VITA UND PUBLIKATIONEN

UNIV.-PROF. DR. GÜNTER BENTELE

UNIVERSITÄT LEIPZIG

VITA UND PUBLIKATIONEN

UNIV.-PROF. DR. GÜNTER BENTELE

anlässlich des 65. Geburtstages von Univ.-Prof. Dr. Günter Bentele,
Dekan der Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie der Universität Leipzig

Universität Leipzig | Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft
Postfach 100920 | D-04009 Leipzig | www.kmw.uni-leipzig.de | www.communicationmanagement.de
Titelfoto: Fredrik von Erichsen | Layout: Manuel Wecker
Redaktion: Dr. Tobias D. Höhn, Jens Seiffert, M.A., Prof. Dr. Ansgar Zerfaß | Redaktionsschluss: 25. März 2013

LEBENSLAUF UNIVERSITÄTSPROFESSOR DR. GÜNTER BENTELE

Prof. Dr. Günter Bentele hat in den zurückliegenden Jahrzehnten die deutsche Public-Relations-Forschung und -Lehre maßgeblich mit aufgebaut und geprägt. 1993 hat er einen Ruf auf den ersten Lehrstuhl für Öffentlichkeitsarbeit / PR im deutschsprachigen Raum an der Universität Leipzig erhalten, wo er ab 1994 tätig wurde.

Günter Bentele wurde am 24. März 1948 in Heimenkirch (Allgäu) geboren. Von 1968 bis 1974 studierte er Germanistik / Linguistik, Soziologie, Politikwissenschaft, Publizistikwissenschaft und Philosophie an der Ludwig-Maximilians-Universität München sowie an der Freien Universität Berlin. Schon während der Studienzeit war Bentele als Wissenschaftlicher Tutor tätig und unterrichtete Studierende in den Fächern Germanistik / Linguistik und Politikwissenschaft.

Bentele hat als ersten akademischen Abschluss 1974 in Berlin das Staatsexamen für das höhere Lehramt mit einer Staatsexamensarbeit zur linguistischen Pragmatik abgelegt. 1982 wurde er von der Freien Universität Berlin mit einer Dissertation zum Thema „Zeichen und Entwicklung. Vorüberlegungen zu einer genetischen Semiotik" mit „summa cum laude" promoviert. Er habilitierte sich 1989 an der selben Universität mit der Arbeit „Objektivität und Glaubwürdigkeit von Medien – Eine theoretische und empirische Studie". Schon in den 1980er Jahren lehrte Bentele nicht nur auf seiner Hochschulassistentenstelle an der Freien Universität Berlin, sondern nahm daneben auch an der Ludwigs-Maximilians-Universität München, an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster und an der Hochschule der Künste in Berlin Lehraufträge zu Themen wie „Mediensprachen" oder „Kommunikationstheorien" wahr.

Zwischen 1989 und 1994 lehrte er als Professor für Kommunikationswissenschaft (Schwerpunkt Journalistik) an der Otto-Friedrich-Universität Bamberg und bot dort unter anderem Lehrveranstaltungen zur Einführung in die Kommunikationswissenschaft, Journalistik, Wirkungsforschung, Public Relations und anderen Themenbereichen an.

Nachdem er den an ihn ergangenen Ruf des Sächsischen Staatsministeriums für Wissenschaft und Kunst auf den ersten PR-Lehrstuhl im deutschsprachigen Raum angenommen hatte, baute er ab 1994 am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig den Studien- und Forschungsschwerpunkt Öffentlichkeitsarbeit / PR auf. Das schloss Lehre und Forschung im neuen Fach Public Relations / Kommunikationsmanagement in seiner ganzen Breite (einschließlich Geschichte, Theorien, Ethik, Berufsfeldforschung etc.) ein. Er begleitete die Entwicklung eines der ersten Bachelorstudienstudiengänge im Fach PR / Kommunikationsmanagement. 2007 wurde dieser durch den Masterstudiengang Communication Management als erster universitärer Masterstudiengang des Fachs abgelöst. Heute ist Bentele Studiengangsverantwortlicher nicht nur dieses stark nachgefragten Studiengangs, sondern auch des Weiterbildungs-Masterstudiengangs Corporate Media, der an der Leipzig School of Media angeboten wird.

Auch in der Selbstorganisation der Wissenschaft war Bentele aktiv. Neben Selbstverwaltungsaufgaben an der Universität Leipzig zum Beispiel als Institutsdirektor wurde er 1995 für drei Jahre in das Amt des Ersten Vorsitzenden der

DGPuK-Vorsitzender, EUPRERA-Präsident, DRPR-Vorsitzender

Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPuK) gewählt. Von 2003 bis 2005 war er Vorstandsmitglied und im Jahr 2004 Präsident der European Public Relations Education and Research Association (EUPRERA). Im Juli 2010 wurde Bentele zum Dekan der Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie der Universität Leipzig gewählt. In dieser Funktion leitet er eine der größten Lehr- und Forschungseinheiten der zweitältesten deutschen Universität.

Zahlreiche Einladungen zu Auslandsaufenthalten erreichten ihn in den Jahren ab 1990. Er war an einer Reihe von europäischen und amerikanischen Universitäten als Gastprofessor tätig, so zum Beispiel an den Universitäten Zürich und Lugano (Schweiz), Klagenfurt (Österreich), Jyväskylä (Finnland), Riga (Lettland) und Sofia (Bulgarien). Als Visiting Research Professor wirkte er an der Ohio University, Athens und der San Diego State University in Kalifornien.

Bentele hat lange auch nebenberuflich als Journalist und PR-Berater gearbeitet und nahm einige Forschungs- und Beratungsaufträge unter anderem für das Bundespresse- und Informationsamt, das Deutschlandradio, die Deutsche Rentenversicherung und viele andere Organisationen wahr. Auch die Tätigkeit in verschiedenen Jurys von Verbänden gehört zu seinen Aktivitäten. Von 1991 bis 2012 hatte er über 20 Jahre den Jury-Vorsitz des Albert-Oeckl-Wissenschaftspreises der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) inne.

Im Jahr 2004 wurde Bentele mit dem Branchenpreis „PR-Kopf des Jahres" der DPRG geehrt. 2007 folgte eine Auszeichnung als „Professor des Jahres" (UNICUM). Bentele war im Jahr 2000 Mitbegründer der Stiftung zur Förderung der PR-Forschung an der Universität Leipzig (SPRL) und ist dort heute Mitglied des Stiftungskuratoriums. Er ist zudem Mitglied der Akademischen Leitung der Akademischen Gesellschaft für Unternehmensführung und Kommunikation, die Forschungstransfer und -förderung zwischen führenden Unternehmen und Universitäten des Fachs im deutschsprachigen Raum organisiert. Bentele ist außerdem Mitglied des Stiftungsrats der Medienstiftung der Sparkasse Leipzig und Beiratsmitglied des LPRS – Leipziger Public Relations Studenten e. V. Nachdem Bentele seit 1994 Mitglied im Deutschen Rat für Public Relations war, wurde er von diesem Gremium der freiwilligen Selbstkontrolle im Jahr 2012 zum Vorsitzenden gewählt. Dort hat er den „Deutschen Kommunikationskodex" maßgeblich mit auf den Weg gebracht.

Bentele publizierte bislang 45 Bücher, darunter – als Mitherausgeber – Standardwerke wie das „Handbuch der Public Relations" (mehrere Auflagen) oder das „Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft", das 2013 in der zweiten Auflage erschien. Sein Œuvre umfasst darüber hinaus über 230 Fachaufsätze, über 25 Forschungsberichte und zahlreiche Lexikonartikel zu Themenbereichen wie Öffentlichkeitsarbeit / PR, Ethik der öffentlichen Kommunikation, Wissenschaftstheorie der Kommunikationswissenschaft, zu Bereichen der Kommunikationsraumforschung, Film- und Fernsehforschung und anderen Gebieten der Kommunikations- und Medienforschung.

Günter Bentele ist verheiratet mit Christina Bentele und hat zwei erwachsene Kinder, eine Tochter und einen Sohn.

Professor des Jahres, PR-Kopf des Jahres

INTERVIEW MIT GÜNTER BENTELE

VON DR. HOWARD NOTHHAFT UND PROF. DR. STEFAN WEHMEIER

Wehmeier: Günter, du hast ein Studium der Germanistik absolviert mit einem Schwerpunkt Linguistik, zusätzlich Soziologie, Politologie, Publizistik und Philosophie studiert. Du hast dich breiter aufgestellt als der Normalstudent. Publizistik steht in deinem Lebenslauf an vierter Stelle. Wolltest du, wie viele andere auch „irgendwas mit Medien machen" oder was hat dich dazu gebracht?

Bentele: Diesen Gedanken hatte ich nicht. Ich habe zwar immer Lust am Schreiben gehabt, und am Lesen. Aber das war auch über die Germanistik schon abgedeckt. Ich habe ja auch in München das ein oder andere Seminar Zeitungswissenschaft bei Glotz und Langenbucher belegt. Publizistik war einfach ein Nebenfach, das mich angesprochen hat. Das Thema Medien hat mich Ende der 1960er Jahre interessiert, aber ich hatte bis zum sechsten, sieben, achten Semester eigentlich noch keine Idee, in diese Richtung zu gehen.

Wehmeier: Was hat dich dann dazu gebracht, das zu ändern?

Bentele: Eine Stellenausschreibung auf eine Teilzeit -Assistentenstelle am Institut für Publizistik in Berlin, die erste, auf die ich mich nach meinem Studium beworben habe. Die Stelle bei Professor Ivan Bystrina war für Lehre in den Bereichen Erkenntnistheorie und Semiotik ausgeschrieben. Und ich habe sie unter fünf, sechs Bewerbern auch bekommen.

Wehmeier: Was treibt einen Günter Bentele in die Wissenschaft?

Bentele: Es reizt mich, Dinge zu erklären, wie sie laufen. Wenn man so will, ein ganz klassischer Wahrheitsgedanke. Theorien zu entwickeln, aber Theorien nicht um der Theorien willen, sondern um Wirklichkeit, um Verläufe der Wirklichkeit beschreiben und erklären zu können. Das hat mich, glaube ich, immer schon getrieben. Als ich meinen allerersten Aufsatz geschrieben habe, wollte ich zeigen, dass das Basis-Überbau-Schema von Stalin, die Leninsche Widerspiegelungstheorie und das Dialektikschema nicht ausreichend sind, um sprachliche Strukturen und Phänomene beschreiben oder gar erklären zu können. Ich habe argumentiert und versucht zu zeigen, dass diese Ansätze ideologisch sind, und dass solche Ansätze der Rekonstruktion sprachlicher Strukturen, grammatikalischer, semantischer und pragmatischer Strukturen nicht gerecht werden kann.

Nothhaft: Kommt da auch so ein bisschen der Realist Günter Bentele durch, der mit beiden Füßen auf dem Boden steht?

Bentele: Ja, der kommt da durch. Ich habe so breit studiert, dass ich – von den vorhandenen Scheinen her – drei Examina hätte machen können. Was ich tatsächlich gemacht habe, war das Staatsexamen. Ich dachte mir, wenn alle Stricke reißen, kann ich immer noch ans Gymnasium als Deutsch- und Sozialkundelehrer gehen. Ich wollte aber eigentlich in die Wissenschaft. Ich hätte auch in Soziologie und in Politikwissenschaft den Abschluss machen können.

Wir hatten damals einen selbstorganisierten, studentischen Diskussionszirkel unter anderem mit Hans Joas und Anton Leist. Hans Joas ist ja heutzutage einer der bekanntesten deutschen Soziologen. Ich habe ihn vor kurzem wieder getroffen.

Nothhaft: Über Hans Joas hast du mal zu mir gesagt: „Der Joas war immer schlauer als wir alle."

Bentele: Richtig. Hans Joas war für mich, obwohl er gleichaltrig ist, Jahrgang

1948, immer jemand, zu dem ich wissenschaftlich aufgeschaut habe. Er ist sehr klug und breit gebildet: Philosoph, Soziologe, ein Universalgebildeter, wie es sie heute kaum noch gibt.
Wir haben aus dieser Gruppe heraus (Anton Leist war Herausgeber) ein Buch zusammen gemacht: „Aspekte materialistischer Sprachtheorie". In diesem Buch habe ich meinen ersten wissenschaftlichen Aufsatz publiziert, der noch erschienen ist, bevor ich mein Examen hatte, worauf ich sehr stolz war. Und ich hatte damals schon ähnliche Zeitprobleme, die ich heute noch gelegentlich habe: Abgabetermine einzuhalten.
Aber ich habe mir damals gesagt: Wenn du das nicht schaffst, dann kannst du das gleich vergessen mit der Wissenschaft. Wenn du das aber schaffst, ist das ein gutes Entrée. Ich habe es dann geschafft, und der Aufsatz wurde auch gelobt von international renommierten Linguisten – wie Manfred Bierwisch, einem damals weltweit bekannten Sprachwissenschaftler aus der DDR.

Nothhaft: Dein Ausgangspunkt war schon immer die Sprache. Aber so wie ich dich verstehe, ist damit auch immer schon verbunden der Drang durch die Sprache auf die Realität.

Bentele: Korrekt.

Nothhaft: Realität – ein Wort, das man heutzutage nur noch mit Anführungszeichen versehen darf.

Bentele: Richtig. Ich benutze das aber ganz selbstbewusst und ohne Anführungszeichen.

Nothhaft: Dieser Drang scheint immer dagewesen zu sein. Und mir scheint, dass du auch mehr als andere in der Kommunikationswissenschaft die Naturwissenschaften, speziell die Biologie, als einen wichtigen Orientierungspunkt angesehen hast.

Bentele: Richtig.

Nothhaft: Das zieht sich durch viele deiner Schriften. Kommt dabei der Realist im erkenntnistheoretischen Sinn zum Ausdruck?

Bentele: Also der Realist, der Lebensrealist, der kommt wahrscheinlich von meiner Allgäuer Herkunft, durch mein Aufwachsen in einem Dorf mit 3.000 Einwohnern im Westallgäu.

Nothhaft: Blicken wir zurück in die späten 1960er Jahre. Du warst, glaube ich, auch für die Agitation, die Propaganda auf dem Land vorgesehen, hast du mal gesagt.

Bentele: Das war vielleicht nicht ganz ernst gemeint. Aber wir hatten damals diskutiert, was die einzelnen nach der Revolution, die wir ungefähr in drei Jahren, also 1971 oder 1972 erwarteten, denn machen sollten.

Wehmeier: Kam dann ja auch 1974. Deutschland gewinnt die Weltmeisterschaft im Fußball.

Bentele: (Lautes Lachen) Und einige dieser Studentenführer, die ich übrigens nach einer bestimmten Zeit sehr viel realistischer und kritischer sah als anfänglich, hatten eine andere soziale Herkunft als ich, kamen aus dem Klein- oder auch dem Großbürgertum, während ich in einem „Arbeiter- und Bauernmilieu" auf dem Land aufgewachsen war. Mein Vater war Kraftfahrer in einer kleinen Brauerei, Hilfsarbeiter. Meine Mutter, die immerhin die Mittlere Reife besaß, hatte damals bei drei Kindern gar nicht gearbeitet. Später hat sie wieder begonnen als Sekretärin zu arbeiten. Ich glaube, dieser Lebensrealismus hat mir in dem studentischen Milieu in München und Berlin sehr viel geholfen, Sprechblasen und dieses etwas künstliche Revoluzzertum zu durchschauen. Das war allerdings noch kein erkenntnistheoretischer Realismus, den habe ich erst etwas differenziert durch die Lektüre von Lenins „Materialismus und Empiriokritizismus" und durch die Kritik an diesem „naiven Realismus" entwickeln können.

Wehmeier: Dein nächster Schritt: Vier Jahre als Wissenschaftlicher Mitarbeiter im Modellversuch Journalisten-Weiterbildung in Berlin von 1980 bis 1984.

Bentele: Ich habe schon 1975 als Teilzeit-Assistent begonnen, später dann als Assistent. Man musste sich seine eigene Stelle schaffen, wenn es irgendwie weitergehen sollte.
Ich habe in einer Gruppe von Assistenten mitgemacht. Wir wollten ein Bund-Länder-Projekt, das war ein Projekt mit einem Größenvolumen von einer halben Million oder einer Million D-Mark mit fünf vollen Stellen. Wir haben ein Jahr lange diskutiert, ein Konzept und einen Antrag entwickelt, dann haben wir uns noch einen Professor als Projektleiter gesucht. Das war damals Alexander von Hoffmann. Weil der Antrag erfolgreich war und genehmigt wurde, habe ich mir sozusagen eine dieser fünf Stellen selbst geschaffen.

Nothhaft: Was hast du unterrichtet?

Bentele: Ich habe Kommunikationswissenschaft, Kommunikationstheorie und auch Sprache unterrichtet und damals auch eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft herausgegeben und teilweise geschrieben.

Nothhaft: Und über diese Stelle hast du dich dann qualifiziert für den nächsten Schritt, für eine Hochschulassistenz?

Bentele: Diese Stelle beim Modellversuch Journalisten-Weiterbildung gab mir die nötige Zeit, meine Dissertation, den nächsten wichtigen Schritt, zu beenden. Ich glaube, nach zweieinhalb Jahren hatte ich dann auch promoviert. Und dann ging es halt weiter mit der Hochschulassistentenstelle, die ich bekommen habe.

Wehmeier: Was war dein Antrieb für die Habilitationsschrift?

Bentele: Meine Habil-Schrift ist vor dem Hintergrund meiner Beschäftigung mit Erkenntnistheorie entstanden: Auch wiederum so ein Realismusgedanke. Ich habe irgendwann realisiert, dass es relativ unrealistisch

Prof. Dr. Günter Bentele am Schreibtisch in Berlin

Die semiotische Vergangenheit hat mir nicht geschadet

ist, dass weitere Semiotik-Professuren in Europa entstehen werden. Die einzige Semiotik-Professur hatte ja Umberto Eco in Mailand. Ich konnte mir ausrechnen, wenn ich jetzt weiter schwerpunktmäßig Semiotik mache, dann werde ich in ein paar Jahren habilitierter Taxifahrer sein.

Dieser Realismus hat mich dazu gebracht, die Habil-Schrift zu einem eher klassischen, publizistikwissenschaftlichen Thema schreiben. Ich habe dann auch angefangen, empirisch zu arbeiten.

In diese Zeit fiel meine enge Zusammenarbeit mit Otfried Jarren. Wir haben damals ein Fünfjahres-Projekt mit dem Titel „Medienstadt Berlin" eingeworben und auch Mitarbeiter eingestellt. Und in diesem Kontext habe ich sehr viel empirisch gearbeitet, habe die ersten Inhaltsanalysen realisiert, die ersten Umfragen im Feld gehabt und so weiter.

Und das hat mir dann auch ganz gut gefallen. Ich kam ja von einem rein theoretischen oder strukturorientierten Fach, der Linguistik und Semiotik.

Wehmeier: Über diesen Weg des Entdeckens der Empirie bist du zu deinem Habil-Thema gekommen?

Bentele: Das Habil-Thema habe ich deshalb gewählt, weil Objektivität, journalistische Objektivität, ein eingeführtes Thema in der Kommunikationswissenschaft war, zu dem ich eine eigene theoretische Position entwickelt hatte.

Ulrich Saxer hatte einen wichtigen Aufsatz dazu geschrieben. Ich war einer der wenigen, die dann einen ganz guten weiteren, wissenschaftlichen Aufsatz dazu geschrieben haben.

Objektivität, also eine Normierung journalistischen Handelns, hat mich dann auf der Rezipientenseite zum Thema Glaubwürdigkeit gebracht. Ich glaube, dass Glaubwürdigkeit das Pendant von Objektivität auf der Rezipientenseite ist.

Meine Habil-Schrift ist ja nicht bekannt geworden im Fach, weil sie erst 20 Jahre später publiziert wurde von euch. Aber ich war dann formal im Fach qualifiziert, und die Leute wussten auch, dass ich über dieses Thema geschrieben hatte dadurch, dass ich ein paar Aufsätze dazu publiziert hatte; zum Beispiel „Glaubwürdigkeit von Medien" 1988 in der „Publizistik".

Die semiotische Vergangenheit hat mir nicht geschadet. Das Thema war noch so ein zusätzliches Glitzersteinchen in meiner wissenschaftlichen Vita.

Nothhaft: War das Habil-Thema auch ein bisschen getrieben von dem Motiv Sprechblasen, die vielleicht wenig durchdacht sind, zu durchdenken oder vielleicht sogar zum Platzen zu bringen? Objektivität ist ja ein Begriff, den man im Alltagsgebrauch gerne mal fallen lässt.

Bentele: Ja, natürlich. Aber ich habe das, glaube ich, sehr gut geprüft, habe das analysiert, habe eine neue Konzeption von kritischer Objektivität entwickelt, hinter der ich immer noch stehe – jenseits aller konstruktivistischen Positionen, die oft davon ausgehen, dass es so etwas wie Objektivität angeblich nicht gebe. Da habe ich überhaupt nichts zurückzunehmen – Objektivität nicht als naiver Begriff, als Gegenteil von Subjektivität. Vielmehr habe ich versucht, Objektivität als kritischen Begriff zu sehen. Objektivität kann nur über subjektive Akte gelingen, aber es gibt eben sehr große Unterschiede in der Realitätsnähe – später habe ich das als sozialen Isomorphismus bezeichnet. Mir war damals schon klar, dass es Grenzen dieses Korridors der Realitätsbeschreibung (oder Rekonstruktion) gibt. Wenn dieser Rekonstruktionskorridor überschritten wird, indem auch Rezipienten Wirklichkeit strukturisomorph wahrnehmen, dann führt das zu negativen Reaktionen wie Glaubwürdigkeits- und Vertrauensverlusten. Von dieser Konzeption, die ich dann später in meinem Rekonstruktiven Ansatz zusammengefasst habe, habe ich kaum etwas zurückzunehmen.

Nothhaft: Wie bist du zur PR gekommen? Objektivität kann ein Weg sein, der dahin führt.

Bentele: Richtig, aber das war nicht der Weg, der mich zur PR gebracht hat. Es war eine ganz pragmatische Sache. Stephan Ruß-Mohl, der für Journalismus relativ neu berufene Berliner Professor hatte mich gefragt, ob ich nicht Lust hätte, mich auf eine wissenschaftliche Dauerstelle zu bewerben.

Es war eine Stelle, die sich aus einem zweiten Berliner Modellversuch entwickelt hatte, dem Modellversuch Öffentlichkeitsarbeit. Dieser Modellversuch hatte in zwei Durchgängen das bundesweit erste Modell eines postgradualen PR-Studiums erfolgreich erprobt. Und da ich im Beirat dieses Modellversuchs als Wissenschaftlicher Mitarbeiter saß und plötzlich gemerkt habe, dass PR ja eigentlich eine ganz interessante Sache ist, weil sie strukturell etwas systematischer und wissenschaftlicher fundiert ist als zum Beispiel Journalismus, hat mich das angezogen.

Journalismus wurde damals in der Praxis noch vielfach als eine Begabungsangelegenheit gesehen. Bei der PR habe ich durch Systematik, Analyse, Einsatz von sozialwissenschaftlichen und managementorientierten Analysetechniken, Evaluation etc. den Eindruck gehabt, dass PR „wissenschaftsnäher" als Journalismus und Journalistik ist.

Zweitens habe ich plötzlich bemerkt, dass jemandem, der sich wissenschaftlich mit PR beschäftigt, eher positive Gefühle und Anerkennung entgegen gebracht wurde. Vermutlich auch, weil die PR-Praktiker sich hier etwas legitimieren konnten.

Sobald PR ein wissenschaftliches Fundament hatte und sich PR an den Hochschulen irgendwo entwickelt hat, war das gut für die Praktiker.

Nothhaft: Wie wichtig ist dir diese Anerkennung von Seiten der Praxis?

Prof. Dr. Stefan Wehmeier, Prof. Dr. Günter Bentele und Dr. Howard Nothhaft

Bentele: Ich glaube, Anerkennung ist generell für mich und andere etwas Wichtiges. Aber ich würde es mal so formulieren: Da ich nie Vollzeit-Praktiker war, habe ich lange Zeit einigen Praktikern gegenüber so eine Art kleinen Minderwertigkeitskomplex gehabt, über Journalismus oder PR zu dozieren, dies aber nie hauptberuflich gemacht zu haben. Diesen kleinen Minderwertigkeitskomplex habe ich allerdings längst abgelegt, weil ich viele Journalisten und PR-Praktiker kennengelernt habe, die relativ schwachbrüstig waren.

Nothhaft: Also so eine Einsicht, die kochen auch nur mit Wasser?

Bentele: Teilweise sogar mit weniger als Wasser. (Lachen)

Wehmeier: Wie siehst du das Verhältnis von PR-Wissenschaft und PR-Praxis?

Bentele: Ich sehe das im Prinzip so ähnlich wie Manfred Rühl, dass PR-Wissenschaft genauso wie Journalistik (als Wissenschaft) zu einem großen Teil das systematisch rekonstruieren sollte, was die Praxis macht, also die Entscheidungen, die Handlungen, die organisatorischen und beruflichen Strukturen, und Organisationsstrukturen. Was relativ bald dazu kam, war der kritische Aspekt. Ich sehe es auch als eine genuine Aufgabe von Wissenschaft an, eine an Normen orientierte Kritik an der Praxis zu üben. Die PR-Wissenschaft steht in einem Spannungsfeld zwischen (sozialwissenschaftlichem) Beschreibungs- und Erklärungsparadigma und einem wirtschaftswissenschaftlich inspiriertem Optimierungsparadigma.

Wehmeier: Aber wollen nicht gerade die Praktiker genau dieses Optimierungsparadigma auch von der PR-Wissenschaft?

Bentele: Natürlich. Ich denke auch nicht, dass man diese Ansprüche einfach bei Seite lassen kann. Es ist sinnvoll, dass man als Wissenschaftler auch daran mitarbeitet, bessere Evaluationsinstrumente, -methoden etc. zu entwickeln. Warum sollte man nicht auch mit an der Optimierung – wie auch Ingenieurwissenschaftler – arbeiten? Aber die grundsätzliche Herangehensweise ist bei mir eine sozialwissenschaftliche – systematisch beschreiben, erklären, auch Kritik üben. Das Erklären fehlt ja bei vielen Praktikern.

Nothhaft: Du hast keine Berührungsängste mit der Praxis. Ist das auch ein bewusstes, anderes Vorgehen als deine Professoren damals, die sich ja zurückgezogen haben?

Bentele: Ich glaube, ja. Ich hielt es von Anfang an für wichtig, auch Mitglied im Berufsverband – damals gab es nur die DPRG – zu sein und als Mitglied dort auch meine Stimme als Wissenschaftler zu erheben. Auch Albert Oeckl hat damals als Praktiker immer für die Verwissenschaftlichung der Öffentlichkeitsarbeit und dafür geworben, dass die Öffentlichkeitsarbeit ein Studienfach wird. Ich bin auch auf die Tagungen der Praktiker gegangen und habe dann die Oeckls und die vielen anderen kennengelernt und wurde dann auch von denen, als jemand, der die Öffentlichkeitsarbeit an der Universität vertritt, ernst genommen.

Wehmeier: Vielleicht manchmal auch vereinnahmt?

Bentele: Diesen Eindruck habe ich nie gehabt. Ich wüsste nicht, wo. Da müssten wir über konkrete Dinge reden. Natürlich habe ich auf Anfrage Artikel im „Journalist“ oder im „pr-magazin“ zu bestimmten Themen publiziert. Aber die Themen haben mich immer interessiert – Reflexionen über Ausbildung, Professionalisierung, Ethik etc.

Nothhaft: Das ist vielleicht ein gutes Beispiel. Du hast mir vor diesem Interview vom Kommunikationskodex und den Änderungen zu dem gemeinsam von uns gemachten Entwurf erzählt. Sind das die Kompromisse, die man eingehen muss?

Bentele: Kompromisse muss man nicht nur in der Politik, sondern auch in anderen Berufsfeldern gelegentlich machen. Es ist nur wichtig, die Grenzen zu definieren. Ich habe ein ganz konkretes Beispiel. Ich wollte ursprünglich den Wahrheitsbegriff im Kodex unterbringen. Die Praktiker in der „steering group“ haben sich vehement dagegen gewehrt. Wahrheit sei outdated, hieß es, gehe nicht, sei nicht definierbar. Da kommt man mit Argumenten nicht mehr dagegen an. Ich habe aber dann, als die Gefahr bestand, dass auch der Wahrhaftigkeitsbegriff rausflog, relativ deutlich gesagt, dass das mit mir nicht geht.

Nothhaft: Unterscheidet dich das von vielen Berufskollegen, die auf Distanz zur Praxis gehen, vielleicht gar nicht wissen wollen, was dort geschieht?

Bentele: Ich denke schon. Ich habe aber immer den Anspruch gehabt, dass man, wenn man etwas macht, das auch richtig machen sollte. Ich habe jahrelang einen handgeschriebenen Satz von Joseph Beuys an der Wand hängen gehabt: „Jeder Griff muss sitzen.“ Dieses Motto hat mir sehr viel gegeben. Ich habe immer zu wenig Zeit gehabt, dass ich alles so machen konnte oder hätte so machen können, wie ich eigentlich gewollt habe. Aber wenn ich was gemacht habe, dann meinte ich, müsste das stimmen – handwerklich und qualitativ hochwertig. Dabei macht man natürlich im Leben immer Kompromisse. Aber ich habe subjektiv nicht den Eindruck, dass ich mich hätte irgendwo verbiegen lassen.

Wehmeier: Die Annahme eines Rufes nach Leipzig auf die erste richtige PR-Professur in Deutschland war ein Kompromiss. Musstest du dich verbiegen?

Bentele: Warum Kompromiss? Im Gegenteil. Das war eine Herausforderung für mich. Ich hatte eine C3-Lebenszeit-Professur in Bamberg. Und dort wie auch schon zuvor hatte ich einiges in Richtung Öffentlichkeitsarbeit gemacht, Bestandsaufnahmen der Forschung und Lehre, Ethik und Vertrauen.

Nothhaft: Wer kam eigentlich auf die Idee, diese Stelle in Leipzig auszuschreiben, und mit welcher Motivation?

Bentele: Das hat Karl-Friedrich Reimers als Gründungsdekan mit der Gründungskommission entschieden. Die Kommission hatte das Gefühl, dass eine Professur in Öffentlichkeitarbeit – als eine Innovation – wichtig wäre.

Ich war damals eine von nur wenigen Personen, die PR-Forschung gemacht hatten. Und das hat dann offenbar die Kommission überzeugt.

Wehmeier: Du sagst, es war der Anfang der PR-Wissenschaft in gewisser Weise.

Bentele: Ja.

Wehmeier: Jetzt kann man sicherlich nicht sagen, dass deine Emeritierung das Ende sein wird.

Bentele: Nein, mit Sicherheit nicht.

Wehmeier: Aber wenn du zurückblickst, was hat sich verändert? Was ist anders als damals? Was sind die großen Veränderungen?

Bentele: Erstens ist die Beschäftigung mit PR breiter und besser geworden. Wir (Barbara Baerns, Manfred Rühl, Ulrich Saxer, Michael Kunczik, Peter Szyszka und ich) haben uns 1992 auf der Bamberger DGPuK-Tagung zusammengesetzt und gesagt, es ist wichtig, sich mit diesem Gebiet wissenschaftlich zu beschäftigen und ein Forum (die Fachgruppe) zu gründen.

Wehmeier: Also gab es keine Widerstände gegen das Thema als solches?

Bentele: Nein, gab es eigentlich nicht. Rühl und Saxer waren gut angesehen. Die hatten nicht nur PR-Themen bearbeitet. Ich war ja auch schwerpunktmäßig Kommunikationswissenschaftler mit einem interessanten Nebenthema PR. Erst als ich dann in Leipzig war und dann auch erster Vorsitzender der DGPuK wurde, habe ich mich nach der Wahl bedankt und gesagt: „Erstens finde ich es schön, dass Sie mich als Neu-Leipziger gewählt haben. Zweitens finde ich es schön, dass Sie einen PR-Professor gewählt haben, denn das signalisiert mir, dass PR mittlerweile auch in der Kommunikationswissenschaft in gewisser Weise angekommen ist."

Wehmeier: Mein Eindruck ist allerdings, dass selbst heute noch ein bisschen diejenigen, die zum Thema PR forschen – und das sind, wie du gerade gesagt hast, deutlich mehr als noch vor 20 Jahren – gelegentlich mit Naserümpfen betrachtet werden.

Es gibt den Vorwurf der Unwissenschaftlichkeit. Der Eindruck ist, dass das Thema relevant ist, aber innerhalb der eigenen Fachgesellschaft doch noch nicht wirklich ernst genommen wird. Wie empfindest du das?

Bentele: An diesem Eindruck mag etwas Richtiges sein. Ich glaube aber, dass erstens durch die Qualitätsverbesserung in der PR-Forschung in den letzten 20 Jahren, zweitens durch die klare Entwicklung – PR wird immer wichtiger und ist relevant –, drittens auch dadurch, dass der ein oder andere natürlich nur Vorurteile hatte, sich dann mit PR vielleicht notgedrungen damit beschäftigen musste, sich das geändert hat und weiter ändert.

Wehmeier: Du warst DGPuK-Vorsitzender, jetzt bist du Dekan. Was ist dein Verhältnis zu diesen offiziellen Positionen? Manche sagen, es gehe in der Wissenschaft vor allem darum, formale Macht zu erringen. Andere hingegen meinen, das sei eigentlich nur eine Ablenkung. Wie siehst du das?

Bentele: Nein, keine Ablenkung. Der DGPuK-Vorsitz hat mich natürlich gefreut, weil ich das auch persönlich für mich als Anerkennung der Fach-Community gesehen habe.

Ich habe auch versucht, etwas zu bewegen, z. B. sind unter meinem Vorsitz die Fachgruppen eingeführt worden. Bezüglich des Dekanspostens bin ich gefragt worden, ob ich kandieren würde. Das habe ich mir gut überlegt und dann u. a. deshalb kandidiert, weil ich das Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft auf ein stabiles Gleis unter den Voraussetzungen des Generationswechsels, des Profilbildungsprozesses, führen wollte.

Nothhaft: Muss man als Wissenschaftler eine besondere Art von Mensch sein?

Bentele: Für mich war es immer ein Ziel Wissenschaftler zu sein. Ich habe mit „Wissenschaftler sein" eigentlich immer sehr hohe, ethische und professionelle Ansprüche verbunden, die ich mit Sicherheit nicht immer eingehalten habe oder einhalten konnte. Aber allein diese Zielsetzung finde ich wichtig.

Nothhaft: Was bleibt, wenn du gehst?

Bentele: Tja, gute Frage. Die habe ich mir natürlich ganz punktuell auch mal gestellt. Ich hoffe es bleibt ein Beitrag zur Entwicklung der PR-Wissenschaft in Deutschland. Ich hoffe, es bleibt etwas vom Thema Öffentliches Vertrauen. Ich hoffe, es bleibt etwas von meinen Beiträgen zur PR-Geschichte. Wenn ein paar Sachen bleiben, dann bin ich eigentlich schon ganz zufrieden.

Nothhaft: Gibt es ein Buch, dass nie geschrieben wurde, weil die Uni dazwischen kam?

Bentele: Ja, „Einführung in die PR" ist zum Beispiel aus Zeitgründen nie geschrieben worden, obwohl wir ja relativ nah dran waren. Du warst dran beteiligt. Und das habe ich mir, glaube ich, schon vor einem Jahr etwas abgeschminkt. Das werde ich

Wissenschaftler sollten hohe, ethische und professionelle Ansprüche haben.

vermutlich auch nicht mehr schreiben, weil es unsinnig ist, ein Lehrbuch zu schreiben, wenn man schon emeritiert ist. Ich möchte noch ein Buch zur PR-Geschichte schreiben. Wir machen jetzt gerade ein Buch zum Thema Öffentliches Vertrauen.

Wehmeier: Also es kommt noch was?

Bentele: Es kommt noch was!

Wehmeier: Welche Vorbilder hast du, außer dem schon erwähnten Hans Joas?

Bentele: Luhmann habe ich nur einmal persönlich erlebt, der war aber nie ein Vorbild; Habermas schon eher. Ich habe ihn ein paar Mal persönlich erlebt und in Bamberg einmal mit ihm diskutiert.

Wehmeier: Paul McCartney?

Bentele: Ja, natürlich. Paul McCartney als musikalisches Vorbild. Er ist auch ein großer Kommunikator im Übrigen. Ganz anders als Eric Clapton.

Nothhaft: Um noch mal zurückzukommen: Was würdest du, als Professor am Ende seiner Laufbahn, Nachwuchswissenschaftlern mit auf den Weg geben? Und hast du das Gefühl, dass deine PR-Wissenschaft in guten Händen ist oder sagst du salopp formuliert: „Jungs und Mädels, ihr müsst da einen Gang höher schalten?"

Bentele: Nein, PR-Wissenschaft solide weiterentwickeln, integriert in die Kommunikationswissenschaft, aber natürlich mit interdisziplinären Bezügen. Die Praxis nicht aus den Augen lassen, nicht in den Elfenbeinturm wandern, wie es frühere Generationen gemacht haben. Denn man kann mittel- und langfristig auch als Wissenschaftler in diesen Fächern größeren Einfluss gewinnen, wenn man auch Respekt in der Praxis hat. Rückhalt heißt ja nicht, dass man unkritisch ist. Im Gegenteil, man soll da Kritik üben. Wenn PR-Praxis Anregungen und Weiterentwicklungsimpulse aus der Wissenschaft bekommt, ist das in jedem Fall besser, als wenn sie sagt: „Diese Elfenbeintürme haben doch keine Ahnung von der Wirklichkeit". Man muss als Wissenschaftler auch Ahnung von der Realität haben, um den Leuten etwas entgegnen zu können, wenn sie sagen: „Ethik ist ein alter alter Hut." Stattdessen muss man ihnen vor Augen führen, dass jeder Praktiker jede Woche oder jeden Tag ethische Entscheidungen treffen muss.

Wehmeier: Ich stelle mal eine provokante These auf: Deine vielfältigen Einbindungen in Gremien, in Beiräte und so weiter, war das auch so etwas wie ein gigantisches, verdecktes Beobachtungsprojekt, das dich in die Lage versetzt, über die Praxis zu urteilen?

Bentele: Ich denke schon. Intuitiv vielleicht, aber nicht bewusst strategisch. Es ist ja vieles auch auf mich zugekommen. Ich habe das nicht aktiv gemacht, aber wenn sich Angebote ergeben haben, habe ich gesagt: „Okay, ich mach den Beirat da, den Beirat dort." Ich bin jetzt auch dabei, das wieder abzubauen.

Wehmeier: Du hast gesagt, es ist wichtig, dass man als PR-Wissenschaftler weiß, worüber man schreibt, also die Praxis kennt.

Bentele: Dass man nicht als wissenschaftlicher Idiot, als Nur-Theoretiker, als blauäugig gebrandmarkt werden kann.

Wehmeier: Inwiefern ist es wichtig für dich als Wissenschaftler oder generell vielleicht auch als Wissenschaftler, der Praxis durch Forschung Anerkennung zu geben?

Bentele: Das ist für mich nicht wichtig. Für mich ist wichtig, die Praxis zu verbessern. Darum mache ich jetzt z.B. Vorträge über Ethik bei Praktikern. Ich rede bei der DPRG, dem BdP, der Deutschen Post etc.

Wehmeier: Du sagst „verbessern". Das ist ein starkes Statement insofern, dass du sagst, diese Praxis ist eindeutig verbesserungswürdig?

Bentele: Natürlich.

Wehmeier: Das heißt auch ethisch verbesserungswürdig.

Bentele: Ja, sicher. Sie ist in großen Teilen unreflektiert. Sie ist vielfach unsystematisch, wird aus dem Bauch heraus betrieben. Da kann man sehr viel verbessern.

Wehmeier: Aber würdest du auch sagen, dass zumindest substanzielle Teile der Praxis ethisch bedenklich sind?

Bentele: Klar. Ich glaube, das könnte das selbe Motiv eines Staatsanwalts sein, die Welt ein bisschen zu verbessern oder eines Richters, so einen Job zu ergreifen.

Wehmeier: Bleibt bei all dem überhaupt noch Zeit für ein Privatleben?

Bentele: Das konzentriert sich vor allem auf mein Hobby, die Musik, und auf gelegentliche Theater- und Konzertbesuche mit meiner Frau Christina, und anderen Leuten. Außerdem habe ich eine Enkelin, die jetzt den Samstag regelmäßig ausfüllt; das ist eine ganz schöne Herausforderung. Im Sommer kommt die Gartenarbeit hinzu.

Nothhaft: Wie wichtig ist Musik für dich, auch als Möglichkeit eine andere Seite zu zeigen? Oder ist der Bentele auf der Bühne und der, der die Vorlesung hält, derselbe?

Bentele: Es ist einerseits der gleiche Bentele, auf der anderen Seite ist es der künstlerische Bentele. Das ist jetzt ein großes Wort, aber ich liebe es, Musik zu machen. Ich glaube auch, dass ich in bestimmten Bereichen, zum Beispiel rhythmisch, recht gut bin. Da kann ich es mit fast allen aufnehmen, technisch kann ich das nicht. Ich würde mich sehr freuen, aber das werde ich wahrscheinlich nicht mehr realisieren können, mit irgendwelchen guten Musikern wie Eric Clapton, Paul McCartney oder der RIAS Big-Band auf der Bühne zu stehen und „It don't mean a thing" von Duke Ellington in einer funky Rockversion zu singen. Und ich glaube schon, dass ich auch in Vorlesungen ein bisschen etwas von dieser Bühnenpräsenz mitbringen kann.

Nothhaft: Mehr Paul McCartney als Eric Clapton?

Bentele: Mehr Paul McCartney als Eric Clapton, eindeutig.

Paul McCartney ist ein großer Kommunikator

PUBLIKATIONEN VON GÜNTER BENTELE

Günter Bentele publizierte bislang 45 Bücher, darunter – als Mitherausgeber – Standardwerke wie das „Handbuch der Public Relations" (mehrere Auflagen) oder das „Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft", das 2013 in der zweiten Auflage erschien. Sein Œuvre umfasst außerdem mehr als 230 Fachaufsätze, über 25 Forschungsberichte und zahlreiche Lexikonartikel.

Prof. Dr. Günter Bentele
Universität Leipzig
Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft
Burgstraße 21, 04109 Leipzig

Tel.: +49 / (0) 341 / 9735-730
Fax: +49 / (0) 341 / 9735-748
E-Mail: bentele@uni-leipzig.de

www.guenter-bentele.de
www.facebook.de/guenter.bentele

MONOGRAPHIEN

Bentele, G., Brosius, H.-B., & Jarren, O. (Eds.) (2013). Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft (2nd ed.). [Dictionary of Communication and Media Science] Wiesbaden: Springer VS.

Bentele, G., Dolderer, U., Seidenglanz, R., & Fechner R. (2012). Profession Pressesprecher 2012. Vermessung eines Berufsstandes. [The profession of the Spokesmen and Communication Managers. Measuring the professional field] Berlin: Helios Media.

Bentele, G., Großkurth, L., & Seidenglanz, R. (2009). Profession Pressesprecher 2009. Vermessung eines Berufsstandes. [The profession of the Spokesmen and Communication Managers. Measuring the occupational field] Berlin: Helios Media.

Bentele, G., Buchele, M.-St., Hoepfner J., & Liebert T. (2009): Markenwert und Markenwertermittlung (3rd ed.). [Brand Equity – Foundations and Measuring] Wiesbaden: Gabler.

Avenarius, H., & G. Bentele (Eds.) (2009): Selbstkontrolle im Berufsfeld Public Relations. Reflexionen und Dokumentation. [Self Control in the Professional Field of Public Relations. Reflections and Documentation] Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Bentele, G. (2008). Objektivität und Glaubwürdigkeit. Medienrealität rekonstruiert [Objectivity and Credibility. Media Reality reconstructed. Edited and introduced by S. Wehmeier, H. Nothhaft, & R. Seidenglanz]. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Bentele, G., Fröhlich, R., & Szyszka, P. (Eds.) (2008). Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und Berufliches Handeln. Mit Lexikon (2nd ed.). [Handbook of Public Relations. Scientific Foundations and Professional Acting. With Lexicon] Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Bentele, G., Großkurth, L., & Seidenglanz, R. (2007). Profession Pressesprecher 2007 II. Vermessung eines Berufsstandes. [The profession of the Spokesmen and Communication Managers. Measuring the professional field II] Berlin: Helios Media.

Bentele, G., & Deutscher Fachjournalisten-Verband (Eds.) (2006). PR für Fachmedien. Professionell kommunizieren mit Experten [PR for expert media. Communicating professional with experts]. Konstanz: UVK.

Bentele, G., Brosius, H.-B., & Jarren, O. (Eds.) (2006). Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft. [Dictionary of Communication and Media Science] Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Bentele, G., Großkurth, L., & Seidenglanz, R. (2005). Profession Pressesprecher. Vermessung eines Berufsstandes. [The profession of the Spokesmen and Communication Managers. Measuring the professional field] Berlin: Helios Media.

Bentele, G., Fröhlich, R., & Szyszka, P. (Eds.) (2005). Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und Berufliches Handeln. Mit Lexikon. [Handbook of Public Relations. Scientific foundations and professional acting. With dictionary] Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwis-senschaften.

Bentele, G., Liebert, T., Hoepfner, J., & Buchele, M.-S. (2005). Markenwert und Markenwertermittlung (2nd ed.). [Brand Equity – Foundations and Measuring] Wiesbaden: Gabler.

Altmeppen, K., Röttger, U., & Bentele, G. (Eds.) (2004). Schwierige Verhältnisse? Interdependenzen zwischen Journalismus und PR. [Difficult Relationships? Interdependencies between Journalism and Public Relations] Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Bentele, G., & Seidenglanz, R. (2004). Das Image der Image-Macher. Eine repräsentative Studie zum Image der PR-Branche in der Bevölkerung und eine Journalistenbefragung. [The Image of the Image-Makers. A Representative Study concerning the population's image of the professional field and a survey of journalists] Leipzig: Universität Leipzig.

Bentele, G., Liebert, T., Hoepfner, J., & Buchele, M-S. (2003). Markenwert und Markenwertermittlung. [Brand Equity – Foundations and Measuring] Wiesbaden: Gabler.

Bentele, G., Brosius, H.-B., & Jarren, O. (Eds.) (2003). Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kom-munikations- und Medienwissenschaft. [Public Communication. Handbook Communication and Media Science] Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Bentele, G., Piwinger, M., & Schönborn, G. (Eds.) (2001-). Kommunikationsmanagement. Strategien, Wissen, Lösungen [Loseblattsammlung]. [Communication Management. Strategies, Knowledge, Solutions. Loose-leaf Edition] Neuwied/Kriftel: Luchterhand, Köln: Wolters-Kluwer.

Bentele, G., Liebert, T., & Polifke, M. (2001). Medienstandort Leipzig III. Eine Studie zur Leipziger Medienwirtschaft 2000. [Media City Leipzig III. A Study about Media Business in Leipzig 2000] Leipzig: Stadt Leipzig.

Bentele, G., Liebert, T., & Vogt, M. (Eds.) (2001). PR für Verbände und Organisationen. Fallstudien aus der Praxis. [Public Relations for Associations and Public Organisations] Neuwied: Luchterhand.

Bentele, G., Polifke, M., & Liebert, T. (1999). Medienstandort Leipzig II. Eine Studie zur Leipziger Medienwirtschaft 1998. [Media City Leipzig II. A Study about Media Business in Leipzig 1998] Leipzig: Stadt Leipzig.

Zwahr, H., Topfstedt, T., & Bentele, G. (Eds.) (1999). Leipzigs Messen 1497-1997. [The Trade Fairs in Leipzig 1497-1997] Köln, Weimar, Wien: Böhlau.

Bentele, G. (Ed.) (1998). Berufsfeld Public Relations. PR-Fernstudium. Studienband 1 Berlin: PR-Kolleg.

Bentele, G., & Rolke, L. (Eds.) (1998). Konflikte, Krisen und Kommunikationschancen in der Mediengesellschaft. Casestudies aus der PR-Praxis. [Conflicts, Crises and Communication Chances in a Media Society. Case Studies from the PRactical field.]. Berlin: Vistas.
Bentele, G., & Haller, M. (Eds.) (1997). Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure – Strukturen – Veränderungen. [The Building of the Public Sphere. Agents – Structures – Changes] Konstanz: UVK.
Bentele, G., & Becher, M. (1997). Medienstandort Leipzig. Eine Studie zur Leipziger Medienwirtschaft. [Media City Leipzig. A Study about Media Business in Leipzig 2000] Dresden, Leipzig: Messedruck Leipzig.
Bentele, G., Steinmann, H., & Zerfaß, A. (Eds.) (1996). Dialogorientierte Unternehmenskommunikation. Grundlagen – Praxiserfahrungen – Perspektiven. [Dialogue Oriented Corporate Communications. Foundations – Experiences – Perspectives] Berlin: Vistas.
Bentele, G., & Liebert, T. (Eds.) (1995). Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit. Darstellung und Diskussion des Ansatzes von Roland Burkart. (Understanding Oriented Public Relations. Description and Discussion of the R. Burkart approach] Leipzig: Universität Leipzig.
Bentele, G., & Szyszka, P. (Eds.) (1995). PR-Ausbildung in Deutschland. [Public Relations Education in Germany] Opladen: Westdeutscher Verlag.
Bentele, G., & Hesse, K. R. (Eds.) (1994). Publizistik in der Gesellschaft. Festschrift für Manfred Rühl zum 60. Geburtstag. [Public Communication in Society. Festschrift dedicated to Manfred Rühl on the occasion of his 60th birthday] Konstanz: UVK.
Bentele, G. (Ed.) (1994). Public Relations in Forschung und Lehre (PRIFOL II). [Public Relations – Research and Eduction II] Wiesbaden: Verlag für deutsche Wirtschaftsbiographien.
Bentele, G., & Rühl, M. (Eds.) (1993). Theorien Öffentlicher Kommunikation. Problemfelder, Positionen, Perspektiven. [Theories of Public Communication. Problem Fields, Positions, Perspectives] München: Ölschläger.
Bentele, G. (Ed.) (1991). Public Relations in Forschung und Lehre (PRIFOL I). [Public Relations – Research and Education I] Wiesbaden: Verlag für deutsche Wirtschaftsbiographien.
Bentele, G., Jarren, O., & Kratzsch, U. (1990). Medienlandschaft im Umbruch. Medien- und Kommunikationsatlas Berlin. [Changing Media Landscapes. Media and Communication Atlas Berlin] Berlin: Vistas.
Bentele, G. (1988). Objektivität und Glaubwürdigkeit von Medien. Eine theoretische und empirische Studie zum Verhältnis von Realität und Medienrealität [Objectivity and Credibility of Media. A Theoretical and Empirical Study towards the Relationship Between Reality and Media Reality; Habilitation thesis]. Berlin: Freie Universität Berlin.
Bentele, G., & Jarren, O. (Eds.) (1988). Medienstadt Berlin. [Media City Berlin] Berlin: Vistas.
Bentele, G., & Jarren, O. (Eds.) (1987). Massenmedien in Berlin. Eine Auswahlbibliographie mit Nachweis der Gesetzestexte. [Mass Media in Berlin. A Selected Bibliography with Law Texts] Berlin: Vistas.
Bentele, G., & Storll, D. (1986). Berlin in Presse und Fernsehen. Eine Inhaltsanalyse zur Berlin-Berichterstattung Berliner Tageszeitungen und der Berliner Abendschau. [Berlin in Newspapers and TV. A Content Analyses of Berlin related Reporting in Newspapers and the local TV from Berlin] Berlin: Vistas.
Bentele, G., & Hess-Lüttich, E. W. B. (Eds.) (1985). Zeichengebrauch in Massenmedien. Zum Verhältnis von sprachlicher und nicht-sprachlicher Information in Hörfunk, Film und Fernsehen. [Sign Usage in Mass Media. Searching for Relationships Between Verbal and Non-Verbal Information in Radio, Film and Television] Tübingen: Niemeyer.
Projektgruppe Modellversuch Journalisten-Weiterbildung (Ed.) (1984). Fernstudium Kommunikati-onswissenschaft [Distance Learning program: Communication and Media Studies, conceptualized and co-edited by G. Bentele]. München: Ölschläger.
Bentele, G. (1984). Zeichen und Entwicklung – Vorüberlegungen zu einer genetischen Semiotik [Signs, Development and Evolution. Preleminaries to a Genetic Theory of Semiotics] also: Doctoral dissertation, Free University Berlin, 1982]. Tübingen: Narr.
Bentele, G., & Ruoff, R. (Eds.) (1982). Wie objektiv sind unsere Medien? [How Objective Can Our Media Be?] Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag.
Bentele, G. (Ed.) (1981). Semiotik und Massenmedien. [Semiotics and Mass Media] München: Ölschläger.
Bentele, G., & Bystrina, I. (1978). Semiotik – Grundlagen und Probleme. [Semiotics – Foundations and Problems]. Stuttgart, Berlin, Köln, Mainz: Kohlhammer.
Bentele, G. (1974). Verschiedene Handlungsbegriffe innerhalb einiger Konzepte von Pragmatik (Morris, Klaus, Watzlawick, Habermas, Apel) [Different Concepts of Action in different Concepts of Pragmatics (Morris, Klaus, Watzlawick, Habermas, Apel). Graduate thesis]. Berlin: Free University.

BUCHREIHEN

Bentele, G., Brosius, H.-B., Jarren, O. (Eds.) (2002-). Studienbücher zur Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, VS Verlag für Sozialwissenschaften. 18 books up to now (www.vs-verlag.de).
Bentele, G. (Ed.) (2000-), Organisationskommunikation. Studien zu Public Relations / Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikationsmanagement. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, VS Verlag für So-zialwissenschaften. 27 books up to now (www.vs-verlag.de).
Bentele, G. (Ed.) (1996-2000). Öffentlichkeitsarbeit / Public Relations und Kommunikationsmanagement. Berlin: Vistas. 9 books (www.vistas.de).
Bentele, G. (Ed.). (1995-). Leipziger Skripten für Public Relations und Kommunikationsmanagement. Leipzig: Universität Leipzig. 8 publications up to now.
Bentele, G., & Jarren, O. (Eds.) (1986-1999). Vistascript. Berlin: Vistas. 13 books (www.vistas.de).

FACHARTIKEL UND BUCHKAPITEL

Bentele, G., & Grünberg, P. (2013). Normative Aspekte der PR-Praxis und der PR Wissenschaft. In M. Karmasin, M. Rath & B. Thomaß (Eds.), Normativität in der Kommunikationswissenschaft (pp. 49-72). Wiesbaden: Springer VS.
Bentele, G. (2013). Public Relations Historiography: Perspectives of a Functional-Integrative Stratification Model. In K. Sriramesh, A. Zerfaß & J.-N. Kim (Eds.), Current Trends and Emerging Topics in Public Relations and Communication Management (pp. 244-259). New York: Routledge.
Bentele, G. (2013). Verschiedene Lexikonartikel [Various Keywords]. In G. Bentele, H.-B. Brosius & O. Jarren (Eds.), Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft (2nd ed.). Wiesbaden: Springer VS.
– Berufsnormen (PR, Werbung)
– Berufsorganisationen (PR, Werbung)
– Berufsrollen (PR, Werbung)
– Botschaft
– Content Management
– Corporate Publishing
– Deutscher Presserat
– Deutscher Rat für Public Relations
– Deutsches Rundfunkarchiv
– Dialog
– Event-Management
– Gesundheitskommunikation
– Glaubwürdigkeit
– Image
– Interne Organisationskommunikation
– Kampagne(n)
– Kommunikatives Handeln
– Kundenzeitschrift
– Lüge
– Marke
– Mediensemiotik
– Mediensprachen
– Medienwirklichkeit
– Medienwissenschaft
– Mitarbeiterzeitschriften
– Nachrichtensendung
– Objektivität
– Öffentliches Vertrauen
– Perspektive
– Perspektivität
– PR-Kommunikatorforschung
– Propaganda
– Public Affairs
– Public Relations
– Public Relations-Zeitschriften
– Rekonstruktiver Ansatz, Rekonstruktivismus
– Reziprozität
– Semiotik
– Signal
– Soziales Handeln
– Strategie
– Symbolischer Interaktionismus
– Transparenz
– Vertrauen
– Wirklichkeit
– Zeichen
Bentele, G., & Nothhaft, H. (2013). Verschiedene Lexikonartikel [Various Keywords]. In G. Bentele, H.-B. Brosius & O. Jarren (Eds.), Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft (2nd ed.). Wiesbaden: Springer VS.
– Determinationsthese
– Ereignis
– Intereffikation
– Investor Relations
– Issues Management
– Krisen PR
– Lobbying
– Unternehmenskommunikation
Beitat, K., Bentele G., & Iedema R. (2012). Trust after medical incidents. In C. N. Candlin & J. Chrichton (Eds.), Discourses of trust. Palgrave Studies in Professional and Organizational Disclosure. (pp. 77-95). Sydney: Palgrave Macmillan.
Bentele G., & Seidenglanz R. (2012). Weiblicher Führungsanspruch? Pressesprecher, 10(6), 16-18.
Bentele, G., & Seiffert, J. (2012). Public Relations and Culture in Germany: Between the Iron Cage and Deliberative Democracy. In K. Sriramesh & D. Vercic (Eds.), Culture and Public Relations (pp. 124-141). New York: Routledge.
Wohlgemuth, C., & Bentele, G. (2012). Die Vertrauenskrise des deutschen Komitees für UNICEF – Eine Fallstudie zum Verlust öffentlichen Vertrauens im NGO-Bereich. In G. Bentele, M. Piwinger & G. Schönborn (Eds.), Kommunikationsmanagement. Strategien, Wissen, Lösungen (No. 6.33, pp. 1-29) [Loseblattsammlung]. Neuwied: Luchterhand.
Bentele, G. (2011). Correspondence(s) to Reality. A Reconstructive Approach to Public Relations. In R. L. Heath (Ed.), The Sage Handbook of Public Relations (pp. 111-125). Los Angeles, CA: Sage.
Bentele, G. (2011). Verantwortungsvolle Interessenvertretung. Pressesprecher, 9(4), 18-21.
Bentele, G., & Nothhaft, H. (2011). Trust and Credibility as Basis of Corporate Social Responsibility: (Mass-) Mediated Construction of Responsibility and Accountability. In Ø. Ihlen, J. L. Bartlett & S. May (Eds.), The Handbook of Communication and Social Corporate Responsibility (pp. 208-230). Chichester: Wiley Blackwell.
Bentele, G., & Nothhaft, H. (2011). Vertrauen und Glaubwürdigkeit als Grundlage von Corporate Social Responsibility: Die (massen-)mediale Konstruktion von Verantwortung und Verantwortlichkeit. In J. Raupp, S. Jarolimek, & F. Schultz (Eds.), Handbuch CSR. Kommunikationswissenschaftliche Grundlagen, disziplinäre Zugänge und methodische Herausforderungen (pp. 45-70). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Bentele, G., & Seiffert, J. (2011). Vom „stählernen Gehäuse" zur flexiblen Organisation: Deutsche Unternehmenskultur im 20. Jahrhundert. In W. Faulstich (Ed.), Die Kultur des 20. Jahrhunderts (pp. 13-31). Paderborn: Wilhelm Fink Verlag.

Einwiller, S., Bentele, G., & Landmeier, C. (2011). Corporate Reputation and The News Media in Germany. In C. E. Carroll (Ed.), Corporate Reputation and The News Media. Agenda Setting within Business News Coverage in Developed, Emerging, and Frontier Markets (pp. 76-95). New York/London: Routledge.

Seiffert, J., Bentele, G., & Mende, L. (2011). An explorative study on discrepancies in communication and action of German companies. Journal of Communication Management; 15(4), 349-367.

Bentele, G., & Nothhaft, H. (2010). Strategic Communication and the Public Sphere from a European Perspective. In International Journal for Strategic Communication, 4 (2), 93-116.

Bentele, G., & Seidenglanz, R. (2010). Verbandskommunikatoren in Deutschland. Empirische Befunde. In O. Hoffjann & R. Stahl (Eds.), Handbuch Verbandskommunikation (pp. 177-192). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Bentele, G. (2010). Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit. Herausforderungen für die PR-Ethik. In W. Hömberg, D. Hahn & T. B. Schaffer (Eds.), Kommunikation und Verständigung. Theorie – Empirie – Praxis. Festschrift für Roland Burkart (pp. 75-94). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Bentele, G., & Fähnrich, B. (2010). Personalisierung als sozialer Mechanismus in Medien und gesellschaftlichen Organisationen. In M. Eisenegger & S. Wehmeier (Eds.), Personalisierung der Organisationskommunikation (pp. 51-75). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Bentele, G. (2009). Wie wird sich in den nächsten 40 Jahren das Verhältnis zwischen PR und Journalismus entwickeln? In KOOB PR (Ed.), PR 2049 (pp. 35-37). Mühlheim a. d. Ruhr: KOOB Public Relations.

Hoepfner, J., & Bentele G. (2009). Messung und Kommunikation immaterieller Werte – Erfahrungen aus dem Markenumfeld. In K. Möller, M. Piwinger & A. Zerfaß (Eds.), Immaterielle Vermögenswerte. Bewertung, Berichterstattung und Kommunikation (pp. 161-178). Stuttgart: Schaäffer-Poeschel.

Bentele, G., & Wehmeier, S. (2009). Commentary: Linking Sociology with Public Relations - Some Critical Reflections in Reflexive Times. In: I. Oyvind, B. van Ruler & M. Frederiksson (Eds.): Public Relations and Social Theory. Key Figures and Concepts (pp. 341-361) New York/London: Routledge.

Bentele, G., & Seiffert, J. (2009). Organisatorische Transparenz und Vertrauen. In V. Klenk & D. J. Hanke (Eds.), Corporate Transparency (pp. 42-61). Frankfurt am Main: Frankfurter Allgemeine Buch.

Zerfaß, A., Bentele, G., & Von Oehsen, H. O. (2009). Lobbying in Berlin. Akteure, Strukturen und Herausforderungen eines wachsenden Berufsfeld. In A. Sell & A. N. Krylow (Eds.), Government Relations, Interaktionen zwischen Wirtschaft, Politik und Gesellschaft (pp. 15-35). Frankfurt a. M.: Peter Lang.

Bentele, G. (2009). Ethik der Public Relations. Grundlagen, Probleme, Herausforderungen. In A. Horst & G. Bentele (Eds.), Selbstkontrolle im Berufsfeld Public Relations. Reflexionen und Dokumentation (pp. 12-41). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Bentele, G., & Janke, K. (2008). Krisenkommunikation als Vertrauensfrage? Überlegungen zur krisenbezogenen Kommunikation mit verschiedenen Stakeholdern. In T. Nolting & A. Thießen (Eds.), Krisenmanagement in der Mediengesellschaft. Potenziale und Perspektiven der Krisenkommunikation (pp. 112-132). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Bentele, G., & Will, M. (2008). Public Relations. In M. Meckel & B. F. Schmidt (Eds.), Unternehmenskommunikation. Kommunikationsmanagement aus Sicht der Unternehmensführung (2 ed., pp. 153-185). Wiesbaden: Gabler.

Bentele, G., & Nothhaft, H. (2008). Public Relations/Öffentlichkeitsarbeit. In B. Batinic & M. Appel (Eds.), Medienpsychologie (pp. 337-358). Heidelberg: Springer.

Zerfaß, A., Bentele, G., & Von Oehsen, H. O. (2008). Lobbying in Berlin. Akteure, Strukturen und Herausforderungen eines wachsenden Berufsfeld. In G. Bentele, M. Piwinger & G. Schönborn (Eds.), Kommunikationsmanagement (No. 3.53, pp. 1-29) [Loseblattsammlung]. München: Wolters Kluwer.

Bentele, G., & Nothhaft, H. (2008) Kommunikationskonzeption als Regelkreis. Überlegungen zur Konzeptionslehre und zu Jürg W. Leipzigers Thermostatmetaphorik. In T. Liebert (Eds.), Strategische Kommunikation lehren, praktizieren und evaluieren. Thematische Beiträge zur Verabschiedung von Jürg W. Leipziger als Honorarprofessor an der Universität Leipzig (pp. 48-88). Leipziger Skripten für Public Relations und Kommunikationsmanagement, #8. Leipzig: Universität Leipzig.

Bentele, G., & Nothhaft, H. (2008). Das Management der Widersprüche. Paradoxien im Verhältnis von Journalismus und PR. In B. Pörksen, W. Loosen & A. Scholl (Eds.), Paradoxien des Journalismus. Theorie – Empirie – Praxis (in press). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Bentele, G. (2008). Public Relations Theory: The Reconstructive Approach. In A. Zerfass, B. van Ruler & K. Sriramesh (Eds.), Public Relations Research. European and International Perspectives and Innovations (pp. 19-31). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Bentele, G., & Nothhaft, H. (2008). The Intereffication Model: Theoretical Discussions and Empirical Research. In A. Zerfass, B. van Ruler & K. Sriramesh (Eds.), Public Relations Research. European and International Perspectives and Innovations (pp. 33-47). Wiesbaden: VS Verlag für So-zialwissenschaften.

Bentele, G., & Seidenglanz, R. (2008). Trust and Credibility – Prerequisites for Communication Management. In A. Zerfass, B. van Ruler & K. Sriramesh (Eds.), Public Relations Research. European and International Perspectives and Innovations (pp. 49-62). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Sommer, C., & Bentele, G. (2008). Vertrauensverluste: Der Fall Gerster. Eine deutsche Fallstudie über Interdependenzen zwischen Prozessen öffentlicher Kommunikation und öffentlichen Vertrauens. In G. Bentele, M. Piwinger & G. Schönborn (Eds.), Kommunikationsmanagement (chap. 6.17, pp. 1-31). Köln: Wolters-Kluwer.

Bentele, G. (2008). Ein rekonstruktiver Ansatz der Public Relations. In G. Bentele, R. Fröhlich & P. Szyszka (Eds.), Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und Berufliches Handeln. Mit Lexikon (2nd ed., pp. 136-146). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Bentele, G. (2008). Intereffikationsmodell. In G. Bentele, R. Fröhlich & P. Szyszka (Eds.), Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon (2nd ed., pp. 209-222). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Bentele, G., & Seidenglanz, R. (2008). Vertrauen und Glaubwürdigkeit. In G. Bentele, R. Fröhlich & P. Szyszka (Eds.), Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und Berufliches Handeln. Mit Lexikon (2nd ed., pp. 346-361). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Bentele, G. (2008). Sozialistische Öffentlichkeitsarbeit in der DDR. In G. Bentele, R. Fröhlich & P. Szyszka (Eds.), Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und Berufliches Handeln. Mit Lexikon (2nd ed., pp. 415-430). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Bentele, G. (2008). Ethik der Public Relations – Grundlagen und Probleme. In G. Bentele, R. Fröhlich & P. Szyszka (Eds.), Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und Berufliches Handeln. Mit Lexikon (2nd ed., pp. 565-577). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Bentele, G. (2008). Verschiedene Lexikonartikel [Various Keywords]. In G. Bentele, R. Fröhlich & P. Szyszka (Eds.), Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und Berufliches Handeln. Mit Lexikon (2nd ed.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
– Ethik-Kodizes (p. 587)
– Gesundheitskommunikation (pp. 591-592)
– Guerilla-PR (p. 592)
– Kundenzeitschrift (p. 603)
– Mitarbeiterzeitschrift (p. 608)
– Nachricht (p. 609)
– Spin-Doktor, Spin (p. 623)

Bentele, G., Buchele, M.-S., & Hoepfner, J. (2008). Lexikonartikel [Keyword]. In G. Bentele, R. Fröhlich & P. Szyszka (Eds.), Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und Berufliches Handeln. Mit Lexikon (2 ed.) Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
– Markenwert (brand equity) (pp. 605-607)

Bentele, G., Nothhaft, H., & Zerfaß, A. (2008). Lexikonartikel [Keyword]. In G. Bentele, R. Fröhlich & P. Szyszka (Eds.), Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und Berufliches Handeln. Mit Lexikon (2 ed.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
– Evaluation/PR-Evaluation (p. 587)

Bentele, G. (2007). Odnoso s javnoæu. Rekonstruktivni pristup. In CM Èasopis Za Upravljanje Komuniciranjem [Communication Management Quarterly], 2(2), 5-22.

Bentele, G., & Andres, S. (2007). Die Relevanz von Pressemitteilungen. In W. Zehrt (Ed.), Die Pressemit-teilung (pp. 11-19). Konstanz: UVK.

Bentele, G., & Wehmeier, S. (2007). Applying sociology to public relations: A commentary. Public Relations Review, 33(3), 294-300.

Bentele, G., & Nothhaft, H. (2007). Konzeption von Kommunikationsprogrammen. In M. Piwinger & A. Zerfaß (Eds.), Handbuch Unternehmenskommunikation (pp. 357-380). Wiesbaden: Gabler.

Bentele, G., & Nothhaft, H. (2007). The Intereffication Model: Theoretical Discussions and Empirical Research. In B. Merkel, S. Ruß-Mohl & G. Zavaritt (Eds.), A Complicated, Antagonistic & Symbiotic Affair. Journalism, Public Relations and their Struggle for Public Attention (pp. 59-77). Bellinzona: Casagrande editore.

Bentele, G. (2006). Legitimität der politischen Kommunikation? In J. Rieksmeier (Ed.), Praxisbuch: Public Affairs. Instrumente, Kampagnen, Lobbying (pp. 5-14). Wiesbaden: VS Verlag für Sozial-wissenschaften.

Bentele, G. (2006). Fach-PR in der Informations- und Kommunikationsgesellschaft – Einige einleitende Bemerkungen. In Bentele, G. & Deutscher Fachjournalisten-Verband e.V. (Eds.), PR für Fachmedien. Professionell kommunizieren mit Experten (pp. 11-20). Konstanz: UVK.

Bentele, G., & Nothhaft, H. (2006). Konzeptionslehre und PR-Prozess. In Bentele, G. & Deutscher Fach-journalisten-Verband e. V. (Eds.), PR für Fachmedien. Professionell kommunizieren mit Experten (pp. 105-138). Konstanz: UVK.

Bentele, G. (2006). Ethik der Public Relations und Fach-PR. Grundlagen und Probleme. In Bentele, G. & Deutscher Fachjournalisten-Verband e. V. (Eds.), PR für Fachmedien. Professionell kommunizieren mit Experten (pp. 411-433). Konstanz: UVK.

Bentele, G. (2006). Verschiedene Lexikonartikel [Various Keywords]. In G. Bentele, H.-B. Brosius & O. Jarren (Eds.), Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
– Berufsnormen (PR, Werbung) (p. 22)
– Berufsorganisationen (PR, Werbung) (pp. 23-24)
– Berufsrollen (PR, Werbung) (p. 24)
– Botschaft (pp. 25-26)
– Content Management (p. 33)
– Deutscher Presserat (p. 43)
– Deutscher Rat für Public Relations (p. 44)
– Event-Management (p. 58)
– Glaubwürdigkeit (pp. 86-87)
– Image (p. 95)
– Interne Organisationskommunikation (p. 108)
– Kommunikatives Handeln (p. 135)
– Marke (p. 158)
– Mediensemiotik (pp. 184-185)
– Mediensprachen (p. 185)
– Medienwissenschaft (p. 188)
– Nachrichtensendung (p. 197)
– Objektivität (pp. 201-202)
– PR-Kommunikatorforschung (p. 226)
– Propaganda (pp. 229-230)
– Public Relations (pp. 230-232)
– Public Relations-Zeitschriften (p. 232)
– Soziales Handeln (pp. 265-266)
– Strategie (p. 274)
– Symbol. Interaktionismus (pp. 277-278)
– Vertrauen (p. 300)
– Wirklichkeit (p. 311-312)
– Zeichen (pp. 319-320)

Bentele, G., & Nothhaft, H. (2006). Verschiedene Lexikonartikel [Various Keywords]. In G. Bentele, H.-B. Brosius & O. Jarren (Eds.), Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
– Determinationsthese (pp. 39-40)
– Ereignis (pp. 54-55)
– Intereffikation (p. 106)
– Investor Relations (pp. 112-113)
– Issues Management (pp. 114-115)
– Krisen-PR (p. 142)
– Medienresonanzanalyse (pp. 183-184)
– Unternehmenskommunikation (p. 392)

Bentele, G., & Seidenglanz, R. (2006). Das Image der Image-(Re-)Konstrukteure: Ergebnisse einer repräsentativen Studie zum Image der Public Relations in der deutschen Bevölkerung und einer Journalistenbefragung. In G. Bentele, M. Piwinger & G. Schönborn (Eds.), Kommunikationsma-nagement (chap. 8.14, pp. 1-29). München, Unterschleißheim: Wolters-Kluwer.

Bentele, G., & Andres, S. (2005). Ethische Herausforderungen an die Unternehmensführung. In G. Bentele, M. Piwinger & G. Schönborn (Eds.), Kommunikationsmanagement (chap. 1.26, pp. 1-36). München, Unterschleißheim: Wolters-Kluwer.

Bentele, G., & Hoepfner, J. (2005). Die Bedeutung der PR für die Markenpolitik. In G. Bentele, M. Piwinger & G. Schönborn (Eds.), Kommunikationsmanagement (chap. 3.28, pp. 1-45). München, Unterschleißheim: Wolters-Kluwer.

Bentele, G., & Mäder, K. (2005). Die Öffentlichkeitsarbeit der deutschen Landesparlamente. In G. Bentele, M. Piwinger & G. Schönborn (Eds.), Kommunikationsmanagement (chap. 7.08, pp. 1-18). München, Unterschleißheim: Wolters-Kluwer.

Bentele, G. (2005). Rekonstruktiver Ansatz. In G. Bentele, R. Fröhlich & P. Szyszka (Eds.), Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon (pp. 147-160). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Bentele, G. (2005). Intereffikations-Modell. In G. Bentele, R. Fröhlich & P. Szyszka (Eds.), Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon (pp. 209-222). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Bentele, G., & Seidenglanz, R. (2005). Vertrauen und Glaubwürdigkeit. In G. Bentele, R. Fröhlich & P. Szyszka (Eds.), Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon (pp. 346-360). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Bentele, G. (2005). Sozialistische Öffentlichkeitsarbeit in der DDR. In G. Bentele, R. Fröhlich & P. Szyszka (Eds.), Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon (pp. 413-428). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Bentele, G. (2005). Ethische Anforderungen an die Öffentlichkeitsarbeit. In G. Bentele, R. Fröhlich & P. Szyszka (Eds.), Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon (pp. 562-574). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Bentele, G. (2005). Verschiedene Lexikonartikel [Various Keywords]. In G. Bentele, R. Fröhlich & P. Szyszka (Eds.), Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
– Agenda-Setting/Agenda-Building (p. 576)
– Corporate Publishing (p. 579)
– Event (p. 582)
– Image (p. 583)
– Konzeption (pp. 590-591)
– Manipulation (p. 594)
– Nachrichtenwert (pp. 595-596)
– Öffentlichkeit (pp. 596-597)
– PR-Funktionen (p. 601)
– PR-Instrumente (pp. 601-602)
– PR-Maßnahme (p. 602)
– PR-Medien (p. 602)
– PR-Methoden (p. 602)
– Propaganda (pp. 602-603)
– PR-Verfahren (p. 603)
– PR-Ziele (pp.603-604)
– Reputation (p. 604-605)
– Social Marketing (p. 606)
– Sponsoring (p. 606)
– Strategie (p. 607)
– Vertrauen, öffentliches (p. 609)

Bentele, G., & Andres, S. (2005). Lexikonartikel [Keyword]. In G. Bentele, R. Fröhlich & P. Szyszka (Eds.), Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
– Internationale Public Relations (pp. 585-586)

Bentele, G., & Hoepfner, J. (2005). Verschiedene Lexikonartikel [Various Keywords]. In G. Bentele, R. Fröhlich & P. Szyszka (Eds.), Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
– Krisenkommunikation (pp. 591-592)
– Marke (p. 594)

Bentele, G., Hoepfner, J., & Szyszka, P. (2005). Lexikonartikel [Keyword]. In G. Bentele, R. Fröhlich & P. Szyszka (Eds.), Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
– Marken-PR (pp. 594-595)

Bentele, G., & Nothhaft, H. (2005). Verschiedene Lexikonartikel [Various Keywords]. In G. Bentele, R. Fröhlich & P. Szyszka (Eds.), Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
– Determination (pp. 579-580)
– Ereignis/Medienereignis (pp. 580-581)
– Evaluation (pp. 581-582)
– Intereffikation (p. 585)
– Lobbying (p. 593)
– Öffentliche Kommunikation (p. 596)
– PR-Ethik (pp.599-600)

Bentele, G., & Szyszka, P. (2005). Verschiedene Lexikonartikel [Various Keywords]. In G. Bentele, R. Fröhlich & P. Szyszka (Eds.), Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
– Legitimität/Legitimation (pp. 592-593)
– Verbände der PR-Arbeit (p. 608)

Bentele, G., & Wehmeier, S. (2005). Verschiedene Lexikonartikel [Various Keywords]. In G. Bentele, R. Fröhlich & P. Szyszka (Eds.), Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
– Berufsfeld (p. 577)
– PR-Theorien (p. 603)

Bentele, G., & Will, M. (2006). Public Relations als Kommunikationsmanagement. In B. F. Schmidt & B. Lyczek (Eds.), Unternehmenskommunikation. Kommunikationsmanagement aus Sicht der Unternehmensführung (pp. 149-181). Wiesbaden: Gabler.

Bentele, G., Liebert, T., & Fechner, R. (2006). Medienstandort Leipzig V (2005). Statistischer Quartalsbericht 2/2006. Leipzig: Amt für Statistik und Wahlen der Stadt Leipzig.

Bentele, G. (2005). Zukünftige Trends politischer Öffentlichkeitsarbeit. In A. Balzer, M. Geilich & S. Rafat (Eds.), Politik als Marke. Politikvermittlung zwischen Kommunikation und Inszenierung (pp. 96-99). Münster: LIT.

Bentele, G. (2005). Oeckl, Albert. In R. L. Heath (Ed.), Encyclopedia of Public Relations, Vol. 2 (pp. 585-587). Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage.

Bentele, G. (2005). Public Sphere. In R. L. Heath (Ed.), Encyclopedia of Public Relations, Vol. 2 (pp. 707-710). Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage.

Bentele, G., Buchele, M.-S., & Hoepfner, J. (2005). Markenwertermittlung (2). Faktoren der Nicht-produktbezogenen Kommunikation stärken. In Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA e. V. (Ed.), GWA-Jahrbuch 2005 (pp. 28-35). Frankfurt am Main: Horizont.

Bentele, G., & Nothhaft, H. (2005). Kommunikation/Massenkommunikation. In J. Hüther & B. Schorb (Eds.), Grundbegriffe der Medienpädagogik (4th ed., pp. 210-221). München: Kopaed.

Bentele, G., & Liebert, T. (2005). Medien- und Kommunikationsstandort Leipzig. In H. Schmidt, G. Mayer, D. Wiktorin, S. Tzaschel & J. Blenk (Eds.), Der Leipzig Atlas. Unterwegs in einer weltoffenen Stadt am Knotenpunkt zwischen West und Osteuropa (pp. 206-207). Köln: Emons.

Bentele, G., & Liebert, T. (2005). PR-Geschichte in Deutschland. Allgemeine Entwicklung, Entwicklung der Wirtschafts-PR und Berührungspunkte zum Journalismus. In K. Arnold & C. Neuberger (Eds.), Alte Medien – Neue Medien. Theorieperspektiven, Medienprofile, Einsatzfelder (pp. 221-241). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Bentele, G., & Seidenglanz, R. (2005). Das Image der Image-(Re-)Konstrukteure: Ergebnisse einer repräsentativen Studie zum Image der Public Relations in der deutschen Bevölkerung und einer Journalistenbefragung. In E. Wienand, J. Westerbarkey & A. Scholl (Eds.), Kommunikation über Kommunikation. Theorien, Methoden und Praxis (pp. 200-222). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Bentele, G., Seidenglanz, R. (2005). Glaubwürdigkeit. In S. Weischenberg, H. J. Kleinsteuber & B. Pörksgen (Eds.), Handbuch Journalismus und Medien (pp. 86-91). Konstanz: UVK.

Bentele, G. (2004). Public Relations – Ein Forschungsüberblick. In G. Bentele, M. Piwinger & G. Schönborn (Eds.), Kommunikationsmanagement (chap. 8.05, pp. 1-58). Neuwied, Kriftel: Luchterhand.

Altmeppen, K.-D., Röttger, U., & Bentele, G. (2004). Public Relations und Journalismus. Eine lang andauernde und interessante „Beziehungskiste". In K.-D. Altmeppen, U. Röttger & G. Bentele (Eds.), Schwierige Verhältnisse. Interdependenzen zwischen Journalismus und Public Relations (pp. 7-15). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Bentele, G., & Nothhaft, H. (2004). Das Intereffikationsmodell. Theoretische Weiterentwicklung, empirische Konkretisierung und Desiderate. In K.-D. Altmeppen, U. Röttger & G. Bentele (Eds.), Schwierige Verhältnisse. Interdependenzen zwischen Journalismus und Public Relations (pp. 67-104). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Seidenglanz, R., & Bentele, G. (2004). Das Verhältnis von Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus im Kontext von Variablen. Modellentwicklung auf Basis des Intereffikationsansatzes und empirische Studie im Bereich der sächsischen Landespolitik. In K.-D. Altmeppen, U. Röttger & G. Bentele (Eds.), Schwierige Verhältnisse. Interdependenzen zwischen Journalismus und Public Relations (pp. 105-120). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Bentele, G. (2004). Verschiedene Lexikonartikel [Various Keywords]. In I. Sjurts (Ed.), Gabler Lexikon. Medienwirtschaft A-Z. Wiesbaden: Gabler.
– Event (pp. 169-170)
– Glaubwürdigkeit (p. 239)
– Kampagne (pp. 307-309)
– Propaganda (pp. 483-485)
– Public Relations (pp. 488-490)

Bentele, G., & Nothhaft, H. (2004). Verschiedene Lexikonartikel [Various Keywords]. In I. Sjurts (Ed.), Gabler Lexikon. Medienwirtschaft A-Z. Wiesbaden: Gabler.
– Ereignis (pp. 162-163)
– Determinationsthese (pp. 106-107)
– Fundraising (p. 224)
– Medienresonanzanalyse (p. 388-389)
– PR, dialogorientierte (p. 490)
– PR, Ethik der (pp. 491-493)
– PR, Evaluation (pp. 493-494)
– PR, Funktionen der (p. 494)

Bentele, G., & Hoepfner, J. (2004). Die Bedeutung der PR für die Markenpolitik. In M. Bruhn (Ed.), Handbuch Markenartikel (2nd ed., pp. 1535-1564). Wiesbaden: Gabler.

Bentele, G., & Mäder, K. (2004). Parlaments-PR. Die Öffentlichkeitsarbeit der deutschen Landespar-lamente. In V. J. Kreyher (Ed.), Handbuch Politisches Marketing (pp. 529-540). Baden-Baden: Nomos.

Bentele, G. (2004). Geleitwort. In T. Köhler & A. Schaffranietz (Eds.), Public Relations – Perspektiven und Potenziale im 21. Jahrhundert (p. 9). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Bentele, G., & Nothhaft, H. (2004). Auf der Suche nach Qualität. Einige Gedanken und einige Dreiecke. In J. Raupp & J. Klewes (Eds.), Quo vadis Public Relations? Auf dem Weg zum Kommunikationsmanagement. Bestandsaufnahme und Entwicklungen (pp. 145-163). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Bentele, G. (2003). Der „Fall Hunzinger", Lobbying und die Ethik der Public Relations. In R. Ahrens & E. Knödler-Bunte (Eds.), Public Relations in der öffentlichen Diskussion. Die Affäre Hunzinger – ein PR-Missverständnis (pp. 127-140). Berlin: Media Mind Verlag.

Bentele, G. (2003). Kommunikatorforschung: Public Relations. In G. Bentele, H.-B. Brosius & O. Jarren (Eds.), Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft (pp. 54-78). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Bentele, G., & Junghänel, I. (2003). Public Relations in Germany. In B. van Ruler & D. Vercic (Eds.), Public Relations in Europe. A nation-by nation introduction to public relations theory and practice (pp. 153-168). Berlin: Mouton de Gruyter.

Bentele, G. (2003). New Perspectives of Public Relations in Europe. In B. van Ruler & D. Vercic (Eds.), Public Relations in Europe. A nation-by nation introduction to public relations theory and practice (pp. 485-496). Berlin: Mouton de Gruyter.

Bentele, G. & Wehmeier, S. (2003). From „literary bureaus" to a modern profession. The development and Current structure of Public Relations in Germany. In K. Sriramesh & D. Vercic (Eds.), The Global Public Relations Handbook. Theory, Research and Practice (pp. 199-221). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Bentele, G. (2002). Umberto Eco (1977). Zeichen. Einführung in einen Begriff und seine Geschichte. In C. Holtz-Bacha, & A. Kutsch (Eds.), Schlüsselwerke für die Kommunikationswissenschaft (pp. 124-127). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Bentele, G. (2002). Charles W. Morris (1946). Signs, Language, Behavior […]. In C. Holtz-Bacha & A. Kutsch (Eds.), Schlüsselwerke für die Kommunikationswissenschaft (pp. 321-324). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Bentele, G. (2002). Harry Pross (1970). Publizistik. Thesen zu einem Grundcolloquium […]. In C. Holtz-Bacha & A. Kutsch (Eds.), Schlüsselwerke für die Kommunikationswissenschaft (pp. 353-356). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Bentele, G. (2002). Benjamin Lee Whorf (1999). Sprache – Denken – Wirklichkeit. Beiträge zur Metalinguistik und Sprachphilosophie […]. In C. Holtz-Bacha & A. Kutsch (Eds.), Schlüsselwerke für die Kommunikationswissenschaft (pp. 442-444). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Bentele, G. (2002). Parasitism or Symbiosis? The intereffication model under discussion. In S. Eskelinen, T. Saranen & T. Tuhkio (Eds.), Spanning the boundaries of Communication (pp. 13-29). Jyväskylä: University of Jyväskylä.

Bentele, G. (2002). Warum die moderne Gesellschaft ihre Spin-Doctors braucht. Vorgänge, 41(2), 55-58.

Bentele, G., & Junghänel, I. (2002). Public Relations in Germany. In D. Vercic, B. van Ruler, D. Moss & J. White (Eds.), Proceedings of BledCom 2002 in Conjunction with 2002 Euprera Congress. The Status of Public Relations Knowlegde in Europe and Around the World (pp. 61-67). Ljubljana: Pristop Communications.

Bentele, G. (2001). Code of Conduct der ECC-Gruppe. Ein kritischer Kommentar. Public Relations Forum, 7(2), 76-77.

Bentele, G. (2001). Der Mann der ersten Stunde. Zum Tod von Albert Oeckl. Public Relations Forum 7(2), 89-91.

Bentele, G. (2001). Die Leipziger Messe als Kommunikationsereignis: Zur Entwicklung der Messekommunikation und ihrer Medien. In G. Bentele, M. Piwinger & G. Schönborn (Eds.), Kommunikationsmanagement (chap. 6.01, pp. 1-27). Neuwied, Kriftel: Luchterhand.

Bentele, G., & Rutsch, D. (2001). Issues Management in Unternehmen: Innovation oder alter Wein in neuen Schläuchen? In U. Röttger (Ed.), Issues Management. Theoretische Konzepte und praktische Umsetzung. Eine Bestandsaufnahme (pp. 141-160). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Bentele, G., & Rutsch, D. (2001). Issues Management in Unternehmen: Innovation oder alter Wein in neuen Schläuchen? In G. Bentele, M. Piwinger & G. Schönborn (Eds.), Kommunikationsmanagement (chap. 1.09, pp. 1-29). Neuwied, Kriftel: Luchterhand.

Wehmeier, S., & Bentele, G. (2000). Medienjournalismus und Medien-PR. Theoretisch-systematische Grundlagen und Fallbeispiele. In. T. Jüngling & H. Schultz (Eds.), Medienjournalismus und Medien-PR. Systematische Grundlagen und Beiträge aus der Praxis (pp. 9-55). Berlin: Vistas.

Wehmeier, S., & Bentele, G. (2000). Medienjournalismus und Medien-PR. Theoretisch-systematische Grundlagen und Fallbeispiele. In G. Schulze-Fürstenow & B.-J. Martini (Eds.), Handbuch PR. Öffentlichkeitsarbeit & Kommunikations-Management in Wirtschaft, Verbänden, Behörden (chap. 2.010, pp. 1-36). Neuwied, Kriftel: Luchterhand.

Bentele, G. (1999). Nationenimages als Teil der internationalen Kommunikation. In T. Achelis (Ed.), PR baut Brücken. Gedanken über Chancen und Möglichkeiten nationaler und internationaler Public Relations (pp. 158-175). München: DPRG.

Bentele, G. (2001). Nationenimages als Teil der internationalen Kommunikation. In G. Schulze-Fürstenow, & B.-J. Martini (Eds.), Handbuch PR. Öffentlichkeitsarbeit & Kommunikations-Ma-nagement in Wirtschaft, Verbänden, Behörden (chap. 1.232, pp. 1-18). Neuwied, Kriftel: Luchterhand.

Bentele, G. (2000). Über die Rolle von PR in gesellschaftlichen Dialogen. In T. von Schell & R. Seltz (Eds.), Inszenierungen zur Gentechnik – Konflikte, Kommunikation und Kommerz (pp. 154-168). Opladen: Westdeutscher Verlag.

Bentele, G. (2000). Ethik der Public Relations – eine schwierige Kombination? In PR plus (Ed.) PR plus Fernstudium Public Relations (pp. 29-48). Heidelberg: PR plus.

Bentele, G. (2000). Prof. Dr. Albert Oeckl – 90 Jahre. Public Relations Forum, 6(1), 44-45.

Bentele, G. (2000). Blockade? Ignoranz? Nicht-Wissen-Wollen? Kommunikationswissenschaft, Me-dienjournalismus und Medien-PR. In S. Russ-Mohl & S. Fengler (Eds.), Medien auf der Bühne der Medien (pp. 236-251). Berlin: Dahlem University Press.

Bentele, G. (1999). Thesen zu den Zukunftsperspektiven der Öffentlichkeitsarbeit. In Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik e.V. (Ed.) Studienband Öffentlichkeitsarbeit in Gesellschaft und Organisationen (pp. 1-14). Frankfurt am Main: GEP.

Bentele, G. (1999). Propaganda als Typ systematisch verzerrter öffentlicher Kommunikation. In T. Liebert (Ed.), Persuasion und Propaganda in der öffentlichen Kommunikation. Beiträge zur Tagung der DGPuK-Fachgruppe Public Relations/Organisationskommunikation vom 14. bis 16. Oktober 1999 in Naumburg (Saale). Leipzig: Universität Leipzig.

Bentele, G. (1999). Zukunftsaufgabe: Eigenkommunikation von Medienbetrieben. In Verband der Lokalpresse e.V. (Ed.), Lokalredaktionsdienst – Wissenschaft für die journalistische Praxis (p. 3). Berlin: Verband der Lokalpresse e.V..

Bentele, G. (1999). Warum die Krise im Unternehmen oft zur Krise in den Medien wird. In Koob & Partner Agentur für Public Relations (Ed.), Standpunkte Kommunikation (pp. 22-23). Mülheim an der Ruhr: Koob & Partner Agentur für Public Relations.

Bentele, G. (1999). Parasitentum oder Symbiose? Das Intereffikationsmodell in der Diskussion. In L. Rolke & V. Wolff (Eds.), Wie die Medien die Wirklichkeit steuern und selber gesteuert werden (pp. 177-193). Opladen: Westdeutscher Verlag.

Bentele, G. (1999). Die Leipziger Messe als Kommunikationsereignis. In H. Zwahr, T. Topfstedt & G. Bentele (Eds.), Leipzigs Messen 1497 – 1997. Teilband I (1497-1914) und Teilband II (1914-1997) (pp. 33- 48). Köln, Weimar, Wien: Böhlau.

Bentele, G. (1999). Die Leipziger Messe als Kommunikationsereignis. In G. Schulze-Fürstenow & B.-J. Martini (Eds.), Handbuch PR. Öffentlichkeitsarbeit & Kommunikations-Management in Wirtschaft, Verbänden, Behörden (chap. 3.811, pp. 1-23). Neuwied, Kriftel: Luchterhand.

Bentele, G. (1999). Sozialistische Öffentlichkeitsstrukturen und Öffentlichkeitsarbeit in der DDR. Anmerkungen zum Öffentlichkeitsdiskurs. In P. Szyszka (Ed.), Öffentlichkeit. Diskurs zu einem Schlüsselbegriff der Organisationskommunikation (pp. 157-163). Opladen: Westdeutscher Verlag.

Bentele, G. (1999). Public Relations Research and Public Relations Science in Germany. An Overview. In H.-B. Brosius & C. Holtz-Bacha (Eds.), Communication Studies in Germany (pp. 181-210). Cresskill, NJ: Hampton Press.

Bentele, G. (1999). Die TUA-Kommunikation oder: Kommunikation zwischen Tür und Angel. Eine kleine Reminiszenz an die Bamberger Zeit zu Anfang der neunziger Jahre. In A. M. Theis-Berglmair, B. Dernbach & C. von Studnitz (Eds.), Kaleidoskop '99. Kleines Bamberger Lesebuch für Professor Rühl (pp. 28-32). Bamberg: Universität Bamberg.

Bentele, G. (1999). Öffentlichkeitsarbeit in der DDR. Verständnisse, Berufsfeld und zeitgeschichtlicher Faktor. In J. Wilke (Ed.), Medien und Zeitgeschichte (pp. 395-408). Konstanz: UVK.

Bentele, G. (1999). Öffentlichkeitsarbeit in der DDR. Verständnisse, Berufsfeld und zeitgeschichtlicher Faktor. In G. Schulze-Fürstenow & B.-J. Martini (Eds.), Handbuch PR. Öffentlichkeitsarbeit & Kommunikations-Management in Wirtschaft, Verbänden, Behörden (chap. 3.811, pp. 1-23). Neuwied, Kriftel: Luchterhand.

Bentele, G. (1998). Politische Öffentlichkeitsarbeit. In U. Sarcinelli (Ed.), Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft (pp. 124-145). Opladen: Westdeutscher Verlag.

Bentele, G. (1998). Vertrauen/Glaubwürdigkeit. In O. Jarren, U. Sarcinelli & U. Saxer (Eds.), Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch. (pp. 305-311). Opladen: Westdeutscher Verlag.

Bentele, G. (1998). Verschiedene Lexikonartikel [Various Keywords]. In O. Jarren, U. Sarcinelli & U. Saxer (Eds.), Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch. Opladen: Westdeutscher Verlag.
– Corporate Identity (p. 643)
– Image (p. 657)
– Medienrealität (p. 682)
– Objektivität (p. 693)
– Öffentlichkeitsarbeit (pp. 695-696)
– Politmarketing (p. 701)
– Propaganda (pp. 711-712)
– Social Marketing (p. 723)
– Sponsoring (p. 724)
– Vertrauen (p. 734)

Bentele, G. (1998). Public Relations und Wirklichkeit. Überlegungen zu einer Theorie der Öffentlichkeitsarbeit. In J. Bernard & G. Withalm (Eds.), Kultur und Lebenswelt als Zeichenphä-nomene. Akten eines internationalen Kolloquiums zum 70. Geburtstag von Ivan Bystrina und Ladislav Tondl (pp. 19-53). Wien: ÖGS/ISSS.

Bentele, G. (1997). PR-Wissenschaft in Deutschland. Eine Annäherung. Public Relations Forum, 3(3), 8-13.

Bentele, G. (1997). Messe, Medien und Kommunikation. In V. Rodekamp (Ed.), Leipzig, Stadt der Wa(h)ren Wunder. 500 Jahre Reichsmesseprivileg (pp. 145-154). Leipzig: Stadtgeschichtliches Museum.

Bentele, G. (1997). PR-Historiographie und funktional-integrative Schichtung. Ein neuer Ansatz zur PR-Geschichtsschreibung. In P. Szyszka (Ed.), Auf der Suche nach einer Identität. PR-Geschichte als Theoriebaustein (pp. 137-169). Berlin: Vistas.

Bentele, G. (1997). Einführung in die Thematik. In Arbeitskreis Evaluation der GPRA (Ed.), Evaluation von Public Relations. Dokumentation einer Fachtagung (pp. 16-19). Frankfurt am Main: IMK.

Bentele, G. (1997). Public Relations and Reality: a Contribution to a Theory of Public Relations. In D. Moss, T. McManus & D. Vercic (Eds.), Public relations research: an international perspective (pp. 89-109). London: International Thomson Business Press.

Bentele, G. (1997). PR ermöglicht Vertrauen. Gewerkschaften brauchen es. In H.-J. Arlt & D. Gatzmaga (Eds.), Mit Megaphon und Megabyte oder wie die Dinos tanzen lernen. Perspektiven gewerkschaftlicher Öffentlichkeitsarbeit (pp. 43-59). Marburg: Schüren.

Bentele, G. (1997). Defizitäre Wahrnehmung? Die Herausforderung der PR an die Kommunikations-wissenschaft. In G. Bentele & M. Haller (Eds.), Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure, Strukturen, Veränderungen (pp. 67-84). Konstanz: UVK.

Bentele, G. (1997). Massenkommunikation und Public Relations. Der Kommunikatorbegriff und die Rolle der PR in der Kommunikationswissenschaft. In H. Fünfgeld & C. Mast (Eds.), Massenkommunikation. Ergebnisse und Perspektiven (pp. 169-191). Opladen: Westdeutscher Verlag.

Bentele, G. (1997). Grundlagen der Public Relations. Positionsbestimmung und einige Thesen. In W. Donsbach (Ed.), Public Relations in Theorie und Praxis. Grundlagen und Arbeitsweise der Öffentlichkeitsarbeit in verschiedenen Funktionen (pp. 21-36). München: Reinhard Fischer.

Bentele, G., Liebert, T., & Seeling, S. (1997). Von der Determination zur Intereffikation. Ein integriertes Modell zum Verhältnis von Public Relations und Journalismus. In G. Bentele & M. Haller (Eds.), Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure, Strukturen, Veränderungen (pp. 225-250). Konstanz: UVK.

Bentele, G., Liebert, T., & Seeling, S. (1997). Von der Determination zur Intereffikation. Ein integriertes Modell zum Verhältnis von Public Relations und Journalismus. In G. Schulze-Fürstenow & B.-J. Martini (Eds.), Handbuch PR. Öffentlichkeitsarbeit & Kommunikations-Management in Wirtschaft, Verbänden, Behörden (chap. 3.640, pp. 1-33). Neuwied, Kriftel: Luchterhand.

Bentele, G. (1996). Kommunikationsfreiheit und Verantwortung. In Stadt Leipzig, Referat Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (Ed.), Medienfreiheit und Verantwortung. UNESCO-Tag der Pressefreiheit 3. Mai: fünf Vorträge und ein Rundtischgespräch im Neuen Rathaus zu Leipzig 1996 (pp. 40-48). Leipzig: Stadt Leipzig.

Bentele, G. (1996). PR-Historiographie und funktional-integrative Schichtung. Überlegungen zur PR-Geschichtsschreibung. In P. Szyszka (Ed.), Auf der Suche nach einer Identität. Annäherungen an eine Geschichte deutscher Öffentlichkeitsarbeit (pp. 45-61). Leipzig: Universität Leipzig.

Bentele, G. (1996). Wie wirklich ist die Medienwirklichkeit? Anmerkungen zu Konstruktivismus und Realismus in der Kommunikationswissenschaft. In W. Wunden (Ed.), Wahrheit als Medienqualität (pp. 121-143). Frankfurt am Main: GEP-Buch.

Bentele, G. (1996). Public Relations: ein konstitutives Element demokratischer Kommunikationsgesellschaften. Thesen zu den Zukunftsperspektiven der Öffentlichkeitsarbeit. In H. Süssmuth (Ed.), Düsseldorfer Medienwissenschaftliche Vorträge. Düsseldorf: Universität Düsseldorf.

Bentele, G. (1996). Ethik der Public Relations als wissenschaftliche Herausforderung. In J. Wilke (Ed.), Ethik der Massenmedien (pp. 144-157). Wien: Braumüller.

Bentele, G. (1996). Was ist eigentlich PR? Eine Positionsbestimmung und einige Thesen. Widerspruch. Zeitschrift für Philosophie, 15(2), 11-26.

Bentele, G., & Liebert, T. (1996). Ostdeutsche Wirtschaftsjournalisten über PR. Umfrage zu Berichterstattung und Informationsquellen. Public Relations Forum, 2(1), 26-31.

Bentele, G., & Peter, G.-M. (1996). Public Relations in the German Democratic Republic and the New Federal German States. In H. M. Culbertson & N. Chen (Eds.), International Public Relations. A Comparative Analyses (pp. 349-350). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Bentele, G., & Seeling, S. (1996). Öffentliches Vertrauen als zentraler Faktor politischer Öffentlichkeit und politischer Public Relations. Zur Bedeutung von Diskrepanzen als Ursache von Vertrauensverlust. In O. Jarren, H. Schatz & H. Weßler (Eds.), Medien und politischer Prozeß. Politische Öffentlichkeit und mediale Politikvermittlung im Wandel (pp. 155-167). Opladen: Westdeutscher Verlag.

Szyszka, P., & Bentele, G. (1996). PR-Bildungsarbeit in Deutschland. In G. Schulze-Fürstenow & B.-J. Martini (Eds.), Handbuch PR. Öffentlichkeitsarbeit & Kommunikations-Management in Wirtschaft, Verbänden, Behörden (chap. 3.620, pp. 1-36). Neuwied, Kriftel: Luchterhand.

Szyszka, P., & Bentele, G. (1996). Auf dem Weg zu einer Fata Morgana? Anspruch und Wirklichkeit deutscher PR-Bildungsarbeit. Ein historischer Abriß. Teil 2. PR Magazin, 27(1), 31-37.

Szyszka, P., & Bentele, G. (1995). Auf dem Weg zu einer Fata Morgana? Anspruch und Wirklichkeit deutscher PR-Bildungsarbeit. Ein historischer Abriß. Teil 1. PR Magazin, 26(12), 37-44.

Bentele, G. (1995). Funktionen und Aufgaben der PR/Öffentlichkeitsarbeit in der Informations- und Kommunikationsgesellschaft. In Deutscher Bundestag, Abgeordnetenhaus von Berlin, Schleswig-Holsteinischer Landtages & Universität Kiel (Eds.), Parlamentarische Öffentlichkeitsarbeit in der Mediengesellschaft. Erfahrungen, Herausforderungen und Perspektiven. [Stenographisches Protokoll der Veranstaltung am 11. und 13.12.1995 in Berlin] (p. 39-50): Berlin: Abgeordnetenhaus von Berlin.

Bentele, G. (1995). Public Relations und Öffentlichkeit – ein Diskussionsbeitrag – oder: Über einige Fehlinterpretationen von PR. Zu Joachim Westerbarkeys Aufsatz „Journalismus und Öffentlichkeit". Publizistik, 40(4), 481-486.

Bentele, G. (1995). PR in den neuen Bundesländern. Eine Einführung. In M. Haller, K. Puder & J. Schlevoigt (Eds.), Presse Ost – Presse West. Journalismus im Vereinten Deutschland (pp. 173-174). Berlin: Vistas.

Bentele, G., & Szyszka, P. (1995). PR-Ausbildung in Deutschland – ein facettenreiches Bildungsproblem. Eine Einleitung. In G. Bentele & P. Szyszka (Eds.), PR-Ausbildung in Deutschland. Entwicklung, Bestandsaufnahme und Perspektiven (pp. 11-14). Opladen: Westdeutscher Verlag.

Szyszka, P., & Bentele, G. (1995). Auf dem Weg zu einer Fata Morgana? Anspruch und Wirklichkeit deutscher PR-Bildungsarbeit. Ein historischer Abriß. In G. Bentele & P. Szyszka (Eds.), PR-Ausbildung in Deutschland. Entwicklung, Bestandsaufnahme und Perspektiven (pp. 17-43). Opladen: Westdeutscher Verlag.

Bentele, G., & Liebert, L. (1995). Innovation in der Tradition. Praxisbezogenes PR-Studium an der Universität Leipzig. In G. Bentele & P. Szyszka (Eds.), PR-Ausbildung in Deutschland. Entwicklung, Bestandsaufnahme und Perspektiven (pp. 91-107). Opladen: Westdeutscher Verlag.

Bentele, G. (1995). Die DAPR-Prüfungen. Erfahrungen mit einem Modell. In G. Bentele & P. Szyszka (Eds.), PR-Ausbildung in Deutschland. Entwicklung, Bestandsaufnahme und Perspektiven (pp. S. 265-273). Opladen: Westdeutscher Verlag.

Bentele, G. (1995). Der Entstehungsprozeß von Nationenimages. Informationsquellen und Verzerrungen. Überlegungen zu Grundlagen der staatlichen Auslands-Öffentlichkeitsarbeit." In W. A. Mahle (Ed.), Deutschland in der internationalen Kommunikation (pp. 59-71). Konstanz: UVK/Ölschläger.

Bentele, G. (1995). An einem PR-Studium führt langfristig kein Weg vorbei. Der Wirtschaftsredakteur, 30(10), II-III.

Bentele, G. (1994). Öffentlichkeitsarbeit in der Kommunikationsgesellschaft. Zukunftsperspektiven. In Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik e.V. & Potsdam Kolleg für Kultur und Wirtschaft GmbH (Eds.), Studiengang Öffentlichkeitsarbeit. Öffentlichkeit und Gesellschaft (pp. 8059-8074). Berlin, Potsdam: Potsdam-Kolleg.

Bentele, G. (1994). Zukunftsperspektiven für Public Relations. In G. Schulze-Fürstenow & B.-J. Martini (Eds.), Handbuch PR. Öffentlichkeitsarbeit & Kommunikations-Management in Wirtschaft, Verbänden, Behörden (chap. 3.220, pp. 1-14). Neuwied, Kriftel: Luchterhand.

Bentele, G., & Hesse, K. R. (1994). Einleitung. In G. Bentele & K. R. Hesse (Eds.), Publizistik in der Gesellschaft (pp. 9-13). Konstanz: UVK.

Bentele, G. (1994). Public Relations und Wirklichkeit. Anmerkungen zu einer PR-Theorie. In G. Bentele, & K. R. Hesse (Eds.), Publizistik in der Gesellschaft (pp. 237-267). Konstanz: UVK.

Bentele, G. (1994). An einem PR-Studium führt langfristig kein Weg vorbei. Dialog, (12), 12-14.

Bentele, G. (1994). PR-Forschung und PR-Lehre. Deutlicher "Schub" zu Anfang der neunziger Jahre. In G. Bentele (Ed.), Public Relations in Forschung und Lehre (pp. 7-13). Wiesbaden: Verlag für deutsche Wirtschaftsbiographien.

Bentele, G. (1994). Objektivitätsanspruch und Glaubwürdigkeit. In O. Jarren (Ed.), Medien und Journalismus 1. Eine Einführung (pp. 295-313). Opladen: Westdeutscher Verlag.

Bentele, G. (1994). Öffentliches Vertrauen - normative und soziale Grundlage für Public Relations. In W. Armbrecht & U. Zabel (Eds.), Normative Aspekte der Public Relations. Grundlagen und Perspektiven. Eine Einführung (pp. 131-158). Opladen: Westdeutscher Verlag.

Bentele, G., & Beck, K. (1994). Information – Kommunikation – Massenkommunikation. Grundbegriffe und Modelle der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. In O. Jarren (Ed.), Medien und Journalismus 1. Eine Einführung (pp. 15-50). Opladen: Westdeutscher Verlag.

Bentele, G. (1993). Immer weniger öffentliches Vertrauen. Bertelsmann Briefe, 129, 39-43.

Bentele, G. (1993). Wie wirklich ist die Medienwirklichkeit? Einige Anmerkungen zum Konstruktivismus und Realismus in der Kommunikationswissenschaft. In G. Bentele, & M. Rühl (Eds.), Theorien öffentlicher Kommunikation. Problemfelder, Positionen, Perspektiven (pp. 152-171). München: Ölschläger.

Bentele, G. (1993). Krieg: Journalismus und Wahrheit. Zum Verhältnis von Kriegsrealität, Medienrealität und symbolischer Politik im Golfkrieg. In H. Bonfadelli & W. Meier (Eds.), Krieg, Aids, Katastrophen ... Gegenwartsprobleme als Herausforderung der Publizistikwissenschaft (pp. 121-147). Konstanz: UVK.

Bentele, G. (1992). Images und Medienimages. In W. Faulstich (Ed.), Image - Imageanalyse – Imagegestaltung. IfAM-Arbeitsberichte (pp. 152-176). Bardowick: Wissenschaftler-Verlag.

Bentele, G. (1992). Journalismus und PR. Kontaktpflege. Journalist, 42(7), 11-14.

Bentele, G. (1992). Öffentliches Vertrauen, Risikokommunikation und Public Relations. Elektrizitätswirtschaft, 91(16), 1014-1021.

Bentele, G. (1992). Regula i Kod w semiotice filmu. In A. Gwózdz & G. Bentele (Eds.), Niemiecka mysl filmowa. Antologia. Niemcy do roku 1945. Republika Federalna Niemic Niemicka Republika Demokratyczna. Wybór, wstep i opracowanie (pp. 172-184). Kielce: Wydawnictwo Szumacher.

Bentele, G. (1992). Symbolische Politik im Fernsehen. Ein Analysemodell. In E. W. B. Hess-Lüttich (Ed.), Medienkultur – Kulturkonflikt (pp. 215-233). Opladen: Westdeutscher Verlag.

Bentele, G. (1992). Fernsehen und Realität – Ansätze zu einer rekonstruktiven Medientheorie. In K. Hickethier & I. Schneider (Eds.), Fernsehtheorien (pp. 45-67). Berlin: edition Sigma.

Bentele, G. (1992). Ethik der Public Relations als wissenschaftliche Herausforderung. In H. Avenarius & W. Armbrecht (Eds.), Public Relations als Wissenschaft. Grundlagen und interdisziplinäre Ansätze (pp. 151-170). Opladen: Westdeutscher Verlag.

Bentele, G. (1992). Ethik der Public Relations als wissenschaftliche Herausforderung. PR Magazin, 23(5), 37-44.

Bentele, G. (1991). Zeitstrukturen in den aktuellen Informationsmedien. In W. Hömberg, Walter & M. Schmolke (Eds.), Zeit und Raum als Determinanten gesellschaftlicher Kommunikation (pp. 159-176). München: Ölschläger.

Bentele, G. (1991). Die Öltanker kommen! PR Magazin, 22(12), 20-23.

Bentele, G. (1991). Public Relations in Forschung und Lehre. Eine Einführung. In G. Bentele (Ed.), Public Relations in Forschung und Lehre (PRIFOL I). Wiesbaden: Verlag für deutsche Wirtschaftsbiographien.

Bentele, G. (1990). Mediencodes und Zeit. European Journal for Semiotic Studies, 2(4), 833-853.

Bentele, G. (1989). Bemerkungen zu einer „Medienwissenschaft". In Gesellschaft für Film- und Fernsehwissenschaft (Ed.), Film- und Fernsehwissenschaft. Mitteilungen der Gesellschaft für Film- und Fernsehwissenschaft e.V. (pp. 10-14). Berlin: Gesellschaft für Film- und Fernsehwissenschaft e.V..

Bentele, G. (1989). Kultur in semiotischer Perspektive – Zur Einleitung. In I. Bystrina (Ed.), Semiotik der Kultur. Zeichen - Texte - Codes. Tübingen: Stauffenburg, I-VIII.

Bentele, G. (1989). Sinkende Glaubwürdigkeit der Medien – Anlaß zur Sorge? In B.-J. Martini (Ed.), Journalisten- Jahrbuch ,89 (pp. 312-317). München: Ölschläger

Bentele, G. (1988). Wie objektiv können Journalisten sein? In L. Erbring, S. Ruß-Mohl, B. Seewald & B. Sösemann (Eds.), Medien ohne Moral. Variationen über Journalismus und Ethik (pp. 196-225). Berlin: Argon.

Bentele, G. (1988). Der Faktor Glaubwürdigkeit. Forschungsergebnisse und Fragen für die Sozialisationsperspektive. Publizistik, 33(2/3), 406-426.

Bentele, G. (1988). Ein Schmelztiegel mit neuer Zukunft. w&v, 26(17), 68-73.

Bentele, G. (1988). AFN Berlin...Je mehr Töne und je weniger Worte, desto mehr Erfolg. In G. Bentele & O. Jarren (Eds.), Medienstadt Berlin (pp. 291-294). Berlin: Vistas.

Bentele, G. (1988). Berlin als Film- und Kinostadt. Eine Bestandsaufnahme in Daten und Fakten. In G. Bentele & O. Jarren (Eds.), Medienstadt Berlin (pp. 427-445). Berlin: Vistas.

Bentele, G. (1988). Mass Media and Urban Development. Summary of Results. In W. Zehender & B. Claus (Eds.), CONTACT Berlin 1987. Proceedings of the North-South Conference held in Berlin, Oct. 5-7, 1987 (pp. 83-90). Berlin: Senat Department for Economics and Labor.

Bentele, G., & Kratzsch, U. (1988). Hörfunk und Fernsehen in Berlin. In G. Bentele & O. Jarren (Eds.), Medienstadt Berlin (pp. 217-254). Berlin: Vistas.

Bentele, G., & Schrott, P. (1988). Kinobesuch und Werbeakzeptanz. Ergebnisse einer Kinobesucher-umfrage in Berlin. Media Perspektiven, (11), 734-743.

Bentele, G. (1987). Analyza audiowizualna oraz gramatyka form prezentacyjnych dzienników telewi-zyjnych. Uwagi o semiotyce srodków masowego przekazu. Przekazy I Opinie 47/48 (1/2), 139-164.
Bentele, G. (1987). Kommunikationswissenschaft für Journalisten? In FU Berlin Weiterbildendes Studium Journalisten Weiterbildung (Ed.), Journalisten-Weiterbildung an der Freien Universität Berlin. Experten-Hearing am 13. Juni 1987 (pp. 54-59). Berlin: Freie Universität Berlin.
Bentele, G. (1987). Der Gegenstand „Film" in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft – einige Bemerkungen. In Gesellschaft für Film- und Fernsehwissenschaft (Ed.), Bestandsaufnahme. Film- und Fernsehwissenschaft in der Bundesrepublik Deutschland (pp. 13-27). Münster: Nodus.
Bentele, G. (1987). Evolution der Kommunikation – Überlegungen zu einer kommunikationstheoretischen Schichtenkonzeption. In M. Bobrowsky & W. Langenbucher (Eds.), Wege zur Kommunikationsgeschichte (pp. 79-94). München: Ölschläger.
Bentele, G., & Jarren, O. (1987). Die neue Vielfalt an der Spree. Neue Medien, (9), 46-51.
Bentele, G. (1986). Die Rolle des SFB in der Berliner Medienlandschaft. Hörfunknutzung in Berlin (West) In S. Diekmann & August-Bebel-Institut (Eds.), Neue Wellen und Hörerbedürfnisse. Berlin: August-Bebel-Institut.
Bentele, G., Jarren, O., & Storll, D. (1986). Elektronische Medien in Berlin – Interesse und Nutzung. SFB-Werkstattheft, (17), 21-60.
Bentele, G. (1986). Transfokacja – próba analizy semiotycznej. Przekazy I Opinie, 44/45(2/3), 94-103.
Bentele, G. (1986). Filmtheorie in Deutschland. Ein kritischer Kommentar. publiziert als „Poslowie" [Nachwort]. In A. Gwózdz & G. Bentele (Eds.), Niemiecka mysl filmowa. Antologia. Niemcy do roku 1945. Republika Federalna Niemic Niemicka Republika Demokratyczna. Wybór, wstep i opracowanie. Kielce: Wydawnictwo Szumacher.
Bentele, G. (1985). Das Fernstudium. Ziele, Aufbau, Akzeptanz. In. A. von Hoffmann (Ed.), Hintergrundwissen und Reflexion. Wissenschaftliche Weiterbildung für berufstätige Journalisten – Schlussbilanz eines Modellversuchs an der Freien Universität Berlin (pp. 75-97). Hannover: Arbeitskreis Universitäre Erwachsenenbildung.
Bentele, G. (1985). Das Berliner Kabelpilotprojekt. Projektstand und Begleitforschung. medien + erziehung, 29(6), 323-331.
Bentele, G. (1985). Nicht jeder Zombie ist schon Horror. Überlegungen zur Geschichtlichkeit des Phänomens „Horrorvideo" und dessen filmischer Analyse. In H. Reichardt (Ed.), Videoterror als gesellschaftliches und individuelles Phänomen. Bestandsaufnahme, Einschätzung und mögliche Gegenstrategien (pp. 76-93). Rehberg-Loccum: Evangelische Akademie Loccum.
Bentele, G. (1985). Die Analyse von Mediensprachen am Beispiel von Fernsehnachrichten. In G. Bentele & E. W. B. Hess-Lüttich (Eds.), Zeichengebrauch in Massenmedien. Zum Verhältnis von sprachlicher und nichtsprachlicher Information in Hörfunk, Film und Fernsehen (pp. 95-127). Tübingen: Niemeyer.
Bentele, G. (1985). Audio-Visual Analysis and a Grammar of Presentation Forms in News Programs. Some Mediasemiotic Considerations. In T. A. van Dijk (Ed.), Discourse and Communication. New Approaches to the Analysis of Mass Media Discourse and Communication (pp. 159-184). Berlin, New York: de Gruyter.
Bentele, G. (1985). Wissenskluft-Konzeption und Theorie der Massenkommunikation. In U. Saxer (Ed.), Gleichheit oder Ungleichheit durch Massenmedien? (pp. 87-101). München: Ölschläger.
Bentele, G. (1984). Objektivität in der journalistischen Berichterstattung – einige Überlegungen. In K. Oehler (Ed.), Zeichen und Realität. Akten des 3. Semiotischen Kolloquiums 1981 in Hamburg (pp. 1129-1140). Tübingen: Stauffenburg.
Bentele, G. (1984). Semiotik, Linguistik und journalistische Sprache. In Modellversuch Journalisten-Weiterbildung (Ed.), Fernstudium Kommunikationswissenschaft (pp. 13-53). München: Ölschläger.
Bentele, G., Jarren, O., & Storll, D. (1984). Neuere Daten zur Berliner Mediensituation. Media Perspektiven, (12), 970-983.
Bentele, G. (1983). Über Bastarde, Zombies und akademische Wadlbeißer. Eine nicht ganz unpolemische Antwort auf Werner Faulstich. medien + erziehung, 27(6), 356-364.
Bentele, G. (1983). Informationen über die „Sektion Filmsemiotik" innerhalb der Deutschen Gesellschaft für Semiotik (DGS) e.V.. In Stiftung Deutsche Kinemathek (Ed.), Film und Fernsehen in Forschung und Lehre (pp. 90-93). Berlin: Stiftung Deutsche Kinemathek.
Bentele, G. (1983). Die Entwicklung ikonischer Formen. In K. F. Reimers (Ed.), Zeichenentwicklung, Bedeutungswandel, Handlungsmuster (pp. 99-123). München: Ölschläger.
Bentele, G. (1983). German Semiotics of Cinema. In T. A. Sebeok (Ed.), Encyclopedic Dictionary of Semiotics. Bloomington: Indiana University Press.
Bentele, G. (1983). Regel und Code in der Filmsemiotik. In T. Borbé, Tasso (Ed.), Semiotics Unfolding. Proceedings of the Second Congress of the International Association for Semiotic Studies. Vienna, July 1979 (pp. 1569-1577). Berlin, New York: de Gruyter.
Bentele, G. (1982-1983). Zur filmischen Kodierung von Suchtproblemen. Medien, (4/5), 46-54.
Bentele, G. (1982). Objektivität in den Massenmedien – Versuch einer historischen und systematischen Begriffsklärung. In G. Bentele & R. Ruoff (Eds.), Wie objektiv sind unsere Medien? (pp. 111-155). Frankfurt am Main: Fischer.
Bentele, G. (1981). Institut für Publizistik und Dokumentationswissenschaft der Freien Universität Berlin, Fachrichtung Publizistik. In J. Westerbarkey (Ed.), Studienführer Publizistik/Journalistik/
Kommunikation (pp. 44-58). München: Ölschläger.
Bentele, G. (1981). Semiotik und Massenmedien – Problemskizze einer Mediensemiotik. In G. Bentele (Ed.), Semiotik und Massenmedien (pp. 15-38). München: Ölschläger.
Bentele, G. (1981). Der Zoom – eine filmsemiotische Untersuchung. In A. Lange-Seidl (Ed.), Zeichenkonstitution. Akten des 3. Semiotischen Kolloquiums Regensburg 1978 (pp. 49-59). Berlin, New York: de Gruyter.
Bentele, G. (1980). Filmsemiotik in der Bundesrepublik Deutschland. Entwicklung und gegenwärtige Positionen. Zeitschrift für Semiotik, 2(1/2), 119-138.
Bentele, G. (1979). Bemerkungen zur Filmsemiotik und semiotischer Filmanalyse. medien + erziehung, 23(1), 21-31.
Bentele, G. (1979). The Functions of A Semiotic of Film. codicas/code, 1(1), 78-93.

Bentele, G. (1978). Aufgaben der Filmsemiotik. Publizistik, 23(4), 369-383.
Bentele, G. (1975). Zur semiotischen Werbeanalyse. In Institut für Publizistik, FU Berlin (Ed.), Rundbrief 17/18 (pp. 9-15). Berlin: Freie Universität Berlin.
Bentele, G. (1975). Zur Kritik der Sprachwissenschaft in der DDR. In A. Leist (Ed.), Ansätze zur materialistischen Sprachtheorie (pp. 82-121). Kronberg: Scriptor.

LEHRMATERIAL FÜR FERNSTUDIENGÄNGE (AUSWAHL)

Bentele, G.; Grünberg, P. & Nothhaft, H. (2013). Corporate Publishing. Fernunterrichtsmodul 304 für die Freie Journalistenschule. Berlin.
Bentele, G.; Nothhaft, H. (2010). PR-Konzeption. Modul 306 für die Freie Journalistenschule. Berlin..
Bentele, G.; Nothhaft, H. (2008). Presse- und Medienarbeit. Fernunterrichtsmodul für den Deutschen Fachjournalisten-Verband DFJV. Berlin: DFJV.
Bentele, G.; Nothhaft, H. (2008). Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit. Fernunterrichtsmodul für den Deutschen Fachjournalisten-Verband DFJV. Berlin: DFJV.
Bentele, G.; Nothhaft, H. (2005). Corporate Publishing. Fernunterrichtsmodul PR-4 für den Deutschen Fachjournalisten-Verband DFJV. Berlin: DFJV.
Bentele, G.; Nothhaft, H. (2004). Pressemitteilungen. Fernunterrichtsmodul PR-3 für den Deutschen Fachjournalisten-Verband DFJV. Berlin: DFJV.
Bentele, G.; Nothhaft, H. (2004). Instrumente der PR. Fernunterrichtsmodul PR-2 für den Deutschen Fachjournalisten-Verband DFJV. Berlin: DFJV.

STUDIEN UND FORSCHUNGSBERICHTE (AUSWAHL)

Bentele, G., Liebert, T. Fechner, R., Nießen C. (2011). Leipziger Medien- und Kreativwirtschaft. Eine Studie zum Medien- und Kreativstandort Leipzig 2010. University of Leipzig, Leipzig, Germany.
Bentele, G., Liebert, T. Fechner, R. (2008). Medienstandort Leipzig VI. Eine Studie zur Leipziger Medienwirtschaft 2007/08. University of Leipzig, Leipzig, Germany.
Bentele, G., Liebert, T., & Fechner, R. (2006). Medienstandort Leipzig V. Eine Studie zur Leipziger Medienwirtschaft 2005. University of Leipzig, Leipzig, Germany.
Bentele, G., & Seidenglanz, R. (2003). Das Image der Image-Konstrukteure. Eine repräsentative Studie zum Image der PR-Branche. University of Leipzig, Leipzig, Germany.
Bentele, G., & Nothhaft, H. (2003). Lobbying. Reglementierung – Regulierung – Registrierung. Bericht für die Expertenkommission der Deutschen Public Relations Gesellschaft e.V. University of Leipzig, Leipzig, Germany.
Bentele, G., Liebert, T., Hoepfner, J., & Buchele, M.-S. (2002). Markenwert und Markenwertbestimmung. Eine Literaturstudie und -analyse im Auftrag der Bewag Aktiengesellschaft Berlin. University of Leipzig, Leipzig, Germany.
Bentele, G., Liebert, T., & Nothhaft, H. (2002). Studie zur Optimierung der Unternehmenskommunikation. Im Auftrag der DKV Deutsche Krankenversicherung AG Köln. University of Leipzig, Leipzig, Germany.
Bentele, G., Liebert, T., & Polifke, M. (2002). Medienstandort Leipzig IV. Eine Studie zur Leipziger Medienwirtschaft 2001. University of Leipzig, Leipzig, Germany.
Bentele, G., & Liebert, T. (2001). Interne Unternehmenskommunikation. Evaluation. Bericht im Auftrag der Verbundnetz Gas AG. University of Leipzig, Leipzig, Germany.
Bentele, G., & Liebert, T. (2001). Altersvorsorge und Medienberichterstattung. Ein Projektbericht im Auftrag von KohtesKlewes Hamburg und der Allianz AG. University of Leipzig, Leipzig, Germany.
Bentele, G., Wünsch, C., & Hoffmann, J. (2001). Medienberichterstattung über die Donau-Universität Krems. Ergebnisse einer Inhaltsanalyse der Berichterstattung über die Donau-Universität Krems in den Jahren 1998 und 2000. University of Leipzig, Leipzig, Germany.
Bentele, G., & Polifke, M. (2000). Evaluation der Lehre im Schwerpunkt Öffentlichkeitsarbeit/PR. Uni-versity of Leipzig, Leipzig, Germany.
Liebert, T., & Bentele, G. (2000). Akzeptanzanalyse 2000. Befragung der Bevölkerung zur Einstellung zum Nationalpark Sächsische Schweiz im Allgemeinen sowie zu einzelnen Angeboten und Naturschutzmaßnahmen der Nationalparkverwaltung. Bericht im Auftrag der Nationalparkverwaltung des Nationalparks Sächsische Schweiz. University of Leipzig, Leipzig, Germany.
Bentele, G., & Liebert, T. (1999). Politische Öffentlichkeitsarbeit im Umfeld und unter den Bedingungen einer veränderten Medienlandschaft. Literaturauswertung und Expertenbefragung. Bericht im Auftrag des Presse- und Informationsamts der Bundesregierung. University of Leipzig, Leipzig, Germany.

Bentele, G., Liebert, T., & Reinemann, C. (1998). PR in der Kommunalen Verwaltung. Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Stadtverwaltung Halle (Saale). Abschlußbericht des Projekts „Bestandsaufnahme, Informationsfluß und Resonanz kommunaler Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Halle (Saale)". University of Leipzig, Leipzig, Germany.
Bentele, G., & Wehmeier, S. (1998). EBOK (European Body of Knowledge Project). An annotated survey of public relations literature (monographs) in Germany since 1990. University of Leipzig, Leipzig, Germany.
Bentele, G., & Becher, M. (1996). Akteure in der Sächsischen Öffentlichkeit. Mediennutzung, Medienimages, Glaubwürdigkeit von Politikern und Institutionen in Sachsen. Eine repräsentative Befragungsstudie im Auftrag der Sächsischen Staatskanzlei. University of Leipzig, Leipzig, Germany.
Bentele, G., & Becher, M. (1996). Medien- und Institutionenimages in Sachsen. University of Leipzig, Leipzig, Germany.
Bentele, G., & Seeling, S. (1996). Medienresonanzanalyse des Leipziger Tennis-GrandPrix 1995. Projektbericht im Auftrag der Leipziger Sparkasse. University of Leipzig, Leipzig, Germany.
Bentele, G., & Seeling, S. (1995). Medienresonanzanalyse eines Leipziger Tennisturniers 1994. Projektbericht im Auftrag der Leipziger Sparkasse. University of Leipzig, Leipzig, Germany.
Bentele, G., & Hesse, K. R. (1994). Das Programm der Lokalradiosender in Nordbayern. Eine Studie im Auftrag der Bayerischen Landeszentrale für Neue Medien. University of Bamberg, Bamberg, Germany.
Bentele, G. (1992). Öffentliches Vertrauen. Ein Literaturbericht. Erstellt im Auftrag des Presse- und Informationsamts der Bundesregierung. University of Bamberg, Bamberg, Germany.
Amann, R., & Bentele, G. (1988). Nachrichten in Hörfunk und Presse. Eine Inhaltsanalyse der Nachrichtensendungen von sechs Berliner Hörfunkprogrammen, der Titelseiten von vier überregionalen Tageszeitungen sowie der Titelseiten und der Leitseiten der Lokalteile von sechs Berliner Tageszeitungen. Freie Universität Berlin, Germany.
Bentele, G., & Schrott, P. (1988). Kurzfilm und Kino in Berlin. Eine empirische Studie zu Freizeitverhalten, Mediennutzung und Akzeptanz von Kurzfilmen und Werbung bei Berliner Kinogängern. Berlin: Freie Universität Berlin.
Bentele, G., Jarren, O. & Amann, R. (1987). Zwischenbericht Projekt „Medien und Kommunikationsatlas Berlin (MuKAB)". Im Auftrag des Senators für Kulturelle Angelegenheiten des Landes Berlin. Freie Universität Berlin, Germany.

DIE GÜNTER-BENTELE-BIBLIOTHEK

Das publizistische Œuvre Günter Benteles hat ab sofort eine Adresse:

www.guenter-bentele.de

Die Günter-Bentele-Bibliothek im Internet ist nicht nur ein Geschenk zum 65. Geburtstag von Günter Bentele, sondern vor allem ein nachhaltiger Beitrag zur Erschließung des Literaturbestandes der deutschen PR-Forschung. Damit wird das umfangreiche Werk Günter Benteles auf Dauer zugänglich gemacht. Bücher, Aufsätze und Studien können schnell recherchiert und durch Links zu Online-Datenbanken, Bibliotheken und Verlagen erschlossen werden.

Jetzt liken unter:
facebook.de/guenter.bentele