
Stefan Wehmeier · Dennis Schoeneborn
(Hrsg.)

Strategische Kommunikation im Spannungsfeld zwischen Intention und Emergenz

Inhaltsverzeichnis

1	Strategie und strategische Kommunikation: Definitionen und Perspektiven – eine Einleitung.	1
	Stefan Wehmeier und Dennis Schoeneborn	
Teil I Strategische Kommunikation: Begriffskritik und Neubetrachtung		
2	Begriffe sind Programm – Plädoyer für eine öffentlichkeitssoziologische Organisationskommunikations-Forschung	19
	Mark Eisenegger	
3	Die Ironie der Geschichte: Es ist nur ein Spiel. Selbstthematizierende Werbung und strategische Erzählungen als strategisches Kommunikationsspiel.	43
	Olaf Hoffjann	
4	Meet the blind spot: Aktivistische Strategiekonzepte als Irritation und Inspiration für die strategische Kommunikation.	59
	Swaran Sandhu	
Teil II Strategische Kommunikation und strategisches Management		
5	Führung in der strategischen Kommunikation	85
	Janne Stahl	
6	Strategisches Management als Kernelement strategischer Kommunikation?	101
	Lars Rademacher und Holger Sievert	
7	Strategische Kommunikation und die Unberechenbarkeit der Taktik: Die Rolle der Rezipientinnen und Rezipienten in der Strategischen Kommunikation	119
	Markus Wiesenberg	

Teil III Strategische Kommunikation, Emergenz und Komplexität

- 8 Zur Wahrnehmung von Einheit und Handlungsvermögen kollektiver Entitäten im Kommunikationsmanagement: Vorschlag eines ‚Entity-Agent Framework‘** 141
Alexander Buhmann und Diana Ingenhoff
- 9 Zum Was, Wann, Wo, Wer und Wie emergenter Kommunikationsstrategie – Eine Konzeptschärfung** 157
Peter Winkler
- 10 Mehr Komplexität wagen. Annäherungen an einen entscheidungsrelevanten Begriff in PR-Theorie und -Praxis** 173
Anke Oßwald und Oliver Raaz

Teil IV Strategische Kommunikation in speziellen Organisationskontexten

- 11 Intentionale vs. emergente Strategien der Online-Kommunikation von Gründungsunternehmen: Eine Status-quo-Betrachtung.** 195
Sigrid Bekmeier-Feuerhahn, Jana Kollat, Christian Rudeloff und Jörg Sikkenga
- 12 Zwischen Intention und Emergenz: Mittelstandskommunikation im Spannungsfeld kontroverser Strategieparadigmen** 215
Luisa Winkler, Sophia Charlotte Volk, Maria Börner und Ansgar Zerfuß
- 13 Strategische Kommunikation für gesellschaftliche Akzeptanz: Institutionalisierung von Projektkommunikation bei Infrastrukturprojekten.** 233
Felix Krebber
- 14 Motive und Strukturen: Eine Analyse der motivationalen und strukturellen Dynamiken in der Online-Kommunikation politischer Interessenorganisationen** 253
Paula Nitschke und Patrick Donges
- 15 Corporate Advertising in Deutschland: Verortung einer Kommunikationsdisziplin an der Schnittstelle und erste Ergebnisse einer Praktikerbefragung.** 267
Benedikt Spangardt