

Inhalt

Einleitung

Günter Bentele, Horst Steinmann, Ansgar Zerfaß

Dialogorientierte Unternehmenskommunikation?

- ✕ Eine Einleitung 11

Grundlagen der Dialogkommunikation

Ansgar Zerfaß

- Ⓢ Dialogkommunikation und strategische Unternehmensführung 23

Geert-Lueke Lueken

- Philosophische Überlegungen zu Dialog, Diskurs und
strategischem Handeln 59

Peter Szyszka

- ✕ Kommunikationswissenschaftliche Perspektiven des Dialogbegriffs 81

Dialogorientierung in der internen Kommunikation

Markus Kaiser

- Kulturelle Kommunikationspraxen als Leitbild einer wirtschafts-
ethisch reflektierten Unternehmenskommunikation 109

Manfred Piwinger

- Die Rolle von Dialogkonzepten bei der Entwicklung von Unter-
nehmensgrundsätzen: Das Beispiel von Vorwerk & Co. 147

Ulrich A. Wever

- Interne Dialogbereitschaft als externer Erfolgsfaktor:
Das Beispiel der Hypo-Bank 167

Dialogkommunikation und Public Relations

<i>James E. Grunig, Larissa A. Grunig, David M. Dozier</i>	
Das situative Modell exzellenter Public Relations: Schlußfolgerungen aus einer internationalen Studie	199
<i>Hans-Christian Röglin</i>	
Die Öffentlichkeitsarbeit und das Konzept der kühnen Konzepte	229
<i>Roland Burkart</i>	
Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit: Der Dialog als PR-Konzeption	245
<i>Gernot Brauer</i>	
Dialogorientierte Öffentlichkeitsarbeit als Wegbereiter integrierter Leistungskonzepte: Das Beispiel der BMW AG	271
<i>Anton Mariacher</i>	
Dialogkommunikation als Ausdruck verantwortlichen Handelns auf Branchenebene: Das Beispiel der chemischen Industrie	287

Personale Ansätze in der Dialogkommunikation

<i>Ursula Hansen, Ulrike Niedergesäß, Bernd Rettberg</i>	
Dialogische Kommunikationsverfahren zur Vorbeugung und Bewältigung von Umweltskandalen: Das Beispiel des Unternehmensdialoges	307
<i>Rupert Ahrens, Michael Behrent</i>	
Dialogkommunikation als strategisches Konzept: Praktische Erfahrungen mit dialogorientierten Kampagnen	333
<i>Heiner Springer</i>	
Das Kommunikationszentrum als Forum für Information und Dialog: Das Beispiel der Bayer AG	351

Ludwig Schönefeld

Dialogorientierte Unternehmenskommunikation im lokalen
Umfeld: Das Beispiel Hoechst

369

Interaktive Medien als Mittel der Dialogkommunikation

Joachim Lücking

Interaktive Marketingkommunikation als Erfolgsfaktor:
Das Beispiel der Quelle Schickedanz AG & Co.

395

Michael Lübbecke, Anne Grubb

Unternehmenskommunikation im Internet: Das Beispiel der
Mannheimer Versorgungs- und Verkehrsgesellschaft (MVV)

409

Klaus Kocks, Dieter Krause

Dialog-PR, partizipatorische Soziokultur und interaktive Medien:
Zur sozialwissenschaftlichen Einordnung eines Projektes der
Ruhrgas-Öffentlichkeitsarbeit

425

Zusammenfassung und Ausblick

Günter Bentele, Horst Steinmann, Ansgar Zerfuß

Dialogorientierte Unternehmenskommunikation:
Ein Handlungsprogramm für die Kommunikationspraxis

447

Die Autoren und Herausgeber

465