

Inhalt

Einleitung	1
 Kapitel 1	
Vorüberlegungen	5
Was ist Public Relations?	7
Analyse im Vorfeld von PR-Aktivitäten	25
PR-Konzept	33
 Kapitel 2	
Maßnahmen und Mittel der PR	39
Zusammenspiel der PR-Instrumente	41
Medienlandschaft/Verteiler	43
Struktur einer Medienadressendatenbank	49
Public Relations für erklärungsbedürftige Produkte	61
Editorial Calender	67
Pressemitteilung	69
Artikel	85
Interview	91
Reden schreiben	105
Newsletter	109
Kundenzeitschriften	115

Leserbrief	117
Whitepaper	119
Pressemappe	121
Q & A	123
Bilder und Grafiken	125
Pressekonferenz	129
Redaktionsbesuche	139

Kapitel 3

Spezielle Bereiche der PR	141
Messe-PR	143
Events	149
Interne Kommunikation	153
Public Relations für Führungskräfte	161
Dienstleistungs-PR – Freie Berufe	167
Internetauftritt	179
Öffentlichkeitsarbeit im Internet	187
PR-Agentur – Unterstützung von außen	211
Internationale Public Relations	219
Krisenkommunikation	225
Erfolgskontrolle der PR	235

Schlussworte	239
---------------------	-----