lose politische Akteure.....	144
	Tabellen- und Abbildungsverzeichnis.....	158
	Literaturverzeichnis.....	159