

Dr. Tobias Liebert  
Kommunikationswissenschaftler und -berater; Dipl.-Journ.  
WS 2004/05: Gast-Prof. an der TU Dresden  
Rosa-Luxemburg-Str. 6  
06667 Weißenfels

## **Kommunale Öffentlichkeitsarbeit**

(Bereich Struktur und Organisation, Kommunikationsforschung)

S wöchentl. Fr. 9.20 Uhr-10.50 Uhr    Raum: AB2/113    Dr. Liebert, Tobias  
Beginn: 15.10.04 (August-Bebel-Str. 20)

Das Seminar behandelt ein spezifisches Praxisfeld von Public Relations (Öffentlichkeitsarbeit): Städte, aber auch größere Gemeinden, sowie Landkreise und zunehmend auch Regionen betreiben PR nach „innen“ und „außen“; sie wenden sich vor allem an die Bürger, lokale und überregionale Medien, potenzielle Besucher, Touristen sowie Investoren und nicht zuletzt an die Mitarbeiter der Verwaltungen selbst. Warum und mit welchen Mitteln geschieht das? Welche Organisationsformen gibt es dafür? Neben diesen und anderen Fragen gerät auch der Lokaljournalismus als wichtiger Vermittler kommunaler PR ins Blickfeld. Ansätze für Stadt- und Regionenmarketing werden insofern referiert, als sie Kommunikation darstellen und nutzen. Die Studierenden lernen normative Festlegungen, theoretische Erklärungen, empirische Befunde und praktische Beispiele kennen. Sie nehmen mit Referaten bzw. Hausarbeiten aktiv am Seminarschehen teil.

### *Vorbereitende Literatur:*

- Kotler, Philip u.a.: Standort-Marketing. Wie Städte, Regionen und Länder gezielt Investoren ... anziehen. Düsseldorf u.a., 1994.
- Liebert, Tobias (vorauss. 2004): Öffentlichkeitsarbeit als berufliches Handeln: Berufsfeld Kommunen/kommunale PR. In: Bentele, Günter; Fröhlich, Romy; Szyszka, Peter (Hg.): Handbuch Public Relations. Opladen: Westdeutscher Verlag. (in Vorbereitung)
- Müller, Ewald; Wetterich, Susanne: Kommunale Bürgerinformation. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in der Kommune. München: Jehle-Rehm, 2004. (zurzeit im Erscheinen)
- Peter, Joachim; Müller, Ewald: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in der Kommune: das Praktiker-Handbuch. München: Jehle-Rehm, 1998. (bzw. neuere Auflage)

### *Graue Literatur:*

- Liebert, Tobias: „6.3. Kommunale Public Relations.“ In: Bentele, Günter (Hg.): Berufsfeld Public Relations. PR-Fernstudium Studienband 1. Berlin: PR-Kolleg Kommunikation & Management. 1998. S. 194-219.

**Ablauf und Themen:**

15.10. 1. V.	Thema: <b>Einführung in das Seminar</b> , Verteilung der Referate, Einführende Diskussion Einstieg in das Praxisfeld; Anknüpfung an PR-Grundlagen allgemein (Wdhlg.); Stellenanzeigen als Zugang zum Praxisfeld
22.10. 2. V.	Thema: <b>Kommune, Stadt, Verwaltung und kommunale Selbstverwaltung</b> Diskussion über den „Träger“ kommunaler Öffentlichkeitsarbeit anhand von Texten  Thema: <b>Die Stadt als Kommunikationsraum und Medium</b> Das System der kommunalen Öffentlichkeit Lit.: Bott u. a. (2000), Boettner/Rempel (1996), Schreiber (1991), Jonscher (1995), Jarren (1984), Kurp (1994), Häußermann/Siebel (1993), Zielinski (1997)
29.10. 3. V.	Thema: <b>Normative Grundlagen kommunaler Öffentlichkeitsarbeit</b> (Demokratiegebot, kommunale Pflichtaufgabe, Bürgermitgestaltung, Öffentliche Aufgabe der Presse etc., Werte kommunaler ÖA) Lit.: Leitsätze des Deutschen Städtetages (1988 bzw. 1998), Müller (1977), Müller/Wetterich, Peter/Müller, Städtische Presse- und Öffentlichkeitsarbeit heute (1991), Kommunale Presse- u. ÖA (1993), Liebert (1998); Franke, A.; Staak (1983), Pöppelmann (2001), Faulstich (2000) <b>Referent/en:</b>  Thema: <b>Bürgerbeteiligung und innovative Formen dialogischer Kommunikation</b> Lit.: Knemeyer (1995), Selle 1996, Gessenharter (1996), Feindt (1997), Leipziger Resolution 2001, Dettling 2001, Langfeld u. a. (2001), Pröhl u. a. (2001), Sinnig u. a. (2000), Hill (1994), Müller/Wetterich <b>Referent/en:</b>
5.11. 4. V.	Thema: <b>Geschichte kommunaler Öffentlichkeitsarbeit</b> Lit.: Müller (1977), Liebert (mehrere), Gebhardt (1994), Jonscher (1995), extra Liste vom Seminarleiter, allg. Lit. zur PR-Geschichte <b>Referent/en:</b>
12.11. 5. V.	Thema: <b>Aufgaben, Berufsfeld und Instrumente kommunaler Öffentlichkeitsarbeit - empirisch-statistisch betrachtet</b> Lit.: Pokorny (1995), Kutscher-Klink (1994 – vom Seminarleiter), Liebert (1998b), Furchert (1996), Böckelmann (1991a/b), Brexel (2000), Röttger (2000), Dees/Döbler (2000) <b>Referent/en:</b>
19.11. 6. V.	Thema: <b>Verwaltungsmodernisierung/“Neues Steuerungsmodell“ und kommunale Öffentlichkeitsarbeit - Dezentralisierung vs. Zentralisierung?/strategisch vs. operativ?</b> Lit.: Presse- u. ÖA im neuen Steuerungsmodell (2000), Zentrale Steuerungsunterstützung (1996), Wetterich (1998), Busse (2000), Kißler (1997), eigene Recherchen (DST, KGSt) <b>Referent/en:</b>

26.11. 7. V.	Thema: <b>Publikationen zur Bürgerinformation und das Amtsblatt als spezifisches Mittel kommunaler Öffentlichkeitsarbeit</b> Lit.: in Jonscher, Gründungsboom (1997), Keine echte... (1997), Schinzel/Kaiser (1997), Medienbericht der Bundesregierung, Istel (1974), Höver (1997), Müller/Wetterich <b>Referent/en:</b>
3.12. 8. V.	Thema: <b>Der lokale Journalismus und sonstige lokale Publizistik als Pendant kommunaler Öffentlichkeitsarbeit - Strukturen, Trends, Probleme</b> Lit.: Jonscher (1995), Literatur in Jonscher, Haller/Mirbach, Jarren (1984), Kurp, Flöper (2002), Hintze (2002), Lokaler Hörfunk und städtische ÖA (1992), Meyn, Projektteam Lokaljournalisten (1998) <b>Referent/en:</b>
10.12. 9. V.	Thema: <b>Wissenschaftliche Modelle und Untersuchungen zum Verhältnis von PR und Lokaljournalismus</b> Lit.: Bentele/Liebert/Seeling, Furchert (1996), Fritsch (1983), Grimme (1991), Haller/Davatz/Peters (1995), Füh u.a.; www.intereffikation.de <b>Referent/en:</b>
17.12. 10. V.	Thema: <b>Corporate Identity für Städte? - Stadtimage/PR zur Imagepflege</b> Lit.: Kaiser (1996), Lalli/Plöger (1991), Höver (1995), Antonoff, Kutschinski-Schuster, extra Liste <b>Referent/en:</b>
	WEIHNACHTSPAUSE
7.1. 11. V.	Thema: <b>Stadtmarketing - Konzept(e), Realisierungsbeispiele und die Rolle von PR</b> Lit.: Zerres/Zerres (2000), Grabow u. a. (1998), Birk (2001), extra Liste, Kotler, Töpfer/Braun, Konken <b>Referent/en:</b>
14.1. 12. V.	Thema: <b>Kommunale Standort-PR zur Wirtschafts- und Fremdenverkehrsförderung (v. a. empirisch-statistisch und funktional betrachtet)</b> Lit.: Töpfer/Mann (1995) und (1996), Kaiser (1996), Hollbach-Grömig, Schiller (2002), Siebendaich (2002), Standortpolitik (2000), Thielen (2001) u.a. <b>Referent/en:</b>
21.1. 13. V.	Thema: <b>Fremdenverkehrs-PR für Orte und Regionen (Spezifika, Instrumente, Fallbeispiele)</b> Lit.: Themenheft (2001), extra Liste, eigene Recherchen <b>Referent/en:</b>

28.1. 14. V.	Thema: <b>Kommunen im Internet - die Nutzung neuer Medien in der kommunalen Öffentlichkeitsarbeit</b> Lit.: Furchert (2000), Staak (1983), Kubicek (1995), Brockmeyer (1995), Projekt (1996), Schwarz (1997), Backhaus/Voeth (1997), Wetterich (2002), eigene Recherchen <b>Referent/en:</b>
4.2. 15. V.	Thema: <b>Die kommunale Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Dresden (Fallbeispiel)</b> Höver (1997), www.dresden.de, Pressemitteilungen und Publikationen sowie sonstige Kommunikationsinstrumente der Stadt Dresden und der Tourismus- u. Werbung-GmbH, Praxisrecherche <b>Referent/en:</b>  Abschlussdiskussion, Seminarkritik etc.
	Abgabe der Hausarbeiten bis 15. Februar

## Literatur zur kommunalen Öffentlichkeitsarbeit bzw. zur lokalen Kommunikation

- Akalin, Ann-Kathrin (2001): Stadtbekannt. Im Zeitalter der Globalisierung und Mobilität buhlen Städte um Konzerne und Arbeitnehmer. In: PR-Magazin, Nr. 5, S. 28-31.
- Anton, Winfried; Theismann, Ute (2004): Stadtmarketing. Osnabrück: Institut für Marketing und Kommunikation Prof. Dr. Winfried Anton. In: <<http://www.imk-anton.de>>
- Antonoff, Roman (1971): Wie man seine Stadt verkauft. Kommunale Werbung und Öffentlichkeitsarbeit. Düsseldorf: VDI-Verlag.
- Backhaus, Klaus; Voeth, Markus (1997): Stadtinformationssysteme. Ergebnisse einer Akzeptanzuntersuchung bei Privathaushalten. Münster: Lit.
- Baerns, Barbara (1994): Community Public Relations in Germany - East and West. State of the Art and Development. Paper presented at the International Public Relations Research Symposium, Lake Bled, Slovenia, July 8-11, 1994.
- Banner, Gerhard (1981): Das städtische Presseamt nach dem Aufgabengliederungsplan der KGSt. In: Der Städtetag. 34. Jg. 1981/Heft 6. S. 388-392.
- Behringer, Peter (2002): Die informierte Stadt. Und: Holtkamp, Lars (2002): E-Democracy in deutschen Kommunen. Eine kritische Bestandsaufnahme. In: Technikfolgenabschätzung. Jg. (2002)3/4. S. 57-67 und 48-57.
- Bellers, Jürgen (Hg.) (2000): Einführung in die Kommunalpolitik. München: Oldenbourg.
- Bentele, Günter; Liebert, Tobias; Reinemann, Carsten (1998): Projekt „Bestandsaufnahme, Informationsfluss und Resonanz kommunaler Presse- und Öffentlichkeitsarbeit“ in Leipzig bzw. in Halle. Nicht veröffentlichte Abschlussberichte.
- Bentele, Günter; Liebert, Tobias; Seeling, Stefan (1997): Von der Determination zur Intereffikation. Ein integriertes Modell zum Verhältnis von Public Relations und Journalismus. In: Bentele, Günter; Haller, Michael (Hg.): Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure-Strukturen-Veränderungen. Konstanz: UVK Medien, 1997. S. 225-250. (Auch erschienen in: Schulze-Fürstenow, Günther; Martini, Bernd-Jürgen (Hg.): Handbuch PR. Öffentlichkeitsarbeit in Wirtschaft, Verbänden, Behörden. Loseblattwerk. Neuwied/Kriftel/Berlin: Luchterhand. Ergänzungslieferung vom 13. Mai 1997. Nr. 3.640. S. 1-31.)
- Beyer, Rolf (1996): Die Institutionalisierung von Stadtmarketing. Praxisvarianten, Erfahrungen, Fallbeispiele. DSSW-Schriften, Bd. 15. Bonn.
- Beyrow, Matthias (1998): Mut zum Profil. Corporate Identity und Corporate Design für Städte. Stuttgart: AV Edition.
- Birk, Florian (2001): Stadtmarketing setzt auf Leitbilder. Ohne Werbung geht es nicht: Im Standortwettbewerb stellen Städte ihre Besonderheiten und Attraktivität möglichst geschickt heraus. In: Demokratische Gemeinde 11/2001. S. 104-105.
- Bittner, Richard (Hg.) (2001): Urbane Paradise. Zur Kulturgeschichte modernen Vergnügens. Frankfurt am Main: Campus.
- bjm (1998): Hoheitliches Denken im Rathaus. In: Handbuch PR. Berufsfeld PR. 3.033. 21. Dezember 1998. S. 1-2.
- Böckelmann, Frank (1991a): Die Pressestellen der öffentlichen Hand (Pressestellen III). München: Ötschläger.
- Böckelmann, Frank (1991b): Pressestellen als journalistisches Tätigkeitsfeld. Eine Untersuchung der Pressearbeit in Unternehmen, Organisationen und Institutionen. In: Dorer, Johanna; Lojka, Klaus (Hg.): Öffentlichkeitsarbeit. Theoretische Ansätze, empirische Befunde und Berufspraxis der Public Relations. Wien: Braumüller. S. 170-184.
- Boettner, Johannes; Rempel, Katja (1996): Kleine Stadt was nun? Weimar auf dem Weg zur Kulturstadt Europas. Forschungsprojekt „Die Arena in der Arena“. Weimar: Bauhaus-Universität.
- Bohse, Reinhard (1992): Information und Beratung. Zur städtischen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. In: Baier, Hans (Hg.): Medienstadt Leipzig. Tradition & Perspektiven. Berlin: VISTAS, 1992. S. 29-32.
- Bott, Helmut; Hubig, Christoph; Pesch, Franz; Schröder, Gerhart (Hg.) (2000): Stadt und Kommunikation im digitalen Zeitalter. Frankfurt am Main; New York: Campus Verlag.
- Brandt, Herbert (1989): Schwierigkeiten mit den Public Relations: Die Kommunen. In: Kalt, Gero (Hg.): Öffentlichkeitsarbeit und Werbung: Instrumente. Strategien. Perspektiven. Kommunikation

- heute und morgen. Institut für Medienentwicklung und Kommunikation GmbH in der Verlagsgruppe der FAZ. Frankfurt a. M.: Verlagsgruppe der FAZ 1991. S. 93-96.
- Bretschneider, Bernd (Bearb.) (2004): Hauptprobleme der Stadtentwicklung und Kommunalpolitik 2003. Ergebnisse einer Panelbefragung bei kommunalen Stadtentwicklungsplanern. Berlin: Deutsches Institut für Urbanistik.
- Brexel, Ernst (2000): Berufliche Perspektiven für Fach- und Führungskräfte in der Öffentlichkeitsarbeit. In: Handbuch PR. Ergänzungslieferung 24. Dezember 2000. Gliederungspunkt 3.221.
- Brockmeyer, Dieter (1995): Stadt am Datenstrom. In: PR-Magazin. Jg. 1995/Heft 8. S. 22-23.
- Brücher, Heide; Gisler, Michael (2002): E-Government - von den Grundlagen zur Anwendung. HMD - Praxis der Wirtschaftsinformatik, Heft 226, August 2002. Heidelberg: dpunkt.verlag
- Buhren, Gert (2001): Das Amtsblatt der Gemeinde als Veröffentlichungsorgan und Mitteilungsblatt. In: Landes- und Kommunalverwaltung. München, Frankfurt am Main. Jg. 2001, Heft 7, S. 303-306.
- Bullerdiek, Thorsten u. a. (2002): Verwaltung im Internet. Nutzungs- und Gestaltungsmöglichkeiten. München: Beck.
- Bundesverband City- und Stadtmarketing Deutschland e. V. (Hg.) (2002): Stadtmarketing. Stand und Perspektiven eines kooperativen Stadtmanagements. München: Shaker.
- Busse, Christina: Dienstleistung ebnet den Weg ins Rathaus. In: PR-Report. 3. November 2000. S. 11-13.
- CIMA GmbH. Kompetenzzentrum für Stadt- und Regionalentwicklung und für Marketing im öffentlichen Sektor. <<http://www.cima.de>>
- Dees, Matthias; Döbler, Thomas (2000): Public Relations als Aufgabe für Manager? Rollenverständnis, Professionalisierung, Feminisierung: eine empirische Untersuchung. Stuttgart: Ed. 451.
- Denzer, Horst (2000): Politik an der Leine der Verwaltung? Unterschiedliche Rollen im politischen Prozess. In: Akademie-Report 2/2000. Tutzing. S. 11-12.
- Dettling, Warnfried (2001): Die Stadt und ihre Bürger. Neue Wege in der kommunalen Sozialpolitik. Grundlagen, Perspektiven, Beispiele. Gütersloh: Verlag Bertelsmann Stiftung.
- Deutscher Landkreistag <<http://www.landkreistag.de>>
- Deutscher Städtetag <<http://www.staedtetag.de>>
- Deutscher Städte- und Gemeindebund <<http://www.dstgb.de>>
- Deutsches Institut für Urbanistik <<http://www.difu.de>>
- Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft <<http://www.dssw.de>>
- Donges, Patrick; Philipp Steinwärdner (1998): Entwicklung des Zwei-Säulen-Modells. Eine interdisziplinäre Untersuchung des lokalen Hörfunks in Nordrhein-Westfalen. Opladen: Leske + Budrich.
- Duggen, Hans (1998): Öffentlichkeitsarbeit in der Kommune: Darstellung. Wiesbaden: Kommunal- und Schulverlag.
- Ellwein, Thomas (1988): Gutachten über die Effizienz und Wirtschaftlichkeit der Aufgabenwahrnehmung bei der Stadt Dortmund. Auszug. Schliersee, Oktober 1988.
- Faulstich, Werner (2000): Grundwissen Öffentlichkeitsarbeit. München: Wilhelm Fink. Insbesondere S. 99ff.
- Feindt, Peter Henning (1997): Kommunale Demokratie in der Umweltpolitik. Neue Beteiligungsmodelle. In: Aus Politik und Zeitgeschichte. Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament. B 27/97. 27. Juni 1997. S. 39-46.
- Flöper, Berthold L. (2002): Lokaljournalismus. Qualität ist machbar. In: Journalist 3/2002. S. 45-47.
- (Franke, A.) Demokratie braucht informierte BürgerInnen... (1991) (und weitere Beiträge). In: Der Landkreis. 61. Jg. 1991, Heft 5. S. 256-269.
- Franke, Arnim (1997): Kommunale Pressestellen: Informationsgeber in einer Informationsgesellschaft. In: Der Landkreis 10/1997. S. 500-504.
- Fritsch, Michael (1983): Informationsquellen im lokalen Bereich. Probleme der Materialbeschaffung, -bearbeitung und -verwendung in der Außenredaktion einer nordrhein-westfälischen Regionalzeitung. Bochum: Brockmeyer.
- Fuchs, Wolfgang; Schenk, Michael (1984): Der Rezipient im lokalen Kommunikationsraum. In: Media Perspektiven. Jg. 1984, Heft 3, S. 211-218.
- Fußholler, Markus; Honert, Siegfried; Kendschek, Hardo (1995): Stadtmarketing. Ein Leitfaden für die Praxis. Bonn: DSSW.

- Funke, Ursula (1997): Vom Stadtmarketing zur Stadtkonzeption. Stuttgart: W. Kohlhammer. (vorher schon: Funke, Ursula [1994]: Vom Stadtmarketing zur Stadtkonzeption. Stuttgart/Berlin/Köln/Mainz: W. Kohlhammer. [= Neue Schriften des Deutschen Städtetages, Heft 68])
- Furchert, Dirk (1996): Konfliktmanagement in der kommunalen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Stuttgart/Berlin/Köln/Mainz: W. Kohlhammer. (= Neue Schriften des Deutschen Städtetages, Heft 70)
- Furchert, Dirk (2000): Vernetzte PR - städtische Presse und Öffentlichkeitsarbeit im Internet. Stuttgart: W. Kohlhammer.
- Füth, Beate (Hg.) (1995): Lokale Berichterstattung. Herzstück der Tageszeitung. Bonn: ZV Zeitungsverlag Service.
- Gebhardt, Hartwig (1994): Organisierte Kommunikation als Herrschaftstechnik. Zur Entwicklungsgeschichte staatlicher Öffentlichkeitsarbeit. In: Publizistik, 39,2, S. 175-189.
- Geschäftsbericht (1995) der Hauptgeschäftsstelle des Deutschen Städtetages für die Jahre 1993 und 1994... Köln-Marienburg: Mai 1995.
- Gessenharter, Wolfgang (1996): Warum neue Beteiligungsmodelle auf kommunaler Ebene? Kommunalpolitik zwischen Globalisierung und Demokratisierung. In: Aus Politik und Zeitgeschichte. Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament. B 50/96. 6. Dezember 1996. S. 3-13.
- Gisevius, Wolfgang (1994): Leitfaden durch die Kommunalpolitik. Bonn: Dietz Nachfolger.
- Grabow, Busso; Hollbach-Grömig, Beate (1998): Stadtmarketing - eine kritische Zwischenbilanz. Berlin.
- Grimme, E. W.P. (1991): Zwischen Routine und Recherche. Eine Studie über Lokaljournalisten und ihre Informanten. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Grömig, Erko (1999): Umfrage des Deutschen Städtetages. Bürgerämter bieten Service aus einer Hand. In: Der Städtetag 8/1999. S. 14-17.
- (ds; wm:) Gründungsboom bei Amtsblättern (1997): Nicht nur aus Kostengründen. In: Journalist. Jg. 1997/Heft 9. S. 29.
- Haller, Michael; Davatz, Felix; Peters, Matthias (1995): Massenmedien und Alltagskultur: Geschichte, Sprache, Kultur. Zum Informationsgeschehen in städtischen Gesellschaften. Basel: Helbing & Lichtenhan.
- Haller, Michael; Mirbach, Thomas (1995): Medienvielfalt und kommunale Öffentlichkeit. München: Minerva-Publ.
- Haller, Michael: Lokale Kommunikation. In: Bentele, Günter; Brosius, Hans-Bernd; Jarren, Otfried (Hg) (2003): Öffentliche Kommunikation: Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 577-589.
- Haus, Wolfgang u. a. (1996): Wie funktioniert das? Städte, Kreise und Gemeinden. Mannheim/Wien/Zürich: Meyers Lexikonverlag; Mannheim: Bibliographisches Institut.
- Häußer, Otto (1994): Zum personellen Anforderungsprofil der Öffentlichkeitsarbeit der öffentlichen Verwaltung - Konsequenzen für die Aus- und Fortbildung. In: Verwaltung und Fortbildung. Köln; Bonn: Bundesakademie für öffentliche Verwaltung / Heymann, Nr. 1, S. 30-48.
- Häußermann, Hartmut; Siebel, Walter (Hg.) (1993): Festivalisierung der Stadtpolitik. Stadtentwicklung durch große Projekte. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Heimat (1990). Analysen, Themen, Perspektiven. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung. (Schriftenreihe Band 294/I).
- Helbrecht, Ilse (1995): Stadtmarketing. Konturen einer kommunalen Stadtentwicklungspolitik. Basel, Boston, Berlin: Birkhäuser.
- Hill, Hermann (Hg.) (1994): Die begreifbare Stadt. Wege zum Dialog mit dem Bürger. (= Staatskommunikation; Band 2). Köln/Berlin/Bonn/München: Carl Heymanns Verlag KG.
- Hill, Hermann (2002): Indikator Lebensqualität. Internationale Recherche zur kommunalen Steuerung. Gütersloh: Verlag Bertelsmann Stiftung.
- Hintze, Manfred (2002): Lokalpresse - Quo vadis? Defizite und Erfolgspotenziale. Deutscher Fachverlag.
- Hirsch; Nicola (1991): Lokaler Hörfunk in Nordrhein-Westfalen. Eine Analyse des Zwei-Säulen-Modells für privat-kommerziellen Rundfunk sowie seiner Realisierung aus politikwissenschaftlicher Sicht. Bochum: Ulrich Schallwig Verlag.

- Hollbach-Grömig, Beate; Beecken, Andreas (1995): Kommunale Wirtschaftsförderung in Städten der Bundesrepublik Deutschland - Ergebnisse einer Umfrage im Überblick. Berlin: Deutsches Institut für Urbanistik (=Aktuelle difu-Information Oktober 1995).
- Höver, Ulrich (1997): Die „And-All-That“-Disziplin im Rathaus. PR für eine Stadtverwaltung. In: Donsbach, Wolfgang (Hg.): Public Relations in Theorie und Praxis. Grundlagen und Arbeitsweise der Öffentlichkeitsarbeit in verschiedenen Funktionen. München: R. Fischer. S. 80-92.
- Informationen über Mitteldeutschland im Internet. <<http://www.mittel-de.de>> Sektion Mitteldeutschland-Gesamt.
- Istel, Werner (1974): Städtische Öffentlichkeitsarbeit. Zusammenarbeit mit Presse, Rundfunk und Fernsehen. Herford: Maximilian-Verlag.
- Jarren, Otfried (1984): Kommunale Kommunikation. Eine theoretische und empirische Untersuchung kommunaler Kommunikationsstrukturen unter besonderer Berücksichtigung lokaler und sublokaler Medien. München.
- Jonscher, Norbert (1995): Lokale Publizistik: Theorie und Praxis der örtlichen Berichterstattung. Ein Lehrbuch. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Kaiser, Claudia (1996): Stadtmarketing - eine Bestandsaufnahme in deutschen Städten. Berlin: Deutsches Institut für Urbanistik (=Aktuelle difu-Information Februar 1996).
- Keine echte Konkurrenz (1998). In: Journalist. Jg. 1998/Heft 1. S. 8.
- Kißler, Leo u. a. (1997): Moderne Zeiten im Rathaus? Reform der Kommunalverwaltungen auf dem Prüfstand der Praxis. Berlin: Edition Sigma.
- Kleinfeld, Ralf (1996): Kommunalpolitik. Eine problemorientierte Einführung. Opladen: Leske + Budrich.
- Knemeyer, Franz-Ludwig (1995): Bürgerbeteiligung und Kommunalpolitik. Eine Einführung in die Mitwirkungsrechte von Bürgern auf kommunaler Ebene. München/Landsberg am Lech: Olzog.
- (A. F.): Kommunale Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Wandel der Zeit (1993). In: Der Landkreis. 63. Jg. 1993, Heft 7. S. 318-324.
- Kommunale Gemeinschaftsstelle für Verwaltungsvereinfachung <<http://www.kgst.de>>
- Kommunikationsnetzwerk Stadt. (= Themenheft von:) Medien Journal. Zeitschrift für Kommunikationskultur. ÖGK Salzburg. Innsbruck: Österreichischer Studienverlag. 19. Jg. (1995) Nr. 1.
- Konken, Michael (1996): Unsere Stadt soll attraktiver werden. Stadtmarketing - die kooperative Stadtentwicklungspolitik der Zukunft. In: Public Relations Forum für Wissenschaft und Praxis. Nürnberg. Heft 4/96. S. 6ff.
- Konken, Michael (2000a): Pflicht und Kür. Stadtmarketing und Verwaltungsreform - die Kommunen sind in Bewegung geraten. In: Journalist, Nr. 4, S. 14-16.
- Konken, Michael (2000b): PR - eine Definition. In: Journalist, Nr. 4, S. 15.
- Konken, Michael (2001): Stadtmarketing. Handbuch für Städte und Gemeinden. FBV Medien-Verlags GmbH.
- Konken, Michael (2004): Stadtmarketing. Kommunikation mit Zukunft. Meßkirch: Gmeiner-Verl.
- Kotler, Philip u. a. (1994): Standort-Marketing. Wie Städte, Regionen und Länder gezielt Investitionen... anziehen. Düsseldorf u. a.
- Krahn, Christoph; Stenner, Daniel; Werthmann, Christoph (1999): Kommunen und Multimedia. Möglichkeiten und Grenzen kommunaler Informationsangebote im Internet am Beispiel „www.warendorf.de“. Münster: Lit, 1999.
- Kubicek, Herbert (1996): Kommunale Informationsinfrastruktur als Gestaltungsaufgabe. Anlässe-Inhalte-Organisation. In: Verwaltung & Management. Zeitschrift für allgemeine Verwaltung. Baden-Baden. Jg. 1995/Heft 6. S. 347-354.
- Kubicek, Herbert; Schmid, Ulrich; Wagner, Heiderose (1997): Bürgerinformation durch „neue“ Medien? Analysen und Fallstudien zur Etablierung elektronischer Informationssysteme im Alltag. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Kühn, Christine (1997): Public Relations als kommunikatives Handlungskonzept im Stadtmarketing. Eine Analyse und Aufgabe kommunaler PR am Beispiel kultureller Aufgaben. Kassel: Diss., Univ.
- Kurp, Matthias (1994): Lokale Medien und kommunale Eliten. Partizipatorische Potentiale des Lokaljournalismus bei Printmedien und Hörfunk. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Kutscher-Klink, Anja (1994): Kommunale Öffentlichkeitsarbeit in der Bundesrepublik Deutschland - Bestandsaufnahme und Kritik. Berlin, FU, Inst. f. Publizistik und Kommunikationspolitik: unveröffentlichte Magisterarbeit.

- Lalli, Marco; Plöger, Wolfgang (1991): Corporate Identity für Städte. Ergebnisse einer bundesweiten Gesamterhebung. Bericht Nr. 90-1 des Instituts für Psychologie der TH Darmstadt (3. Auflage Oktober 1991)
- Lamkemeyer, Thomas (2003): Stadtimage. Eine Stadt in ihrer Selbstdarstellung und Besucherwahrnehmung. Waltrop: Braun und Brunswick.
- Langfeld, Gabriele; Wezel, Hannes; Wolf, Guido (Hg.) (2001): Bürgergesellschaft konkret. Initiativen und Erfahrungen in Nürtingen. Gütersloh: Verlag Bertelsmann Stiftung.
- Leipziger Resolution (2001) für die Stadt der Zukunft. In: Der Städtetag, Nr. 6, S. 50-55.
- Leitsätze zur städtischen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (1988). In: Zeitschrift für Kommunale Praxis und Wissenschaft. Jg. 41, Neue Folge. April 1988, Heft 4.
- Leitsätze zur städtischen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (1998) des Deutschen Städtetages in der Fassung vom 4. Februar 1998.
- Liebert, Tobias (1995): History of Municipal Public Relations in Germany. Paper presented at the International Public Relations Research Symposium, Lake Bled, Slovenia, July 6-9, 1995.
- Liebert, Tobias (1997): Über einige inhaltliche und methodische Probleme einer PR-Geschichtsschreibung. In: Szyszka, Peter (Hg.): Auf der Suche nach Identität. PR-Geschichte als Theoriebaustein. Berlin: VISTAS, S. 79-99.
- Liebert, Tobias (1998a): Kommunale Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Leipzig vor Gründung der DDR von 1945 bis 1949. In: Liebert, Tobias (Hg.): Public Relations in der DDR. Leipzig: Lehrstuhl für Öffentlichkeitsarbeit/PR, S. 23-37.
- Liebert, Tobias (1998b): 6.3 Kommunale Public Relations. In: Bentele, Günter (Hg.): Berufsfeld PR. PR Kolleg Berlin Kommunikation & Management GmbH, S. 194-219.
- Liebert, Tobias (1999): Messe und mehr? Kommunale Imagepolitik für Leipzig. In: Bentele, Günter; Hopfstedt, Thomas; Zwahr, Hartmut (Hg.): Leipzigs Messen 1497-1997. Gestaltwandel-Umbrüche-Neubeginn. Teilband 2. Köln / Weimar / Wien: Böhlau, S. 687-702.
- Liebert, Tobias (1999a): Public Relations für Städte in verschiedenen zeitgeschichtlichen Epochen: Fallbeispiel Nürnberg. In: Wilke, Jürgen (Hg.) (1999): Massenmedien und Zeitgeschichte. Konstanz: UVK Medien, S. 409-423 (Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Bd. 26).
- Liebert, Tobias (vorauss. 2005): Öffentlichkeitsarbeit als berufliches Handeln: Berufsfeld Kommunen/kommunale PR. In: Bentele, Günter; Fröhlich, Romy; Szyszka, Peter (Hg.): Handbuch Public Relations. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Löblich, Eberhard (2001): Ossi ins rechte Licht. Fremdenfeindliche Gewalt trug vielen ostdeutschen Städten das Stigma des Rechtsradikalismus ein. In: PR-Magazin 7/2001. S. 20-23.
- Lokaler Hörfunk und städtische Öffentlichkeitsarbeit (1992). Hinweise für die Praxis. Köln: Deutscher Städtetag. (= DST-Beiträge zur Kommunalpolitik, Reihe A, Heft 16)
- Luft, Hartmut (2001): Organisation und Vermarktung von Tourismusorten und Tourismusregionen. Destination Management. Meßkirch: Armin Gmeiner Verlag.
- Luft, Hartmut (1995): Grundlagen der kommunalen Fremdenverkehrsförderung. Kommunale Fremdenverkehrsbetriebslehre. Limburgerhof: FBV Medien-Verlags GmbH.
- Lynch, Kevin (2001): Das Bild der Stadt. Vieweg, Wiesbaden, Braunschweig: Birkhäuser.
- Mahr, Christa; Rötzer, Florian (Hg.) (1997): Virtual Cities. Die Neuerfindung der Stadt im Zeitalter der globalen Vernetzung. Birkhäuser Verlag.
- Masser, Kai (2000): Kommunen im Internet. Leitfaden zum Aufbau und zur Gestaltung von Internet-Seiten mit Beispielen, Verzeichnissen, praktischen Hinweisen. Neuwied: Luchterhand (mit CD-ROM).
- Mast, Claudia; Haasis, Klaus; Weigert, Matthias (1994): Medien und Journalismus im Umbruch. Konzepte und Erfahrungen von Medienunternehmen, Verbänden und Redakteuren in den neuen Bundesländern. In: Böckelmann, Frank; Mast, Claudia; Schneider, Beate (Hg.): Journalismus in den neuen Ländern. Ein Berufsstand zwischen Aufbruch und Abwicklung. Konstanz, 1994. S. 231-443.
- Merkel, Claus Theo (2001): Kommunale Dienstleistungen. Deutsche Städte-Medien: Partner für urbane Konzepte. In: Demokratische Gemeinde 11/2001, S. 102-103.
- Meyn, Hermann (1996 oder später): Massenmedien in der Bundesrepublik Deutschland. Berlin: Edition Colloquium. (Neuaufgabe 1996 oder später)
- Modellstellenpläne für Städte der Größenklassen 1-4 in den neuen Ländern (1992). Köln: KGSt. (=KGSt.-Gutachten)

- Modellstellenpläne für Landkreise in den neuen Bundesländern (1993). Köln: KGSt.
- Müller, Ewald (1977): Bürgerinformation - Kommunalverwaltung und Öffentlichkeit. (=Heft 33 der Neuen Schriften des DST). Köln: W. Kohlhammer.
- Müller, Ewald; Wetterich, Susanne: Kommunale Bürgerinformation. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in der Kommune. München: Jehle-Rehm, 2004. (zurzeit im Erscheinen)
- Neller, Katja (1999): Lokale Kommunikation. Politikberichterstattung in Tageszeitungen. Wiesbaden: DUV.
- Nissen, Sylke (2002): Die regierbare Stadt. Metropolenpolitik als Konstruktion lösbarer Probleme. New York, London und Berlin im Vergleich. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Nohlen, Dieter: Wörterbuch Staat und Politik. Neuausgabe 1995. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.
- Nöllke, Claudia (1997): Frischer Wind in den Amtsstuben. In: PR-Magazin. Jg. 1997/Heft 4. S. 32-34. Online-Verwaltungslexikon <<http://www.olev.de>>
- ÖTV (= Gewerkschaft Öffentl. Dienst, Transport u. Verkehr) (Hg.) (1997): Das Neue Steuerungsmodell der Kommunalen Gemeinschaftsstelle. Position der Gewerkschaft ÖTV. Stuttgart.
- (Das) Parlament (1998): Thema Kommunale Selbstverwaltung in Deutschland. 48. Jg./Nr. 11. Bonn, 6. März 1998.
- Peter, Joachim (1998): Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in der Kommune: das Praktiker-Handbuch. München: Jehle. (vorher schon 1992)
- Petzold, Siegfried; von der Heide, Hans-Jürgen (1991): Handbuch zur kommunalen Selbstverwaltung. Regensburg: Walhalla.
- Pfaff-Schley, Herbert (Hg.) (1997): Stadtmarketing und kommunales Audit. Berlin, Heidelberg, New York: Springer.
- Pokorny, Reiner (1995): Presse- und Öffentlichkeitsarbeit 1994. In: Deutscher Städtetag (Hg.): Statistisches Jahrbuch Deutscher Gemeinden. 82. Jahrgang 1995. Köln. S. 341-357.
- Pollotzek, Jochen (1993): Stadtmarketing. Notwendigkeiten, Möglichkeiten und Grenzen der kommunalen Marketingkonzeption. Nürnberg: GERAG.
- Pöppelmann, Benno H. (2001): Informationsfreiheit. Transparenz im Amt. In: Journalist, Nr. 7, S. 40-42.
- Porsch, Winfried (1997): Warnungen und kritische Äußerungen als Mittel gemeindlicher Öffentlichkeitsarbeit. Würzburg: Ergon-Verlag.
- Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (Hg.) (1998): Bericht der Bundesregierung über die Lage der Medien in der Bundesrepublik Deutschland. Medienbericht '98. (Bzw. aktuellerer Bericht.)
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im neuen Steuerungsmodell (2000) - Ein Diskussionsbeitrag. KGSt-Bericht 6/2000. Köln: KGSt.
- Pröhl, Marga (Hg.) (2003): Good Governance für Lebensqualität vor Ort. Gütersloh: Verlag Bertelsmann Stiftung.
- Pröhl, Marga; Sinnig, Heidi; Nährlich, Stefan (Hg.) (2002): Bürgerorientierte Kommunen in Deutschland - Anforderungen und Qualitätsbausteine. Bd. 3: Ergebnisse und Perspektiven des Netzwerkes CIVITAS. Gütersloh: Verlag Bertelsmann Stiftung.
- (Das) Projekt C.A.P.A. Cities (1996). In: Online. Erfolgreiches Informationsmanagement. Jg. 1996/Heft 6. S. 55-58.
- Projektteam Lokaljournalisten (Hg.) (1998): Lokaljournalismus. Themen und Management. München.
- Putnam, Robert D. (Hg.) (2001): Gesellschaft und Gemeinsinn. Sozialkapital im internationalen Vergleich. Gütersloh: Verlag Bertelsmann Stiftung.
- Remmele, Wolf Dieter (1988): Musteraktionen erfolgreicher Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für Bürgermeister und Behördenchefs. Kissing: WEKA Fachverlage (Loseblattsammlung).
- Röttger, Ulrike (2000): Public Relations - Organisation und Profession. Öffentlichkeitsarbeit als Organisationsfunktion. Eine Berufsfeldstudie. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Rudolph, Werner A. (1993): Sparsam mit Information. In: Journalist. Jg. 1993/Heft 10. S. 26-29.
- Rudolph, Werner A. (1992): Bürgerinformation - nur Nebensache? In: Journalist. Jg. 1992/Heft 12. S. 41.
- Rudolph, Werner A.; Lungmus, Monika (1992): Rathäuser im Zwielficht. In: Journalist. Jg. 1992/Heft 7. S. 18-20.

- Scheer, August-Wilhelm; Kruppke, Helmut; Heib, Ralf (2003): E-Government. Prozessoptimierung in der öffentlichen Verwaltung. Heidelberg u. a. Springer
- Schiller, Harald (2002): Kampf um Investoren. In: PR-Report, 1. März 2002, S. 9 bis 11.
- Schinzel, Horst; Kaiser, Ulrike (1997): Gedrucktes Sprachrohr. In: Journalist. Jg. 1997/Heft 2. S. 38-39.
- Schleer, Manfred (2003): Kommunalpolitik in Sachsen. Bürger, Politiker und Verwaltungen in Gemeinden, Städten und Landkreisen. Dresden: Sächsische Landeszentrale für politische Bildung.
- Schnurrenberger, Bernd (2000): Standortwahl und Standortmarketing. Beeinflussung der Standortwahl internationaler Unternehmen durch professionelles Standortmarketing der Regionen. Berlin: Weibensee-Verl.
- Schörghuber, Karl Peter (2001): Stadtmarketing - neue Instrumente für das Erkennen sowie Beurteilen von Standortchancen. Standortstrategien im 21. Jahrhundert. Edition Marktforschung für die Praxis, Bd. 2. Schörghuber & Partner Unternehmensberatung KEG.
- Schreiber, Mathias (1991): Die Stadt als Medium. In: Schabert, Tilo (Hg.): Die Welt der Stadt. München u. a.: Piper, S. 145-165.
- Schwarz, Horst (1997): Pannenshow im Internet. DSF: Studie zur Präsenz deutscher Städte im Internet. In: Touristik Aktuell. Jg. 1997/Heft 46. S. 29.
- Schwarzer, Markus Maximilian (1999): Staatliche Öffentlichkeitsarbeit. Eine juristische Untersuchung der Frage, wie der Staat bzw. staatliche Institutionen Öffentlichkeitsarbeit betreiben dürfen. (Dissertation) Stuttgart: Copyhaus Schwaben.
- Schweda, Claudia; Opherden, Rainer (1995): Journalismus und Public Relations. Grenzbeziehungen im System lokaler politischer Information: Wiesbaden: DUV.
- Seeger, Richard (1988): Die kommunalen Spitzenverbände in der Bundesrepublik Deutschland. Strukturen, Funktionen, Effizienz. In: Archiv für Kommunalwissenschaften. Stuttgart. 27. Jg. 1988/II. Halbjahresband. S. 177-199.
- Selle, Klaus (Hg.) (1996): Planung und Kommunikation. Wiesbaden; Berlin: Bauverlag.
- Siebendaich, Dennis (2002): Fünfkampf der Städte. In: PR-Magazin. 5/2002. S. 54-57.
- Sinnig, Heidi; Wimmer, Ansgar (Hg.) (2000): Bürgerorientierte Kommunen in Deutschland - ein Wegweiser. Bd. 2: Kurzporträts aus der ersten Wettbewerbsphase. Gütersloh: Verlag Bertelsmann Stiftung.
- Sonnabend, Regina (2003): Interaktiver Urbanismus - Interactive Urbanism. Dessau: Jovis (= Bauhaus-Ed., Bd. 13).
- Staak, Magnus (1983): Kommunale Öffentlichkeitsarbeit und Medien. In: Mutius, Albert von (Hg.): Selbstverwaltung im Staat der Industriegesellschaft. Festgabe zum 70. Geburtstag von Georg Christoph von Unruh. Heidelberg.
- Städtische Presse- und Öffentlichkeitsarbeit heute (1991). Eine Arbeitshilfe. Bearbeitet von: Müller, Ewald; Peter, Joachim; Istel, Werner. Köln: Deutscher Städtetag. (DST-Beiträge zur Kommunalpolitik, Reihe A, Heft 14)
- Städtische Presse- und Öffentlichkeitsarbeit heute (1991). Eine Arbeitshilfe. Bearbeitet von: Müller, Ewald; Peter, Joachim; Istel, Werner. Köln: Deutscher Städtetag.
- Standortpolitik (2000) für die Städte. Kommunale Wirtschafts- und Beschäftigungsförderung in Deutschland. Köln: Deutscher Städtetag.
- (Der) Standortvorteil. Fachinformation für Wirtschaftsförderung, Standortsicherung und Tourismus. <<http://www.der-standortvorteil.de>>
- Statistisches Jahrbuch (2000) Deutscher Gemeinden. 87. Jg. Köln; Berlin: Deutscher Städtetag.
- Tätigkeitsbericht (1997) des Presse- und Werbeamtes der Stadt Halle für den Zeitraum 1994-1996. 17. April 1997. Halle (Saale): unveröffentlicht.
- Themenheft (2001) Städtetourismus. Der Städtetag, Nr. 7-8.
- Thielen, Hartmut (2001): Kaufen mit Kommunikation. Neues Modellprojekt soll Innenstädte wieder beleben. In: Der Städtetag 11/2001. S. 36-38.
- Tietz, Bruno; Rothaar, Peter (1991): City-Studie. Marktbearbeitung und Management für die Stadt. Landsberg am Lech: Verlag Moderne Industrie.
- Töpfer, Armin (1993): Stadtmarketing - Herausforderung und Chance für Kommunen. Baden-Baden: FBO Fachverlag.
- Töpfer, Armin; Braun, Günther E. (Hg.) (1989): Marketing im kommunalen Bereich: der Bürger als „Kunde“ seiner Gemeinde. Stuttgart: Bonn-aktuell.

- Töpfer, Armin; Mann, Andreas (1995): Kommunikation als Erfolgsfaktor im Marketing für Städte und Regionen. Hamburg: SPIEGEL-Verlag Rudolf Augstein.
- Töpfer, Armin; Mann, Andreas (1996): Kommunale Kommunikationspolitik. Befunde einer empirischen Analyse. In: Der Städtetag, Jg. 1996/Heft 1. S. 9-16.
- Tremel, Holger; Ohlmann, Marianne (Hg.) (1999): Studiengang Öffentlichkeitsarbeit der evangelischen Publizistik e. V. Frankfurt a.M. Bd. 8: ÖA in Gesellschaft und Organisationen (Kap. 8.7 und 8.8).
- Vitzthum, Wolfgang; Kämmerer, Jörn Axel (2000): Bürgerbeteiligung vor Ort. Stuttgart: Robert-Bosch-Stiftung.
- Wesselmann, Christoph (2002): Internet und Partizipation in Kommunen. Wiesbaden: Gabler. (Zugl.: Diss., Oldenburg, Univ.)
- Wetterich, Susanne (1998): Einer fragt - alle antworten. Gerät die städtische Presseinformation auf dem Holzweg? In: Der Städtetag, Nr. 1, S. 19-22.
- Wetterich, Susanne (2002): Für eine Online-Offensive der Städte. Internet erfordert neue Formen der Zusammenarbeit. In: Der Städtetag, Nr. 3, S. 22-23.
- Wiechula, Angela (2000): Stadtmarketing im Kontext eines Public Management. Stuttgart: Kohlhammer.
- Wöbbing, Frank (1993): Behörde im Abseits. In: Journalist. Jg. 1993/Heft 10. S. 32.
- Wöste, Marlene (1994): Regionales im Privatfernsehen. Medienpolitisch gut aufgestellt. In: Media Perspektiven. Jg. 1994, S. 595-608.
- Würzberg, H. Gerd; Linneweh, Klaus (Zusammengestellt von...): Stadt-CI und Regional-CI. Erfolgsstrategie Corporate Identity. Ein Seminarprojekt der Landesbank Berlin und des IDZ, Internationales Design Zentrum Berlin e. V. (Ohne Jahr)
- Zentrale Steuerungsunterstützung (1996). Köln: KGSt. (= KGSt.-Bericht 11/1996)
- Zerres, Michael & Zerres, Ingrid (Hg.) (2000): Kooperatives Stadtmarketing. Stuttgart u. a.: Kohlhammer.
- Zielinski, Heinz (1997): Kommunale Selbstverwaltung im modernen Staat. Bedeutung der lokalen Politikebene im Wohlfahrtsstaat. Opladen: Westdeutscher Verlag.