

Inhaltsverzeichnis

- 1 Einstieg: Was ist PR? 1**
 - 1.1 Bundespressekonferenz und Laufsteg: PR als
Pressearbeit 3
 - 1.2 Kernkraftwerke und Bürgerentscheide: PR als
Legitimation. 5
 - 1.3 Unterschiede zu Werbung, Propaganda und
Journalismus 7
- 2 Aufbau des Bandes 11**
- 3 Der Aufstieg der PR: vom Preßbüro zum
Newsroom 17**
 - 3.1 Von verschüttetem Tee und käuflichen
Schriftstellern: eine kurze Geschichte der PR 17
 - 3.2 Zwischen Ego- und Weltgesellschaft:
Ursachen für den Aufschwung der PR. 23
- 4 Die Macht der Pressearbeit: der Einfluss auf die
Medienberichterstattung 29**
 - 4.1 Effizienz und Effektivität: Wie Pressearbeit den
Journalismus zu beeinflussen versucht 31
 - 4.2 Macht und Autonomie: Folgen für die
Beziehungen zwischen Pressearbeit und
Journalismus 37

5 Die dunkle Seite der PR: Schönfärberei und Heuchelei	45
5.1 Von der Übertreibung zur Lüge: Kommunikationspraktiken der PR	46
5.2 Von der Skandalisierung zur Verurteilung: Grenzen der PR	58
6 Die neue digitale Welt der PR: von Big Data zu den Influencer Relations	63
6.1 Nach der Euphorie die Ernüchterung: dialogorientierte PR	69
6.2 Das Umgehen der alten Multiplikatoren: Organisationen als Medienhäuser	70
6.3 Die Entdeckung neuer Multiplikatoren: Influencer Relations	71
6.4 Ausblick	75
7 Fazit und offene Fragen	79
Zum Weiterlesen	85
Glossar	89