

Utz Lederbogen

## Wissenschaft im Netz

Analysen und Strategien der Online-PR  
von Hochschulen  
und Forschungsorganisationen



**PETER LANG**  
Europäischer Verlag der Wissenschaften

# Inhaltsverzeichnis

<b>Geleitwort</b> .....	5
<b>Vorwort</b> .....	7
<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	15
<b>Tabellenverzeichnis</b> .....	19
<b>Abkürzungen</b> .....	23
<b>1 Einleitung</b> .....	27
<b>1.1 Hinführung zum Thema</b> .....	27
<b>1.2 Problemstellung und Ziel der Arbeit</b> .....	29
<b>1.3 Forschungsstrategie und Aufbau der Arbeit</b> .....	31
<b>1.4 Zentrale Begriffe</b> .....	32
1.4.1 Hochschulen und außeruniversitäre Forschungsorganisationen .....	33
1.4.1.1 Hochschulen .....	34
1.4.1.2 Außeruniversitäre Forschungsorganisationen .....	35
1.4.1.3 Aufgaben und Funktion der Forschung .....	39
1.4.1.4 Forschungsarten .....	40
1.4.1.5 Technologietransfer .....	43
1.4.1.6 Hochschule als Unternehmen .....	44
1.4.2 Public-Relations-Definitionen .....	46
1.4.3 Öffentlichkeit .....	48
<b>2 Theoretische Ansätze in der Public-Relations-Forschung</b> .....	51
<b>2.1 PR-Theorien – ein cursorischer Überblick</b> .....	51
<b>2.2 Theorie der Unternehmenskommunikation</b> .....	55
<b>2.3 Zwischenresümee: PR-Theorien und ihre Projektion auf Hochschulen und Forschungsorganisationen</b> .....	58
<b>3 Wissenschaft und Öffentlichkeit</b> .....	61
<b>3.1 Kommunikation im Wissenschaftssystem</b> .....	62

3.1.1	Kommunikation innerhalb der Scientific Community .....	63
3.1.2	Publizierte Wissenschaft .....	65
3.1.3	Zwischenresümee: Kommunikation im Wissenschaftssystem .....	68
<b>3.2</b>	<b>Wissenschaftliche Expertise</b> .....	<b>68</b>
3.2.1	Kontexte des Interesses an Wissenschaft .....	68
3.2.2	Wissenschaftliche Expertise über das Internet .....	73
3.2.3	Zwischenresümee: Wissenschaftliche Expertise .....	75
<b>3.3</b>	<b>Wissenschaft und Medien</b> .....	<b>75</b>
3.3.1	Wissenschaftsjournalismus .....	77
3.3.1.1	Definitionsversuche .....	77
3.3.1.2	Wissenschaftsvermittlung – die Rolle des Journalisten .....	78
3.3.1.3	Nachrichtenfaktoren – journalistische Selektionskriterien .....	81
3.3.2	Rezeption von Wissenschaftsinformationen .....	85
3.3.2.1	Selektionskriterien bei der Rezeption .....	85
3.3.2.2	Verständlichkeit und Verständigung .....	87
3.3.3	Wissenschafts-PR versus Wissenschaftsjournalismus .....	92
<b>3.4</b>	<b>Öffentlichkeitsarbeit der Hochschulen und außeruniversitären Forschungsorganisationen</b> .....	<b>94</b>
3.4.1	Bestandsaufnahme .....	96
3.4.1.1	Fokus Hochschulen .....	97
3.4.1.2	Fokus außeruniversitäre Forschungseinrichtungen .....	100
3.4.2	Leitbild – Mission Statement .....	104
3.4.3	Kommunikationsstrategie .....	106
3.4.4	Kommunikationsziele .....	110
3.4.5	Auswahl relevanter Bezugsgruppen .....	112
3.4.6	Themen- und Informationsangebote .....	118
3.4.7	Zwischenresümee: Öffentlichkeitsarbeit der Hochschulen und außeruniversitären Forschungsorganisationen .....	118
<b>3.5</b>	<b>Exkurs: Public Understanding of Science – Wissenschaft im Dialog</b> .....	<b>119</b>
3.5.1	Ein Blick zurück .....	120
3.5.2	Deutsche Perspektive .....	122
3.5.3	Initiativen .....	126

3.5.4	Unterwegs zum Dialog .....	127
3.6	<b>Zwischenresümee: Öffentliche Wissenschaft – Wissenschaft im Dialog mit der Öffentlichkeit</b> .....	130
4	<b>Kommunizieren im Netz - Grundlagen der Online-PR</b> .....	137
4.1	<b>Nutzen und Potenziale der Online-Kommunikation</b> .....	138
4.1.1	Netz-Medium Internet .....	139
4.1.2	Internet-Dienste .....	142
4.1.2.1	World Wide Web .....	143
4.1.2.2	E-Mail (Electronic Mail) .....	144
4.1.2.3	Network News und Newsgroups .....	145
4.1.2.4	Multi User Dungeons (MUDs) .....	145
4.1.2.5	Telnet .....	146
4.1.2.6	File Transfer Protocol und Archie .....	146
4.1.2.7	Gopher, WAIS, Streams .....	146
4.1.2.8	Intranet .....	147
4.2	<b>Rechtliche Rahmenbedingungen</b> .....	147
4.2.1	Regelungen für Dienstleistungsinformationen .....	147
4.2.2	Regelungen für Benefitting-Elemente .....	148
4.2.3	Regelungen für Direct Mailing .....	149
4.2.4	Rahmenbedingungen für die Markt- und Mediaforschung .....	149
4.2.5	Netiquette .....	149
4.3	<b>Kommunikationstheoretische Sichtweisen der Online-Kommunikation</b> .....	150
4.4	<b>Information – Kommunikation – Interaktion</b> .....	153
4.5	<b>Bezugsgruppen, Öffentlichkeiten, Arenen der interaktiven Kommunikation</b> .....	154
4.6	<b>Zwischenresümee: Öffentlichkeitsarbeit mit interaktiven Medien</b> .....	157
5	<b>Wissenschaftsorganisationen im Netz</b> .....	159
5.1	<b>Vorstudie zur Öffentlichkeitsarbeit der Hochschulen und außeruniversitären Forschungseinrichtungen</b> .....	159
5.1.1	Vorbemerkungen .....	159
5.1.2	Untersuchungsdimension .....	159

5.1.3	Ergebnisse der Befragungen .....	161
5.1.3.1	Organisation der Öffentlichkeitsarbeit .....	161
5.1.3.2	Koordination der Öffentlichkeitsarbeit .....	162
5.1.3.3	Personelle Ausstattung .....	163
5.1.3.4	Marketing- und Kommunikationsstrategiekonzept .....	164
5.1.3.5	Bezugsgruppen der Öffentlichkeitsarbeit .....	165
5.1.3.6	Kommunikationsziele .....	167
5.1.3.7	Kommunikationsinstrumente der Öffentlichkeitsarbeit .....	169
5.1.3.8	Formale Gestaltungsregeln .....	171
5.1.3.9	Funktionen der Kommunikation .....	172
5.1.3.10	Themen- und Informationsangebote .....	173
5.1.3.11	Grundsätze der Kommunikationsarbeit .....	174
5.1.3.12	Evaluierung und Erfolgskontrolle der Öffentlichkeitsarbeit .....	175
5.1.4	Zwischenresümee: Öffentlichkeitsarbeit der Hochschulen und außeruniversitären Forschungsorganisationen .....	176
<b>5.2</b>	<b>Der Einsatz des Internets in der Öffentlichkeitsarbeit – eine integrative Studie</b> .....	178
5.2.1	Vorbemerkungen .....	178
5.2.2	Forschungsstand .....	179
5.2.3	Untersuchungsfragen .....	190
5.2.4	Aufbau der integrativen Studie .....	195
<b>5.3</b>	<b>Die Anbieter von Wissenschaftsinformationen</b> .....	197
5.3.1	Methodische Vorbemerkungen .....	197
5.3.2	Untersuchungsdimension .....	197
5.3.3	Ergebnisse der Befragung .....	200
5.3.4	Zwischenresümee: Anbieterbefragung .....	208
<b>5.4</b>	<b>Die Nutzer von Wissenschaftsangeboten</b> .....	209
5.4.1	Vorbemerkungen .....	209
5.4.2	Untersuchungsdimension .....	210
5.4.3	Ergebnisse der Online-Umfrage .....	213
5.4.4	Zwischenresümee: Online-Umfrage .....	219
<b>5.5</b>	<b>Der Spezialfall: Wissenschaftsjournalismus</b> .....	220
5.5.1	Vorbemerkungen .....	220
5.5.2	Untersuchungsdimension .....	221

5.5.3	Ergebnisse der Befragung .....	223
5.5.4	Zwischenresümee: Online-Nutzung im Wissenschaftsjournalismus .....	230
<b>5.6</b>	<b>Inhaltsanalyse der Internetangebote deutscher Hochschulen und Wissenschaftsorganisationen .....</b>	<b>231</b>
5.6.1	Vorbemerkungen .....	231
5.6.2	Untersuchungsdimension .....	231
5.6.3	Ergebnisse der Inhaltsanalyse .....	240
5.6.4	Zwischenresümee: Inhaltsanalyse .....	248
<b>5.7</b>	<b>Zusammenfassende Bewertung der Ergebnisse .....</b>	<b>249</b>
<b>6</b>	<b>Konzeption einer Online-PR-Strategie für Hochschulen und Forschungsorganisationen .....</b>	<b>257</b>
<b>6.1</b>	<b>Analyse .....</b>	<b>257</b>
6.1.1	Umfeldanalyse .....	260
6.1.1.1	Bezugsgruppen- und Kommunikationsfeldanalyse .....	261
6.1.1.2	Themen- und Informationsangebote (Issue-Analyse) .....	264
6.1.1.3	Imageanalyse .....	268
6.1.2	Technikanalyse .....	268
6.1.3	Organisationsanalyse .....	269
6.1.3.1	Ressourcenanalyse .....	270
6.1.3.2	Konkurrenzanalyse .....	270
6.1.4	Stärken-Schwächen- und Chancen-Risiken-Analyse .....	271
<b>6.2</b>	<b>Planung des Online-Konzepts .....</b>	<b>271</b>
6.2.1	Strategische Planung .....	272
6.2.1.1	Strategische Ziele und Botschaften .....	273
6.2.1.2	Bestimmung der Online-Bezugsgruppen .....	279
6.2.1.3	Dramaturgierichtlinien .....	281
6.2.1.4	Erfolgskontrolle .....	282
6.2.2	Operative Planung .....	283
6.2.2.1	Prozessorganisation .....	283
6.2.2.2	Personal- und Zeitplanung .....	284
6.2.2.3	Budgetierung .....	284
6.2.2.4	Maßnahmenplanung .....	287
<b>6.3</b>	<b>Realisierung des Online-PR-Konzepts .....</b>	<b>296</b>
<b>6.4</b>	<b>Controlling interaktiver Öffentlichkeitsarbeit .....</b>	<b>296</b>

---

6.4.1	Operative Kontrolle .....	297
6.4.2	Strategische Kontrolle .....	302
6.4.3	PR-Controlling .....	303
<b>6.5</b>	<b>Zwischenresümee: Konzeption einer Online-PR-Strategie für Hochschulen und Forschungsorganisationen .....</b>	<b>303</b>
<b>7</b>	<b>Zusammenfassung und Diskussion .....</b>	<b>305</b>
<b>7.1</b>	<b>Ziel und Methodik der Arbeit .....</b>	<b>305</b>
<b>7.2</b>	<b>Ergebnisse .....</b>	<b>307</b>
<b>8</b>	<b>Summary and Discussion .....</b>	<b>319</b>
<b>9</b>	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>331</b>
<b>10</b>	<b>Anhang .....</b>	<b>357</b>