

Brieske, Stefan:
Public Relations der Verbände -
Kommunikation im Schatten des Lobbying
Osnabrück: Verlag Dirk Koentopp, 2007
ISBN-10: 3-938342-09-9
ISBN-13: 978-3-938342-09-1

ISBN-10: 3-938342-09-9
ISBN-13: 978-3-938342-09-1

© 2007 Verlag Dirk Koentopp, Osnabrück

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Herstellung: Books on Demand GmbH

Printed in Germany

Inhaltsverzeichnis

1. Public Relations organisierter Interessen im Schatten des Lobbying	1
2. Verbands-PR: zum Stand der Forschung	4
3. Verbände in Deutschland: Entwicklung und heutiges Erscheinungsbild	11
3.1 Historische Entwicklung	11
3.2 Entwicklungslinien der Verbändeforschung	12
3.3 Definition von Verbänden	16
3.4 Typologie von Verbänden	21
3.5 Funktionen von Verbänden	24
3.6 Verbände in der Rechtsordnung der Bundesrepublik	26
3.7 Verbände im politischen Mehrebenensystem	28
4. Entwicklung der Verbands-PR: vom Kampfinstrument zum Kommunikationsmanagement	35
4.1 Public Relations der Verbände im Wandel der Zeit	35
4.2 Verbands-PR in den Wirtschaftswissenschaften	39
5. Verbands-PR heute: Möglichkeiten und Grenzen	49
5.1 Probleme der Verbands-PR	49
5.2 Unternehmens- und Verbands-PR im Vergleich	50
5.3 Ressourcen von Verbands-PR	56
5.4 Bedingungsfaktoren von Verbands-PR	60
6. Praxis der Verbands-PR	64
6.1 Ziele	64
6.2 Bezugsgruppen	67
6.3 Instrumente	76
7. Public Affairs als Nachfolger des Lobbying?	83
8. Public Relations der Verbände: mehr als nur Lobbying – Ein Fazit	88
9. Literatur	94