

## Publications by Günter Bentele

Prof. Dr. Günter Bentele  
Institute of Communication and Media Studies  
University of Leipzig, Germany  
www.communicationmanagement.de  
bentele@uni-leipzig.de

Last Update: April 11, 2008

### 1 Monographs and Editions

- Bentele, G. (2008). *Objektivität und Glaubwürdigkeit. Medienrealität rekonstruiert* [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.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Bentele, G., Großkurth, L., & Seidenglanz, R. (2007). *Profession Pressesprecher 2007. Vermessung eines Berufsstandes*. Berlin: Helios Media.
- Bentele, G., & Deutscher Fachjournalisten-Verband (Eds.) (2006). *PR für Fachmedien. Professionell kommunizieren mit Experten*. Konstanz: UVK.
- Bentele, G., Brosius, H.-B., & Jarren, O. (Eds.) (2006). *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Bentele, G., Großkurth, L., & Seidenglanz, R. (2005). *Profession Pressesprecher. Vermessung eines Berufsstandes*. Berlin: Helios Media.
- Bentele, G., Fröhlich, R., & Szyszka, P. (Eds.) (2005). *Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und Berufliches Handeln. Mit Lexikon*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Bentele, G., Liebert, T., Hoepfner, J., & Buchele, M.-S. (2005). *Markenwert und Markenwertbestimmung* (2nd ed.). Wiesbaden: Gabler.
- Altmeppen, K., Röttger, U., & Bentele, G. (Eds.) (2004). *Schwierige Verhältnisse? Interdependenzen zwischen Journalismus und PR*. 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*. Leipzig: Universität Leipzig.
- Bentele, G., Liebert, T., Hoepfner, J., & Buchele, M.-S. (2003). *Markenwert und Markenwertbestimmung*. Wiesbaden: Gabler.
- Bentele, G., Brosius, H.-B., & Jarren, O. (Eds.) (2003). *Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Bentele, G., Piwinger, M., & Schönborn, G. (Eds.) (2001-). *Kommunikationsmanagement. Strategien, Wissen, Lösungen* [Loseblattsammlung]. Neuwied/Kriftel: Luchterhand, Köln: Wolters-Kluwer.
- Bentele, G., Liebert, T., & Polifke, M. (2001). *Medienstandort Leipzig III. Eine Studie zur Leipziger Medienwirtschaft 2000*. Leipzig: Stadt Leipzig.
- Bentele, G., Liebert, T., & Vogt, M. (Eds.) (2001). *PR für Verbände und Organisationen. Fallstudien aus der Praxis*. Neuwied: Luchterhand.
- Bentele, G., Polifke, M., & Liebert, T. (1999). *Medienstandort Leipzig II. Eine Studie zur Leipziger Medienwirtschaft 1998*. Leipzig: Stadt Leipzig.

- Zwahr, H., Topfstedt, T., & Bentele, G. (Eds.) (1999). *Leipzigs Messen 1497-1997*. Köln, Weimar, Wien: Böhlau.
- Bentele, G., & Rolke, L. (Eds.) (1998). *Konflikte, Krisen und Kommunikationschancen in der Mediengesellschaft. Casestudies aus der PR-Praxis*. Berlin: Vistas.
- Bentele, G., & Haller, M. (Eds.) (1997). *Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure – Strukturen – Veränderungen*. Konstanz: UVK.
- Bentele, G., & Becher, M. (1997). *Medienstandort Leipzig. Eine Studie zur Leipziger Medienwirtschaft*. Dresden, Leipzig: Messedruck Leipzig.
- Bentele, G., Steinmann, H., & Zerfuß, A. (Eds.) (1996). *Dialogorientierte Unternehmenskommunikation. Grundlagen – Praxiserfahrungen – Perspektiven*. Berlin: Vistas.
- Bentele, G., & Liebert, T. (Eds.) (1995). *Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit. Darstellung und Diskussion des Ansatzes von Roland Burkart*. Leipzig: Universität Leipzig.
- Bentele, G., & Szyszka, P. (Eds.) (1995). *PR-Ausbildung in Deutschland*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Bentele, G., & Hesse, K. R. (Eds.) (1994). *Publizistik in der Gesellschaft. Festschrift für Manfred Rühl zum 60. Geburtstag*. Konstanz: UVK.
- Bentele, G. (Ed.) (1994). *Public Relations in Forschung und Lehre (PRIFOL II)*. Wiesbaden: Verlag für deutsche Wirtschaftsbiographien.
- Bentele, G., & Rühl, M. (Eds.) (1993). *Theorien Öffentlicher Kommunikation. Problemfelder, Positionen, Perspektiven*. München: Ölschläger.
- Bentele, G. (Ed.) (1991). *Public Relations in Forschung und Lehre (PRIFOL I)*. Wiesbaden: Verlag für deutsche Wirtschaftsbiographien.
- Bentele, G., Jarren, O., & Kratzsch, U. (1990). *Medienlandschaft im Umbruch. Medien- und Kommunikationsatlas Berlin*. Berlin: Vistas.
- Bentele, G. (1988). *Objektivität und Glaubwürdigkeit von Medien. Eine theoretische und empirische Studie zum Verhältnis von Realität und Medienrealität* [Habilitation thesis]. Berlin: Freie Universität Berlin.
- Bentele, G., & Jarren, O. (Eds.) (1988). *Medienstadt Berlin*. Berlin: Vistas.
- Bentele, G., & Jarren, O. (Eds.) (1987). *Massenmedien in Berlin. Eine Auswahlbibliographie mit Nachweis der Gesetzestexte*. Berlin: Vistas.
- Bentele, G., & Storll, D. (1986). *Berlin in Presse und Fernsehen. Eine Inhaltsanalyse zur Berlin-Berichterstattung Berliner Tageszeitungen und der Berliner Abendschau*. 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*. Tübingen: Niemeyer.
- Bentele, G. (1984). *Zeichen und Entwicklung – Vorüberlegungen zu einer genetischen Semiotik* [also: Doctoral dissertation, Free University Berlin, 1982]. Tübingen: Narr.
- Bentele, G., & Ruoff, R. (Eds.) (1982). *Wie objektiv sind unsere Medien?* Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag.
- Bentele, G. (Ed.) (1981). *Semiotik und Massenmedien*. München: Ölschläger.
- Bentele, G., & Bystrina, I. (1978). *Semiotik – Grundlagen und Probleme*. Stuttgart, Berlin, Köln, Mainz: Kohlhammer.
- Bentele, G. (1974). *Verschiedene Handlungsbegriffe innerhalb einiger Konzepte von Pragmatik (Morris, Klaus, Watzlawick, Habermas, Apel)* [Graduate thesis]. München: Ludwig-Maximilians-Universität.

## 1 Edition of Book Series

- Bentele, G.; Brosius, H.-B.; Jarren, O. (Eds.) (2002-). *Studienbücher zur Kommunikations- und Medienwissenschaft*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, VS Verlag für Sozialwissenschaften. 14 books up to now ([www.vs-verlag.de](http://www.vs-verlag.de)).
- Bentele, G. (Ed.) (2000-), *Organisationskommunikation. Studien zu Public Relations/Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikationsmanagement*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, VS Verlag für Sozialwissenschaften. 24 books up to now ([www.vs-verlag.de](http://www.vs-verlag.de)).
- Bentele, G. (Ed.) (1996-2000). *Öffentlichkeitsarbeit/Public Relations und Kommunikationsmanagement*. Berlin: Vistas. 9 books ([www.vistas.de](http://www.vistas.de)).
- Bentele, G. (Ed.) (1995-). *Leipziger Skripten für Public Relations und Kommunikationsmanagement. Leipzig: Universität Leipzig*. 7 publications up to now.
- Bentele, G., & Jarren, O. (Eds.) (1986-1999). *Vistascript*. Berlin: Vistas. 13 books ([www.vistas.de](http://www.vistas.de)).

## 2 Articles and Book Chapters

- 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., & Fähnrich, B. (2008). Personalisierung als sozialer Mechanismus in Medien und gesellschaftlichen Organisationen. In M. Eisenegger, & S. Wehmeier (Eds.), *Personalisierung der Organisationskommunikation* (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 Sozialwissenschaften.
- 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* (2 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* (2 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). 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)
  - Mitarbeiterzeitschrift (p. 608)
  - Kundenzeitschrift (p. 603)
  - Nachricht (p. 609)
  - Spin-Doktor, Spin (p. 623)
- Bentele, G., Buchele, M.-S., & Hoepfner, J. (2008). 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). 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). Odnos 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, *Die Pressemitteilung* (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 Sozialwissenschaften.
- 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 Fachjournalisten-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). 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)
  - Mediensprachen (p. 185)
  - Medienwissenschaft (p. 188)
  - Nachrichtensendung (p. 197)

- 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)
  - 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). 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 (p. 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.), *Kommunikationsmanagement* (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). 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)
  - PR-Medien (p. 602)

- 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-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). 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). 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). 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). 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). 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). 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 Nichtproduktbezogenen 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 welt-offenen 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. Westerberkey, & 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. Kleinstüber, & B. Pörksen (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.
- Altmeyen, K.-D., Röttger, U., & Bentele, G. (2004). Public Relations und Journalismus. Eine lang andauernde und interessante „Beziehungskiste“. In K.-D. Altmeyen, 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. Altmeyen, 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. Altmeyen, U. Röttger, & G. Bentele (Eds.), *Schwierige Verhältnisse. Interdependenzen zwischen Journalismus und Public Relations* (pp. 105-120). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Bentele, G. (2004). 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). 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 Landesparlamente. In V. J. Kreyher (Ed.), *Handbuch Politisches Marketing* (pp. 529 – 540). Baden-Baden: Nomos.
- Bentele, G. (2004). Geleitwort. In T. Köhler, & A. Schaffranietz (2004), *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 (2002), *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 Knowledge 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-Management 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, Medienjournalismus 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 DGPK-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 (Hrsg.), *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). 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 and Wirklichkeit. Überlegungen zu einer Theorie der Öffentlichkeitsarbeit. In J. Bernard, & G. Withalm (1998), *Kultur und Lebenswelt als Zeichenphänomene. 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 Kommunikationswissenschaft. 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 Analysis* (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.
- Szyska, 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.
- Szyska, 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, Krefeld: 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 (Eds.), *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 I. Eine Einführung* (pp. 295-313). Opladen: Westdeutscher Verlag.

- Bentele, G. (1994). Öffentliches Vertrauen - normative und soziale Grundlage für Public Relations. In W. Armbrrecht, & 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. Gwózdź, & G. Bentele (Eds.), *Niemiecka mysl filmowa. Antologia. Niemcy do roku 1945. Republika Federalna Niemiec Niemicka Republika Demokratyczna. Wybór, wstęp 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. Hieckthier, & I. Schneider (Eds.), *Fernsehtheorien* (pp. 45-67). Berlin: edition Sigma.
- Bentele, G. (1992). Ethik der Public Relations als wissenschaftliche Herausforderung. In H. Avenarius, & W. Armbrrecht (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, *Semiotik der Kultur. Zeichen - Texte - Codes*. Tübingen: Stauffenburg.
- 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 Kinobesuchumfrage in Berlin. *Media Perspektiven*, (11), 734-743.
- 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. (1987). Analiza audiowizualna oraz gramatyka form prezentacyjnych dzienników telewizyjnych. Uwagi o semiotyce środków masowego przekazu. *Przekazy I Opinie* 1/2(47/48), 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. Langenbacher (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). Translokacja – próba analizy semiotycznej. *Przekazy I Opinie*, 44/45(2/3), 94-103.
- 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). Kommunikationswissenschaft, Kommunikation und Massenkommunikation. In Modellversuch Journalisten-Weiterbildung (Ed.), *Fernstudium Kommunikationswissenschaft* (pp. 11-57). München: Ölschläger.
- 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 Bentele, G. (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.

### Distance Learning Materials

- 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.
- Bentele, G. (1998). *Berufsfeld Public Relations. PR-Fernstudium. Studienband 1* [in cooperation with H. Avenarius, U. Döring, R. Fuhrberg, T. Liebert, P. Szyszka]. Berlin: PR-Kolleg.
- Projektgruppe Modellversuch Journalisten-Weiterbildung (Ed.) (1984). *Fernstudium Kommunikationswissenschaft* [conceptualized and co-edited by G. Bentele]. München: Ölschläger.

### 3 Selection of Research Reports (unpublished)

- Bentele, G., Liebert, T., & Fechner, R. (2006). *Medienstandort Leipzig V. Eine Studie zur Leipziger Medienwirtschaft 2005*. 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*. University 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 „Be-*

- standsaufnahme, 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., 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.

## **Günter Bentele – Curriculum Vitae**

Born on March 24, 1948 in Heimenkirch, Bavaria (Germany)  
Married to Christina Bentele, two adult children

### **Academic Career**

- 1968 – 1974 Study of German Literature and Linguistics, Sociology, Political Science, History, Communication and Media Studies (graduation: state examination)  
Ludwig Maximilians University, Munich  
Free University, Berlin
- 1974 – 1989 Assistant Researcher and Assistant Professor  
Free University, Berlin
- 1982 Ph. D. with a dissertation about semiotics  
Free University, Berlin
- 1989 Habilitation (postdoctoral lecture qualification / second dissertation)  
with a monograph about media reality, objectivity and credibility  
Free University, Berlin
- 1989 – 1994 Associate Professor for Communication and Journalism Studies  
University of Bamberg
- Since 1994 Full Professor for Public Relations  
University of Leipzig  
(first chair for Public Relations in the German speaking countries)
- Since 1998 Visiting Research Professor at  
University of Athens, Ohio, USA  
University of Lugano, Switzerland  
University of Jyväskylä, Finland  
University of Klagenfurt, Austria  
University of Riga, Latvia  
University of Zurich, Switzerland  
University of Sofia, Bulgaria

### **Publications and Areas of Research**

Author, co-author, editor and co-editor of two book series, about 40 books and more than 200 articles and book chapters in the fields of public relations, communication theory, journalism and semiotics. Current areas of research: trust and reputation, media relations & intereffication, corporate media, vocational field and ethics in public relations.

**Positions in Academic and Professional Institutions (selection)**

- Since 1991 President and Member of Selection Committees, e. g.:  
Albert Oeckl-Award of the German Public Relations Association (DPRG)  
Ph. D.-Award of the German Communication Association (DGPuK)  
Media Award of the Media Foundation of Sparkasse Leipzig  
Reemtsma Liberty Award  
Politik-Award  
Günter-Thiele-Award for Excellence in European Public Relations Research
- Since 1991 Member of the Editorial Board  
Several national and international research journals
- Since 1994 Member  
Deutscher Rat für Public Relations  
[German Council for Public Relations] (DRPR)
- 1995 – 1998 President  
Deutsche Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft  
[German Communication Association] (DGPuK)
- Since 2000 Founder and Member of the Board  
Stiftung zur Förderung der PR-Wissenschaft an der Universität Leipzig  
[Foundation for PR Research at the University of Leipzig] (SPRL)
- Since 2002 Founder and Director of the first German courses of study in public relations  
Bachelor of PR/Communication Management (2002 – 2009)  
Master of Communication Management (since 2007)
- 2004 – 2005 President of the Board of Directors  
EUPRERA European Public Relations Education and Research Association
- 2004 – 2006 Managing Director  
Institute of Communication and Media Studies, University of Leipzig

**Awards**

- 2004 “Public Relations Head of the Year” in Germany  
awarded by the Deutsche Public Relations Gesellschaft  
[German Public Relations Association] (DPRG),  
acknowledging his achievements in bridging PR theory and practice
- 2007 “Professor of the Year” in Germany  
awarded by the magazine UNICUM BERUF  
acknowledging his efforts in patronizing students’ career development