

Dr. Tobias Liebert

## **1 Geschichte der Public Relations - Literaturhinweise (begleitende Informationen zu den /früheren/ historischen Seminaren von Dr. Liebert)**

Die in mehreren Semestern durchgeführten Seminare vermitteln Wissen über inhaltliche Grundaussagen und Periodisierungen insbesondere zur deutschen PR-Geschichte sowie über methodische Fragen der PR-Geschichtsschreibung. Zur überblicksartigen Einführung werden vor allem die Aufsätze von Szyszka (S. 111ff.) und Bentele (S. 137ff.) im Sammelband von Szyszka 1997 (siehe Literaturverzeichnis) empfohlen.

### **Literaturhinweise**

(Aufsätze von Liebert, Tobias sind hier nicht enthalten, siehe gesondertes Verzeichnis wissenschaftlicher Schriften)

#### **1.1 Bibliographien und Handbuchliteratur**

Avenarius, Horst (1995), Public Relations. Die Grundform der gesellschaftlichen Kommunikation. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.

Baerns, Barbara (1981), "Public Relations/Öffentlichkeitsarbeit." In: Koszyk, Kurt/Karl Hugo Pruys (Hrsg.) (1981), Handbuch der Massenkommunikation. München: dtv, S. 262-271.

Bentele, Günter (Hrsg.) (1991), Public Relations in Forschung und Lehre. (PRIFOL, Bd. I) Wiesbaden: Verlag für deutsche Wirtschaftsbiographien. (Studien zu Theorie und Praxis der Public Relations, Bd.50)

Bentele, Günter (Hrsg.) (1994), Public Relations in Forschung und Lehre. (PRIFOL, Bd. II) Wiesbaden: Verlag für deutsche Wirtschaftsbiographien. (Studien zu Theorie und Praxis der Public Relations, Bd.54)

Brauer, Gernot (1993a), ECON Handbuch Öffentlichkeitsarbeit. Düsseldorf usw.: Econ.

Flieger, Heinz (Hrsg.) (1983), Public Relations - Theorie und Praxis. Bibliographie der deutschsprachigen Literatur mit Annotationen. Wiesbaden: Verlag für deutsche Wirtschaftsbiographien.

Flieger, Heinz (Hrsg.) (1985), Public Relations, Theorie und Praxis. Bibliographie der deutschsprachigen PR-Literatur mit Annotationen. Ergänzungsband 1. Wiesbaden: Verlag für deutsche Wirtschaftsbiographien.

Flieger, Heinz (Hrsg.) (1990), Public Relations, Theorie und Praxis. Bibliographie der deutschsprachigen PR-Literatur mit Annotationen. Ergänzungsband 2. Wiesbaden: Verlag für deutsche Wirtschaftsbiographien.

Haedrich, Günther/Günter Bartenheier/Horst Kleinert (Hrsg.) (1982), Öffentlichkeitsarbeit. Dialog zwischen Institutionen und Gesellschaft. Berlin/New York: Walter de Gruyter.

Lieb, Jutta (1991), P.R. Bibliographischer Überblick über Themenbereiche der Öffentlichkeitsarbeit. Bardowick: Wissenschaftler Verlag.

Noelle-Neumann, Elisabeth/Winfried Schulz/Jürgen Wilke (Hrsg.) (1994), Das Fischer Lexikon. Publizistik. Massenkommunikation. Frankfurt a.M.: Fischer Taschenbuch.

Oeckl, Albert (1964), Handbuch der Public Relations. Theorie und Praxis der Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland und der Welt. München: Süddeutscher Verlag.

Pflaum, Dieter/Wolfgang Pieper (Hrsg.) (1993), Lexikon der Public Relations. Landsberg: Verlag Moderne Industrie. [2., überarb. Aufl.]

Reineke, Wolfgang/Hans Eisele (1991), Taschenbuch der Öffentlichkeitsarbeit. Public Relations in der Gesamtkommunikation. Heidelberg: I.H. Sauer (= Taschenbücher für die Wirtschaft, Bd.51).

## **1.2 Allgemeine Überblicksdarstellungen und Literatur zur Methodik einer PR-Geschichtsschreibung**

Armbrecht, Wolfgang (1992), Innerbetriebliche Public Relations. Grundlagen eines situativen Gestaltungskonzepts. Opladen: Westdeutscher Verlag. (Einige Seiten)

Armbrecht, Wolfgang / Horst Avenarius / Ulf Zabel (Hrsg.) (1993), Image und PR. Kann Image Gegenstand einer Public Relations Wissenschaft sein? Opladen: Westdeutscher Verlag. (Einige Seiten)

Armbrecht, Wolfgang / Ulf Zabel (Hrsg.) (1994), Normative Aspekte der Public Relations. Grundlegende Fragen und Perspektiven. Eine Einführung. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1994. S. 171 - 194 (Rühl), 197 und 200 (Saxer), 231ff, 236.

Avenarius, Horst/Wolfgang Armbrecht (Hrsg.) (1991), Ist Public Relations eine Wissenschaft? Grundlagen und interdisziplinäre Ansätze. Band 1. Opladen: Westdeutscher Verlag. (Einige Seiten, z. B. S. 47ff. /Saxer/)

Barthenheier, Günter (1982a), "Auf der Suche nach Identität - Zur historischen Entwicklung der Öffentlichkeitsarbeit/Public Relations." In: Haedrich/Barthenheier/Kleinert (Hrsg.) (1982), S.3-13.

Binder, Elisabeth (1985), Die Entwicklung der Theorie bis zu den 50er-Jahren. In: PR-Magazin (1985)6. S. 32 - 34.

Brauer, Gernot (1993b), "150 Jahre Pressearbeit." In: PR-Magazin 4/1993, S. 33-40.

Fischer, Heinz D./Ulrike Wahl (Hrsg.) (1993), Public Relations. Öffentlichkeitsarbeit. Geschichte, Grundlagen, Grenzziehungen. Frankfurt a.M. usw.: P. Lang.

Flieger, Heinz / Franz Ronneberger (1993) (Hrsg.), Public Relations Anfänge in Deutschland. Festschrift zum 100. Geburtstag von Carl Hundhausen. Wiesbaden, Verlag für deutsche Wirtschaftsbiografien Heinz Flieger. (= Studien zu Theorie und Praxis der Public Relations, Band 23)

Hategan, Christa (1988), "Berufsgeschichte der Öffentlichkeitsarbeit." In: PR-Magazin 1988, 11, S.29-36.

Hategan, Christa (1991), Berufsfeld Öffentlichkeitsarbeit. Eingrenzung für die Aus- und Weiterbildung. Hamburg: Tangens-Systemverlag.

Koszyk, Kurt (1987/zuerst 1977), Probleme einer Sozialgeschichte der öffentlichen Kommunikation. In: Bobrowsky, Manfred u.a. (Hg.): Medien- und Kommunikationsgeschichte. Ein Textbuch zur Einführung. Wien: Braumüller, 1987. S. 29 - 36.

Kunczik, Michael (1993), Public Relations. Konzepte und Theorien. Köln, Weimar, Wien: Böhlau. (Einige Seiten, S. 3ff., 230ff.)

Nessmann, Karl (1995), The Origins and Development of Public Relations in Germany and Austria. Paper presented at the 2nd International Public Relations Symposium, Lake Bled, Slovenia, 1995.

Nöthe, Bettina (1994), PR-Agenturen in der BRD. Münster. Darin: Teil B: Die historische Entwicklung von PR...

Oeckl, Albert (1993a), "Anfänge und Entwicklung der Öffentlichkeitsarbeit." In: Fischer, Heinz D./Ulrike Wahl (Hrsg.) (1993), S.33-45.

Oeckl, Albert (1993b), „Historische Entwicklung der Public Relations.“ In: Pflaum, Dieter/Wolfgang Pieper (Hrsg.) (1993), Lexikon der Public Relations. 2. Aufl. Landsberg am Lech: Moderne Industrie, S. 113-117.

Ronneberger, Franz / Manfred Rühl (1992), Theorie der Public Relations. Ein Entwurf. Opladen: Westdeutscher Verlag. (Einige Seiten, S. 41ff.)

Rühl, Manfred (1993), Carl Hundhausen - Vorbemerkungen zum Werk eines PR-Klassikers. In: Flieger, Heinz / Franz Ronneberger (1993) (Hrsg.), Public Relations Anfänge in Deutschland. Festschrift zum 100. Geburtstag von Carl Hundhausen. Wiesbaden, Verlag für deutsche Wirtschaftsbiografien Heinz Flieger. S. 19ff. (= Studien zu Theorie und Praxis der Public Relations, Band 23)

Szyszka, Peter (1997) (Hrsg.), Auf der Suche nach Identität. PR-Geschichte als Theoriebaustein. Berlin: VISTAS. (= Bentele, Günter /Hg./: Serie ÖA/PR und Kommunikationsmanagement. Bd. 6)

### **1.3 Geschichte der PR in Deutschland**

#### **1.3.1 Allgemein**

d'Ester, Karl / Walther Heide (1926ff.) (Hrsg.), Zeitungswissenschaft. Monatsschrift für internationale Zeitungsforschung. Berlin.

Hundhausen, Carl (1937), "Public Relations." In: Deutsche Werbung 1937, 19, S.1054.

Hundhausen, Carl (1951), Werbung um öffentliches Vertrauen. Essen: Girardet.

Hundhausen, Carl (1969), Public Relations. Theorie und Systematik. Berlin: de Gruyter.

Kunczik, Michael (1997), Geschichte der Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland. Köln/Weimar/Wien: Böhlau.

Oeckl, Albert (1993c), Eine gute, sachliche, freundschaftliche Zusammenarbeit. In: Flieger, Heinz / Franz Ronneberger (1993) (Hrsg.), Public Relations Anfänge in Deutschland. Festschrift zum 100. Geburtstag von Carl Hundhausen. Wiesbaden, Verlag für deutsche Wirtschaftsbiographien Heinz Flieger. S. 9-10. (= Studien zu Theorie und Praxis der Public Relations, Band 23)

### **1.3.2 Staatliche, kommunale und politische PR**

Fischer, Heinz-Dietrich (Hrsg.) (1981), "Regierungssprecher. Zwischen Information und Geheimhaltung. Zur publizistischen und kommunikativen Funktion staatlicher Presseamtsleiter in Bund - Ländern - Gemeinden." Köln.

Flieger, Heinz (1987), Public Relations Reader, Teil 2. Polit-PR. Die unterschiedlichen Rollen und Funktionen von Öffentlichkeit, Parteien und Öffentlichkeitsarbeit in Ost und West. Wiesbaden: Verlag für deutsche Wirtschaftsbiographien.

Gebhardt, Hartwig (1994), "Organisierte Kommunikation als Herrschaftstechnik. Zur Entwicklungsgeschichte staatlicher Öffentlichkeitsarbeit." In: Publizistik, 39,2, S. 175-189.

Jonscher, Norbert (1995), Lokale Publizistik. Theorie und Praxis der örtlichen Berichterstattung. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1995. (Einige Seiten)

Kaps, Norbert/Hanns Küffner (1969), "Das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung." Bonn 1969

Kordes, Walter/K. Hans Pollmann (1989), "Das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung. Ämter und Organisationen der BRD" (Orig. 1972). Düsseldorf 10. Aufl. 1989

Krüger, Werner (1962), "Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung." In: DPRG (Hrsg.): Erster Public Relations-Lehrgang, 25.-30. Juni 1962, München 1962

Müller, Ewald (1977), Bürgerinformation. Kommunalverwaltung und Öffentlichkeit. ...: Kohlhammer. (Einige Seiten)

Naujokes, E. (1968), Die auswärtige Pressepolitik Bismarcks und die Reichsgründung (1856-1871). Wiesbaden: Steiner.

### **1.3.3 Privatwirtschaftliche PR**

Binder, Elisabeth (1983), Die Entstehung unternehmerischer Public Relations in der Bundesrepublik Deutschland. Münster: Lit (zugleich Diss.)

Wischermann, Clemens / Peter Borscheid / Karl-Peter Ellerbrock (2000), (Hrsg.), Unternehmenskommunikation im 19. und 20. Jahrhundert. Neue Wege der Unternehmensgeschichte. Dortmund: Gesellschaft für Westfälische Wirtschaftsgeschichte e. V.

Zipfel, Astrid (1997), Public Relations in der Elektroindustrie. Die Firmen Siemens und AEG 1847 bis 1939. Köln/Weimar/Wien: Böhlau.

### **1.3.4 PR in sonstigen Praxisfeldern**

Bentele, Günter (1997), „Messe, Medien und Kommunikation.“ In: Rodekamp, Volker (Hrsg.) (1997), Leipzig - Stadt der Wa(h)ren Wunder. 500 Jahre Reichsmesseprivileg. Leipzig: Leipziger Messe Verlag. S. 145-154.

Gunkel, Hermann / Leopold Zscharnack (Hrsg.) (1930), Die Religion in Geschichte und Gegenwart. Handwörterbuch für Theologie und Religionswissenschaft. Zweite, völlig neu bearbeitete Auflage. 4. Band Mi-R. Tübingen: J. C. B. Mohr (Paul Siebeck).

Nöthe, Bettina (1994), PR-Agenturen in der Bundesrepublik Deutschland. Münster: agenda. (Einige Seiten)

### **1.4 Literatur zur Geschichte von Werbung und Propaganda in Deutschland**

Buchli, Hanns (1962-1966), 6000 Jahre Werbung. Geschichte der Wirtschaftswerbung und Propaganda. Berlin: de Gruyter. Bd. 1 und 2, 1962; Bd. 3, 1966.

Diesener, Gerald/Rainer Gries (1996) (Hg.), Propaganda in Deutschland. Zur Geschichte der politischen Massenbeeinflussung im 20. Jahrhundert. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.

Gries, Rainer/Volker Ilgen/Dirk Schindelbeck (1995), „Ins Gehirn der Masse kriechen!“ Werbung und Mentalitätsgeschichte. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.

Reinhardt, Dirk (1993), Von der Reklame zum Marketing. Geschichte der Wirtschaftswerbung in Deutschland. Berlin: Akademie-Verlag.

Schweiger, Günter/Gertraud Schrattenecker (1988), Werbung. Eine Einführung. 2. Auflage. Stuttgart/New York: Gustav Fischer. S. 1-5.

Weisserth, Peter-Louis (1953), Die Entstehung der Wirtschaftswerbung. Eine entfaltungsgeschichtliche Darstellung. Nürnberg, Hochschule für Wirtschafts- und Sozialwissenschaft, Diss.

### **1.5 Literatur zur Geschichte des Journalismus / der Massenmedien in Deutschland**

Baum, Achim (1994), Journalistisches Handeln. Eine kommunikationstheoretisch begründete Kritik der Journalismusforschung. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Blöbaum, Bernd (1994), Journalismus als soziales System. Geschichte, Ausdifferenzierung und Verselbstständigung. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1994

Brückmann, Ariane (1997), Journalistische Berufsorganisationen in Deutschland. Von den Anfängen bis zur Gründung des Reichsverbandes der deutschen Presse. Köln/Weimar/Wien: Böhlau.

Jarren, Otfried (1994), Medien und Journalismus 1. Eine Einführung. (= Fachwissen für Journalisten). Opladen: Westdeutscher Verlag, 1994. (Einige Seiten)

Requate, Jörg (1995), Journalismus als Beruf. Entstehung und Entwicklung des Journalistenberufs im 19. Jahrhundert. Deutschland im internationalen Vergleich. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 1995 (Kritische Studien zur Geschichtswissenschaft; Bd. 109)

### **1.6 Geschichte der PR in den USA**

Bernays, Edward L. (1965), Biography of an Idea. Memoirs of Public Relations Counsel Edward L. Bernays. New York (Deutsche Übersetzung 1967: Biographie einer Idee. Die hohe Schule der PR. Lebenserinnerungen von E. L. Bernays. Düsseldorf / Wien)

Cutlip, Scott M. / Allen H. Center / Glen M. Broom (1994), Effective Public Relations. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1994 (erstmals 1952). (Einige Seiten, insb. S. 89-128)

Grunig, James E. / Todd Hunt (1984), Managing Public Relations. New York etc.: Holt, Rinehart and Winston, 1984 oder Neuauflage. (Einige Seiten)

Kruckeberg, Dean / Kenneth Starck (1988), Public Relations and Community. A reconstructed Theory. New York et al.: Praeger, 1988.

Schudson, Michael (1978), Discovering the News. A Social History of American Newspapers. Basic Books

Wilcox, Dennis L. u.a. (1992), Public Relations: Strategies and Tactics. New York: Harper-Collins Publishers Inc., 1992. (Einige Seiten, insbes. S. 35-68 ausschnittsweise)

## **2 Geschichte der Public Relations - Fallstudie: Kommunale PR der Stadt Leipzig**

### **(begleitende Informationen zu den /früheren/ historischen Seminaren von Dr. Liebert)**

Das mehrsemestrige Projekt untersucht Aufgaben/Funktionen, Organisation/Strukturen, Mittel und Methoden sowie Resonanz/Wirkungen kommunaler Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in verschiedenen historischen und gesellschaftspolitischen Epochen am Beispiel der Stadt Leipzig. Hauptmethoden sind Archiv- bzw. Literaturstudien. Zusätzlich werden - in Abhängigkeit von den überlieferten Archivbeständen - historisch-empirische Inhaltsanalysen von PR-Instrumenten und ihrer Resonanz in der Presse durchgeführt. An diesen quantitativen Analysen arbeiteten in der zweiten Hälfte der 1990er-Jahre Seminarteilnehmerinnen und -teilnehmer mit. Zurzeit (2002/03) wird das Projekt von der Stiftung zur Förderung der PR-Wissenschaft an der Universität Leipzig gefördert.

### **2.1 Historisch-empirische Analysen (quantitative Inhaltsanalysen) zur kommunalen Pressearbeit der Stadt Leipzig (bis 1989)**

Theoretischer Ausgangspunkt der Fallstudie zur kommunalen PR, also letztlich zur Kommunikation zwischen Stadtverwaltung und Bürgern, ist ein „Vier-Akteursmodell“: Fachkommunikatoren (Dezernenten, Amtsleiter usw.), PR-Kommunikatoren (Pressereferent etc.), Journalisten und Publikum (Rezipienten) gehen miteinander kommunikative Beziehungen ein, die idealisiert als Kommunikationsfluss darstellbar sind und wiederum in Relation zur Wirklichkeit bzw. zur Medienrealität stehen. (Vgl. Bentele/Liebert/Seeling 1997, 228ff.) In verschiedenen Teilprojekten soll aufgehellt werden, wie sich dieser Kommunikationsfluss konkret-historisch vollzog. Bestimmte Aussagen insbesondere zu Fachkommunikatoren, Journalisten und Publikum können durch Dokumentenanalyse von Primärquellen (Verwaltungsberichte, Organigramme, Arbeitsakten etc.) bzw. durch Ableitungen aus kommunikations- und kommunalhistorischer Sekundärliteratur (z. B. zu Leipzigs Pressegeschichte) gewonnen werden.

Der Fokus liegt auf der Rekonstruktion der Praxis der PR-Kommunikatoren und der Nutzung jeweils typischer PR-Instrumente/-Medien, die oft auch - in Abhängigkeit vom überlieferten Material - mittels quantitativer Inhaltsanalyse untersuchbar sind.

Dabei interessieren vor allem:

- Quantitatives Aufkommen und Frequenz bestimmter PR-Instrumente
- Verteilung bestimmter Akteure als Kommunikationsurheber
- Rolle von PR-Kommunikatoren und ihrer Quellen
- Themenspektrum
- Bewertungen
- Präsentationsformen

Für PR-Texte können vergleichsweise mehr Daten erhoben werden als für PR-Veranstaltungen.

Wenn die überlieferten Akten der kommunalen Pressestellen zusätzlich die Medienresonanz (Zeitungsausschnitte) enthalten, wird auch diese untersucht. Theoretischer Hintergrund ist das „Intereffikationsmodell“, das zwischen PR und Journalismus Induktionen und Adaptionen annimmt. (Vgl. Bentele/Liebert/Seeling 1997, 241ff.)

Bei den historischen Analysen findet jeweils modifiziert ein Design Anwendung, das erfolgreich bei Medienresonanzanalysen gegenwärtiger Pressearbeit der Städte Leipzig und Halle erprobt

wurde. (Vgl. Bentele/Liebert/Reinemann 1998) Dadurch ergeben sich im Geschichtes-  
Gegenwart-Vergleich u. U. weitere interessante Auswertungsmöglichkeiten.

Teilprojekt/ Zeitabschnitt	Herkunft der Daten	Hauptsächliche Untersuchungs- objekte	Feldarbeit (Da- tenerhebung)	Stand der Aus- wertung
Vorformen kommunaler Pressearbeit von den 1830er Jah- ren bis zum Ers- ten Weltkrieg im „Amtsblatt“	Mikroverfilmung des „Leipziger Tageblattes“ (städtisches Amtsblatt); durch Zufall ermittelte Zeitabschnitte (1837, 1853, 1865, 1878, 1907)	- Amtliche Be- kannt- machungen der Stadtverwaltung Leipzig - Redaktionelle Beiträge über Leipziger <i>kom- munale</i> Angele- genheiten	SS 1998; zurzeit Nacharbeiten	noch nicht er- folgt
Kommunale Pressearbeit in der Demokratie der Weimarer Republik und in der Diktatur des National- sozialismus 1923-1940	Archivalien des Stadtarchives Leipzig, die eine Relevanz für das Thema erkennen ließen	- Presse- konferenzen und - besichtigungen - Presse- mitteilungen	SS 1997	zurzeit in Arbeit
Kommunale Pressearbeit in der SBZ und DDR 1945-1989	Archivalien des Stadtarchives Leipzig, die eine Relevanz für das Thema erkennen ließen	- Presse- konferenzen und -gespräche - Presse- mitteilungen - PR-Pläne	WS 1997/98, zurzeit Nachar- beiten	noch nicht er- folgt



## 2.2 Historisch-empirische Analyse (Inhalts- und Aussagenanalyse) zur externen PR der Stadt Leipzig (Standort- und Fremdenverkehrs-PR)

Ein Stadtimage kann sich v. a. - so wurde theoretisch vorausgesetzt - auf folgende Merkmale von Stadtwirklichkeit beziehen:

- Funktionen der Stadt
- Soziale (und politische) Kräfte der Stadt
- Geografisch-räumliche Lage der Stadt
- Einzelne „Objekte“ (Gebäude, Plätze, Persönlichkeiten...) der Stadt
- Historische Traditionen und künftige Perspektiven der Stadt.

Die Publikationen wurden daraufhin durchgesehen, ob und in welcher Ausprägung die entsprechenden Imagebezüge als verbale Zuschreibungen oder auch als dominante grafisch-fotografische Informationen enthalten waren. Schließlich gehörte eine Umfangsanalyse der Textmengen bezogen auf verschiedene Sachgebiete (Wirtschaft, Messen und Ausstellungen, Verkehrslage, Kultur usw.) sowie auf verschiedene Darstellungsarten (Text, Foto usw.) zum Analyseprogramm. Außerdem wurden formal-gestalterische und stilistische Auffälligkeiten registriert.

Teilprojekt/ Zeitabschnitt	Herkunft der Daten	Hauptsächliche Untersuchungs- objekte (in Klammern An- zahl)	Feldarbeit (Da- tenerhebung)	Stand der Aus- wertung
Offizielle städtische Publikationen von 1895 bis 1989 als Ausdruck kommunaler Imagepolitik	In Leipziger Bibliotheken nachgewiesene und einsehbare Titel (ohne Nachauflagen)	Stadtführer, Reiseprospekte, Werbeschriften und ähnliche Stadtpublikationen (ohne Stadtpläne und Periodika, insgesamt 109)	SS 1997	Auswertung der Publikationsinhalte siehe Liebert 1997b; Auswertung formal-gestalterischer Merkmale: noch nicht erfolgt

## 2.3 Literaturhinweise

(Aufsätze von Liebert, Tobias sind hier nicht enthalten, siehe gesondertes Verzeichnis wissenschaftlicher Schriften)

### 2.3.1 Geschichte der kommunalen Öffentlichkeitsarbeit bzw. der lokalen Kommunikation der Stadt Leipzig

Baier, Hans (Hrsg.) (1992), Medienstadt Leipzig. Tradition & Perspektiven. Berlin: Vistas.

Bentele, Guenter (1997), „Messe, Medien und Kommunikation.“ In: Rodekamp, Volker (Hrsg.) (1997), Leipzig - Stadt der Wa(h)ren Wunder. 500 Jahre Reichsmesseprivileg. Leipzig: Leipziger Messe Verlag, S. 145-154.

Conrad, Erich (1935), Die Entwicklung des kommunalen Teils der größeren Leipziger Tageszeitungen in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts. Berlin: Tritsch & Huther. (Zugl.: Leipzig, Univ., Diss.)

Deuse, Christiane (1997), Die Leipziger Zeitung. Geschichte eines Lizenzblattes in der Sowjetischen Besatzungszone (1946-1948). Münster: Lit. (Zugl.: Münster, Univ., Diss., 1995)

Ihle, Manja (1998), Das Leipziger Tageblatt (1807-1925). Geschichte und Porträt der Zeitung in Fallbeispielen. Seminararbeit am Institut für KMW der Univ. Leipzig. Leipzig: unveröffentlicht.

Keller, Katrin (Hrsg.) (1994), Feste und Feiern. Zum Wandel städtischer Festkultur in Leipzig. Leipzig: Edition.

Kirchhoff, Albrecht (1883), „Zur ältesten Geschichte des Leipziger Zeitungswesens.“ In: Archiv zur Geschichte des deutschen Buchhandels. Bd. VIII. Leipzig.

Kittan, Tomas (1989), Grundlegende Entwicklungstendenzen der nichtproletarischen deutschen Presse zwischen 1830 und 1848/49 - untersucht an der Leipziger Presse. Leipzig, Univ., Diss.

(Das) litterarische Leipzig (1897), Illustriertes Handbuch der Schriftsteller- und Gelehrtenwelt, der Presse und des Verlagsbuchhandels in Leipzig. Leipzig: Walter Fiedler.

Meyen, Michael (1995), Die bürgerlichen Zeitungen Leipzigs in der Weimarer Republik. Wechselbeziehungen zwischen gesellschaftlichem Wandel und Presseentwicklung. Leipzig, Univ., Diss.

Müller, Andreas (1987), Die nichtproletarische Zeitungspresse Leipzigs beim Übergang zum Imperialismus bis zum Jahre 1914. Leipzig, Univ., Diss.

Mörchen, Dieter (1997), Der Stadtfunk Leipzig. Ein Unikum kommunaler Öffentlichkeitsarbeit. Seminararbeit am Institut für KMW der Univ. Leipzig: unveröffentlicht.

Riecker, Ariane (1994), Der Wiederaufbau des Rundfunks in Leipzig von 1945 bis 1947. Diplomarbeit. Leipzig: Univ., Institut für KMW.

SAL = Stadtarchiv Leipzig. Archivalien.

Schneider, Wolfgang (1995), Leipzig. Streifzüge durch die Kulturgeschichte. Leipzig: Gustav Kiepenheuer.

Skibitzki, Gabriele (1993), Daten zur Geschichte des Verkehrs-Vereins Leipzig e. V./Zur Geschichte des Fremdenverkehrsvereins Leipzig e. V. 2 Manuskripte.

Ufer, Peter (1995), Leipziger Presse 1789 bis 1815. Eine Studie zu Entwicklungstendenzen und Kommunikationsbedingungen des Zeitungs- und Zeitschriftenwesens zwischen Französischer Revolution und den Befreiungskriegen. Leipzig, Univ., Diss.

Verwaltungsberichte der Stadt Leipzig für die einzelnen Jahre (z. B. einzusehen im Freihandbestand des Lesesaales des Stadtarchives Leipzig)

Weinkauf, Bernd (1995), „Neun Monate Zeitung. Zur lokalen Pressegeschichte von Mai 1945 bis Januar 1946.“ In: Leipziger Blätter. Jg. 1995/Heft 26, S. 12-15.

Winkler, Uwe (1990), Grundlegende Entwicklungstendenzen der Leipziger Zeitungspressen zwischen 1850 und Mitte der 80er-Jahre des 19. Jahrhunderts. Leipzig, Univ., Diss.

Wustmann, Gustav (1907), „Aus der Geschichte des Leipziger Tageblattes.“ In: Leipziger Tageblatt und Handelszeitung. Leipzig, 101. Jg., 30.06. 1907, S. 6-10.

Wutzler, Joachim (1979), „Zehn Jahre Leipzig-Information.“ In: Museum für Geschichte der Stadt Leipzig (Hrsg.), Jahrbuch zur Geschichte der Stadt Leipzig 1979, S. 189-195.

### **2.3.2 Anwendung empirischer (kommunikations)wissenschaftlicher Forschungsmethoden (auf die Geschichte)**

Früh, Werner (1991), Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis. München: Ölschläger. (Verschied. Auflagen)

Mertens, Klaus / Petra Teipen (1991), Empirische Kommunikationsforschung. Darstellung. Kritik. Evaluation. München: Ölschläger.

Pürer, Heinz (1990), Einführung in die Publizistikwissenschaft. Systematik, Fragestellungen, Theorieansätze, Forschungstechniken. München: Ölschläger. (Oder andere Auflage) (Einige Seiten)

Wilke, Jürgen (1984), Nachrichtenauswahl und Medienrealität in vier Jahrhunderten. Eine Modellstudie zur Verbindung von historischer und empirischer Publizistikwissenschaft. Berlin, New York: Walter de Gruyter.

Wilke, Jürgen (1995), Agenda-setting in an historical perspective: the coverage of the American revolution in the German press (1773-83). In: European Journal of Communication. Vol. 10/1995, Nr. 1, S. 63-86.

### **2.3.3 Verhältnis von Public Relations und Journalismus bzw. PR-Erfolgskontrolle**

Baerns, Barbara (1985), Öffentlichkeitsarbeit oder Journalismus. Zum Einfluss im Mediensystem. Köln: Wissenschaft und Politik.

Baerns, Barbara (1995), PR-Erfolgskontrolle. Messen und Bewerten in der Öffentlichkeitsarbeit. Verfahren, Strategien, Beispiele. Frankfurt a. M.

Bentele, Günter / Tobias Liebert / Stefan Seeling (1997), Determinationshypothese und Intereffikation. Ein integriertes Modell zum Verhältnis von Public Relations und Journalismus. In: Bentele, Günter / Michael Haller (Hrsg.) (1997), Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure-Strukturen-Veränderungen. Konstanz: UVK Medien, S. 225-250.

Brosius, Hans-Bernd (1994), Agenda-setting nach einem Vierteljahrhundert Forschung: Methodischer und theoretischer Stillstand? In: Publizistik. 39.Jg.(1994), Heft 3, S. 269-288.

### **2.3.4 Allgemeines über kommunale Öffentlichkeitsarbeit**

Kotler, Philip u. a. (1994), Standort-Marketing. Wie Städte, Regionen und Länder gezielt Investitionen... anziehen. Düsseldorf u. a.

Peter, Joachim (1992), Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in der Kommune: das Praktiker-Handbuch. München: Jehle. (bzw. neuere Auflage)

Städtische Presse- und Öffentlichkeitsarbeit heute (1991), Eine Arbeitshilfe. Köln: Deutscher Städtetag.