

# Inhaltsverzeichnis

<b>Geleitwort</b> . . . . .	5
<b>Vorwort des Herausgebers</b> . . . . .	7
<b>Charaktere und Unternehmen in diesem Buch</b> . . . . .	9
 <b>Kapitel 1: Pflege in der Öffentlichkeit</b> . . . . .	13
1.1 Was ist Öffentlichkeit. . . . .	17
1.1.1 Die interne Öffentlichkeit . . . . .	18
1.1.2 Die externe Öffentlichkeit . . . . .	27
1.2. Der Sinn von Öffentlichkeitsarbeit . . . . .	28
1.3 Wo fängt Öffentlichkeitsarbeit an? . . . . .	32
1.4 Die Themen der Öffentlichkeitsarbeit . . . . .	39
 <b>Kapitel 2: Die Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit</b> . . . .	43
2.1 Agierende und reagierende Öffentlichkeitsarbeit . .	45
2.1.1 Agierende Informationsmittel der Öffentlichkeitsarbeit . . . . .	47
2.1.2 Agierende Dialogmittel der Öffentlichkeits- arbeit . . . . .	73
2.1.3 Reagierende Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit . . . . .	87
2.2 Der Online-Auftritt . . . . .	90
 <b>Kapitel 3: Wirksame Öffentlichkeitsarbeit</b> . . . . .	97
3.1 Die Nachrichtenwertfaktoren . . . . .	98
3.2 Für die Öffentlichkeit schreiben. . . . .	102
3.2.1 Verständlich schreiben . . . . .	103
3.2.2 Kurz und präzise schreiben. . . . .	107
3.2.3 Gliederung und Satzordnung. . . . .	115
3.2.4 Schreibkonventionen der Medien. . . . .	118
3.2.5 Der Umgang mit den Medien. . . . .	121

<b>Kapitel 4: Öffentlichkeitsarbeit im Krisenfall. . . . .</b>	<b>124</b>
4.1 Krisenprävention . . . . .	126
4.2 Krisenmanagement . . . . .	131
4.3 Krisenstrategien . . . . .	136
4.4 Das öffentliche Auftreten im Krisenfall . . . . .	139
<b>Kapitel 5: Fazit. . . . .</b>	<b>143</b>
<b>Glossar . . . . .</b>	<b>145</b>
<b>Literaturverzeichnis . . . . .</b>	<b>148</b>