

---

Stefan Wehmeier · Dennis Schoeneborn  
(Hrsg.)

# Strategische Kommunikation im Spannungsfeld zwischen Intention und Emergenz

 Springer VS

---

# Inhaltsverzeichnis

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