

Brieske, Stefan

Public Relations der Verbände Kommunikation im Schatten des Lobbying

112 Seiten - EUR 16,80
Verlag Dirk Koentopp, Osnabrück
Erscheinungsdatum: Dezember 2007

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

In der öffentlichen Wahrnehmung gelten Verbände häufig als wenig transparente und rücksichtslose Lobbyisten. Doch können organisierte Interessen durchaus stabilisierend für ein politisches System wirken, indem verschiedenste gesellschaftliche Standpunkte vertreten und artikuliert werden.

Diese Artikulationsfunktion kann in der Mediengesellschaft nur noch durch professionelle Public Relations erfüllt werden. Es bestehen vielfältige Beziehungen eines Verbandes zu seinen diversen Umwelten. Diese öffentlichen Beziehungen, auch Public Relations genannt, müssen aktiv gestaltet und gemanagt werden. Verbands-PR können dann viel mehr sein als reines Lobbying.

Dieses Buch liefert eine einführende Darstellung von Entwicklung und aktuellem Stand der Public Relations von Verbänden. Es handelt sich um eine grundlegende Bestandsaufnahme der gegenwärtigen Rolle und Möglichkeiten der Verbands-PR. Theoretische Grundlagen und empirische Ergebnisse aus politik- und kommunikationswissenschaftlicher Sicht werden miteinander verknüpft.

Gliederung:

1. Public Relations organisierter Interessen im Schatten des Lobbying
2. Verbands-PR: zum Stand der Forschung
3. Verbände in Deutschland: Entwicklung und heutiges Erscheinungsbild
4. Entwicklung der Verbands-PR: vom Kampfinstrument zum Kommunikationsmanagement
5. Verbands-PR heute: Möglichkeiten und Grenzen
6. Praxis der Verbands-PR
7. Public Affairs als Nachfolger des Lobbying?
8. Public Relations der Verbände: mehr als nur Lobbying – Ein Fazit
9. Literatur

Das Buch ist im Buchhandel (auch online) erhältlich.

