

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>Politik und PR: Persuasive politische Kommunikation jenseits von Wahlkampfzeiten</b> .....	1
Romy Fröhlich und Thomas Koch	
<b>Teil I „PR politischer Institutionen“</b>	
<b>Leistungsfähigkeit politischer PR. Eine mikropolitische Analyse der Machtquellen politischer PR auf Bundesebene</b> .....	11
Ulrike Röttger	
<b>„Opposition ist Mist“. Der Einfluss politischer Kontextbedingungen für den Erfolg von Parteien-PR</b> .....	33
Olaf Jandura und Melanie Leidecker	
<b>Beeinflussung durch Verständigung? Die kommunikative Qualität von Pressemitteilungen politischer Parteien in österreichischen Nationalratswahlkämpfen. Ein Langzeitvergleich: 1970–2008</b> .....	49
Roland Burkart und Uta Rußmann	
<b>Staatliche Öffentlichkeitsarbeit zwischen Distribution und Dialog: Interaktive Potentiale digitaler Medien und ihre Nutzung im Rahmen der Außenkommunikation politischer Institutionen</b> .....	71
Jan Niklas Kocks, Juliana Raupp und Christin Schink	
<b>Teil II „PR zivilgesellschaftlicher und intermediärer Akteure“</b>	
<b>Entmassenmedialisierung und soziale Medialisierung? Eine Untersuchung am Beispiel deutscher Verbände</b> .....	91
Olaf Hoffjann und Jeannette Gusko	

<b>Kommunikation in der Verkehrspolitik: Eine Analyse der medialen und informellen Debatte um das Luftverkehrsteuergesetz</b> .....	111
Klaus Kamps, Christin Baumert und Anna-Maria Thein	
<b>Public Diplomacy: Ein Konzeptualisierungsvorschlag</b> .....	143
Claudia Auer	
<b>Teil III „Strategien politischer PR“</b>	
<b>Kognitive und affektive Barrieren bei der Kommunikation politischer Reformen</b> .....	171
Philipp Müller	
<b>Personalisierung und Entertainisierung als Strategien der politischen Kommunikation auf kommunaler Ebene. Eine quantitative Befragung bayerischer Kommunalpolitiker</b> .....	193
Christian Baden, Thomas Koch, Theresa Steinle und Alisa Wieland	
<b>Europa goes Facebook – Faktoren für eine erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit der Abgeordneten des Europäischen Parlaments auf Facebook</b> .....	219
Karoline Schultz	
<b>Teil IV „PR in politischen Krisen – Krisen-PR der Politik“</b>	
<b>Alles anders und doch gleich? Strategien, Instrumente und Strukturen von Regierungs-PR in Krisensituationen – eine Annäherung am Beispiel des Kommunikationsmanagements der Großen Koalition in der Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise 2008/09</b> .....	239
Daniel Reichard	
<b>Mehr als nur Rhetorik? Die strategische Kommunikation der deutschen Bundesregierung in der Euro-Krise</b> .....	261
Jens Seiffert und Birte Fährnich	
<b>Die Causa Wulff – eine Vertrauensanalyse der Medienberichterstattung und des Social Media Diskurses</b> .....	285
Patricia Grünberg, Christoph H. Muxfeldt, Sarah Eichmann, Franziska Weber, Martin Müller und Manuel Wecker	

Politik - PR - Persuasion

Strukturen, Funktionen und Wirkungen politischer  
Öffentlichkeitsarbeit

Fröhlich, R.; Koch, Th. (Hrsg.)

2015, XIII, 303 S. 37 Abb. Book + eBook., Softcover

ISBN: 978-3-658-01682-1