

Inhalt

Willkommen!	5
Was will Öffentlichkeitsarbeit?	7
Was ist Öffentlichkeitsarbeit?	9
Fünf Eigenschaften eines guten Öffentlichkeitsarbeiters	9
PR ist nicht Lügen auf Befehl	11
Die Öffentlichkeitsarbeit in der Unternehmenshierarchie	11
Die Situationsanalyse	13
Stärken/Schwächen-Analyse	13
Die Konzeption	14
Wie Journalisten ticken	19
Medien in Deutschland	19
Was ist eigentlich interessant?	24
Die Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit	29
Die Pressemitteilung	29
Was eine Nachricht ausmacht	30
Text-Muster für eine Pressemitteilung	33
Wie sollten Pressemitteilungen versendet werden?	34
Versand über Nachrichtenagenturen	37
Nachfassen	37
Bilder	38
Pressemappen	39
Pressekonferenz	40
Fachartikel	44
Presseevent und Pressereise	45
Redaktionsbesuche und Hintergrundgespräche	46
Erfolgskontrolle	47
Klardeutsch – Sprache, die Journalisten mögen	48
Einfachheit	49
Gliederung	50
Kürze und Prägnanz	50
Anregende Zusätze	51
Was Hörfunk und Fernsehen brauchen	52
Zehn Wünsche eines Redakteurs an gute Pressearbeit	55
Weitere Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit	58
Internet-Auftritt	58
Kundenzeitschrift	61
Corporate Books	66
Product Placement	67

Sponsoring	67
Stiftungen	68
Öffentliche Auftritte	68
Issue Management	68
Mitarbeiterkommunikation	71
Intranet	71
Mitarbeiterzeitschrift	72
Kommunikation in der Krise	75
Kommunikationskrisen bewältigen in sieben Schritten	76
Zusammenarbeit mit Agenturen	83
Wohin die Reise geht	88
Wer mehr wissen will	89
Über den Autor	90