

Tobias D. Höhn

# Wissenschafts-PR

Eine Studie zur Öffentlichkeitsarbeit  
von Hochschulen und außeruniversitären  
Forschungseinrichtungen

UVK Verlagsgesellschaft mbH

# Inhalt

<b>1</b>	<b>Wissenschaft und Öffentlichkeit</b>	<b>1</b>
1.1	Grundlagen der Wissenschaftskommunikation - ein Problemaufriss . . . . .	1
1.2	Problemstellung und zentrale Begriffe. . . . .	8
1.3	Zum Stand der Forschung. . . . .	10
1.4	Zielsetzung und zentrale Forschungsfragen. . . . .	12
1.5	Aufbau der Arbeit und Forschungsablauf. . . . .	15
<b>2</b>	<b>Theoretische Grundlagen</b>	<b>19</b>
2.1	Public Relations - Synopsis und Spezifika . . . . .	20
2.1.1	PR, Marketing und Werbung im Organisationskontext . . . . .	22
2.1.1.1	Marketing . . . . .	26
2.1.1.2	Werbung . . . . .	31
2.1.2	Das Verhältnis von PR und Journalismus . . . . .	33
2.2	Theorien von Public Relations. . . . .	37
2.2.1	Organisations- und handlungstheoretische Ansätze. . . . .	39
2.2.2	Organisation von Öffentlichkeitsarbeit - das Excellence-Modell. . . . .	44
2.2.3	Integrierte Kommunikation. . . . .	52
2.2.4	Zwischenfazit PR-Theorien. . . . .	61
2.3	Professionalisierung der Public Relations. . . . .	64
2.3.1	Professionalisierungstheoretische Ansätze . . . . .	65
2.3.1.1	Der Merkmalsansatz. . . . .	66
2.3.1.2	Der (machttheoretische) Strategie- ansatz. . . . .	68
2.3.1.3	Der Entwicklungsansatz. . . . .	70
2.3.1.4	Deprofessionalisierung. . . . .	72
2.3.2	PR-Berufsfeldforschung . . . . .	73
2.3.2.1	Berufsbild Öffentlichkeitsarbeit und Berufsrollenkonzepte. . . . .	75

2.3.2.2	Tätigkeitsfelder und Aufgabenbereiche . . . . .	77
2.3.2.3	Ziele der PR und PR-Verständnis . . . . .	80
2.3.2.4	Strukturelle Rahmenbedingungen und Ressourcenausstattung . . . . .	81
2.3.2.5	Die Soziodemografie der PR-Funktionsträger . . . . .	85
2.4	Organisationen und ihre Strukturen . . . . .	87
2.4.1	Organisationen als soziale Gebilde ; . . . . .	87
2.4.2	Organisation im formal-instrumentellen Sinn . . . . .	90
2.5	Stellenwert der PR in der Organisationshierarchie . . . . .	94
<b>3</b>	<b>Hochschulen und außeruniversitäre</b>	
	<b>Forschungseinrichtungen</b> . . . . .	99
3.1	Hochschulen . . . . .	99
3.1.1	Die Entwicklung der Hochschulen . . . . .	99
3.1.2	Aufgaben von Hochschulen . . . . .	101
3.1.3	Organisationsstruktur von Hochschulen . . . . .	105
3.2	Außeruniversitäre Forschungsinstitutionen . . . . .	108
3.2.1	Entwicklung außeruniversitärer Forschungseinrichtungen . . . . .	108
3.2.2	Charakteristik und Aufgaben außeruniversitärer Forschungseinrichtungen . . . . .	109
3.2.3	Organisationsstruktur außeruniversitärer Forschungseinrichtungen . . . . .	111
<b>4</b>	<b>Public Relations in Wissenschaftsinstitutionen</b> . . . . .	115
4.1	PR von Nonprofit-Organisationen . . . . .	115
4.2	Die Entwicklung der Öffentlichkeitsarbeit an Hochschulen . . . . .	118
4.2.1	Exkurs: Öffentlichkeitsarbeit an Hochschulen in der DDR . . . . .	127
4.3	PR außeruniversitärer Forschungseinrichtungen . . . . .	130
4.3.1	Die zentral-dezentrale Kommunikationsstrategie der Fraunhofer-Gesellschaft . . . . .	130
4.3.2	Der »Mythos« Max-Planck-Gesellschaft . . . . .	134
4.3.3	Die »pragmatische« Kommunikation der Helmholtz-Gemeinschaft . . . . .	137

4.4	Schlussfolgerungen für die Kommunikation von Hochschulen und außeruniversitären Forschungseinrichtungen. . . . .	.139
4.5	Entwicklung eines Kommunikationsmodells für Wissenschaftsinstitutionen. . . . .	.141
4.6	Formulierung von Hypothesen. . . . .	.147
<b>5</b>	<b>Konzeption der empirischen Untersuchung</b>	<b>153</b>
5.1	Theoretisch-methodische Grundlagen. . . . .	.153
5.1.1	Schriftliche Online-Befragung. . . . .	.153
5.1.2	Delphi-Methode als Forschungsmethode und Planungsinstrument. . . . .	.157
5.1.2.1	Entstehungsgeschichte und Anwendungsbeispiele. . . . .	.161
5.1.2.2	Bewertung und Kritik. . . . .	.163
5.2	Konzeption und Durchführung. . . . .	.165
5.2.1	Technische Realisierung von Vollerhebung und Delphi-Studie. . . . .	.165
5.2.2	Onlinespezifische Konstruktion von Vollerhebung und Delphi-Studie. . . . .	.167
5.2.2.1	Zugänglichkeit und Nutzerfreundlichkeit. . . . .	.168
5.2.3	Grundgesamtheit und Stichprobe. . . . .	.170
5.2.4	Validität und Reliabilität. . . . .	.171
5.2.5	Pretest. . . . .	.172
5.2.6	Die Befragung der Kommunikationsverantwortlichen (Vollerhebung). . . . .	.173
5.2.6.1	Inhaltliche Gestaltung. . . . .	.173
5.2.6.2	Ablauf der Befragung und Rücklauf. . . . .	.184
5.2.7	Delphi-Studie. . . . .	.186
5.2.7.1	Inhaltliche und methodische Gestaltung der Delphi-Studie. . . . .	.186
5.2.7.2	Charakteristik und Ablauf der Delphi-Studie. . . . .	.188
5.2.7.3	Rücklauf Delphi-Studie. . . . .	.192

<b>6</b>	<b>Empirische Ergebnisse</b>	195
6.1	Online-Befragung der Kommunikations- verantwortlichen . . . . .	195
6.1.1	Organisationale Anbindung der Public Relations . . . . .	195
6.1.2	Organisationsstruktur der Medienarbeit . . . . .	198
6.1.3	Finanzen . . . . .	206
6.1.4	Ziele der Pressearbeit . . . . .	208
6.1.5	Evaluierung der Medienarbeit . . . . .	219
6.1.6	Zufriedenheit der Verantwortlichen in PR- und Pressestelle . . . . .	221
6.1.7	Soziodemografische Daten der Befragungs- teilnehmer . . . . .	222
6.1.8	Zusammenfassung der Vollerhebung und Annahmen für die weitere Untersuchung . . . . .	226
6.2	Delphi-Studie zur Zukunft der PR von Hochschulen und außeruniversitären Forschungseinrichtungen . . . . .	237
6.2.1	Die Organisation von Public Relations . . . . .	237
6.2.2	Organisation und Aufgaben der Pressestelle . . . . .	256
6.2.3	Public Relations, Media Relations und Marketing . . . . .	265
6.2.4	Zusammenfassung und Fazit der Delphi-Studie . . . . .	271
6.3	Überarbeitung der Modelle zur Organisation von Kommunikation . . . . .	277
6.3.1	Kommunikationsmodell für Hochschulen . . . . .	278
6.3.2	Kommunikationsmodell für außeruniversitäre Forschungsinstitutionen . . . . .	286
<b>7</b>	<b>Resümee und Ausblick</b>	289
	<b>Anhang</b>	299
	Fragebogen . . . . .	299
	Abbildungen . . . . .	323
	Tabellen . . . . .	327
	Literatur . . . . .	329