

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|-----|
| Geleitwort | 5 |
| Vorwort des Herausgebers | 7 |
| Charaktere und Unternehmen in diesem Buch | 9 |
| | |
| Kapitel 1: Pflege in der Öffentlichkeit | 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 |
| | |
| Kapitel 2: Die Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit | 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 |
| | |
| Kapitel 3: Wirksame Öffentlichkeitsarbeit | 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 |

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