

Inhalt

Vorbemerkungen	7
Einleitung	9
1. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Organisationen der Erwachsenen- und Weiterbildung	12
1.1 Funktion und Entwicklung von Kommunikationsstrategien	13
1.2 Zielvorgaben	17
2. Voraussetzungen erfolgreicher Kommunikation	19
2.1 Warum ist Corporate Identity für Bildungseinrichtungen wichtig?	21
2.2 Wie funktioniert ein Kommunikationsmanagement?	23
2.3 Wie wird eine erfolgreiche Pressearbeit geplant?	25
2.4 Wie entwickelt man eine nachhaltige Öffentlichkeitsarbeit?	28
2.5 Warum benötigt eine Organisation Werte und Leitbilder?	30
2.6 Weshalb sind kurzweilige Geschichten in der Presse so beliebt?	32
2.7 Wie präsentiere ich erfolgreich?	34
3. Kommunikation mit Zielgruppen der Erwachsenen- und Weiterbildung	37
3.1 Interne Kommunikationsgruppen	37
3.2 Externe Kommunikationsgruppen	38
3.2.1 Marken- und Produkt-PR	42
3.2.2 Interkulturelle Kommunikation	45
3.2.3 Krisen-PR	47
4. Die klassischen Aufgaben	50
4.1 Nach welchen Kriterien wird eine Pressemitteilung verfasst?	50
4.2 Welche Grundsätze sind bei einer Anzeige zu berücksichtigen?	52
4.3 Worauf sollte bei einer Logo-Entwicklung geachtet werden?	54
4.4 Wodurch zeichnen sich gute Fotos aus?	56
4.5 Warum sind Videos ein hervorragendes Informationsmedium?	59
4.6 Wie wird ein Flyer hergestellt?	61
4.7 Worauf kommt es bei einer PR-Kampagne an?	62
4.8 Worauf ist bei Außenwerbung zu achten?	63

5. Das Internet und die neuen Medien	66
5.1 Welche Möglichkeiten ergeben sich für die Öffentlichkeitsarbeit im Internet?	68
5.2 Welche Social-Media-Plattformen sind für Weiterbildungsorganisationen wichtig?	73
5.3 Was zeichnet einen professionellen Internetauftritt aus?	77
5.4 Worauf ist bei der Veröffentlichung von PR-Beiträgen im Internet zu achten?	80
5.5 Was bieten Business-Profile in sozialen Netzwerken für die Öffentlichkeitsarbeit einer (Weiterbildungs-)Organisation?	82
5.6 Wie kann ein Corporate Blog für die Öffentlichkeitsarbeit genutzt werden?	85
5.7 Wie wird ein E-Book produziert?	89
5.8 Was muss bei der Herstellung von Podcasts und Videos beachtet werden?	92
5.9 Welche weiteren Möglichkeiten gibt es für die direkte Kommunikation mit der Öffentlichkeit?	94
6. Finanzierung.....	97
6.1 Wie setzt sich ein Budget für Öffentlichkeitsarbeit zusammen?	97
6.2 Warum ist Controlling bei der Öffentlichkeitsarbeit notwendig?	100
6.3 Wie kann man den Erfolg von Presse- und Öffentlichkeitsarbeit messen?.....	102
7. Rechtliche Rahmenbedingungen	105
7.1 Welche rechtlichen Grundlagen sind zu beachten?.....	105
7.2 Wen schützt das Urheberrecht?	108
7.3 Wie können Bild- und Videorechte erworben werden?	109
7.4 Was bedeutet das Recht am eigenen Bild?	110
7.5 Welche Informationen gehören in ein Impressum?	112
7.6 Was hat Datenschutz und -sicherheit im Internet mit Öffentlichkeitsarbeit zu tun?	113
Literatur	117
Sachverzeichnis	119
Abbildungen und Tabellen.....	121
Autor	122
Zusammenfassung/Summary	123