

# Inhalt

<b>Vorbemerkungen .....</b>	<b>7</b>
<b>Einleitung .....</b>	<b>9</b>
<b>1. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Organisationen der Erwachsenen- und Weiterbildung .....</b>	<b>12</b>
1.1 Funktion und Entwicklung von Kommunikationsstrategien.....	13
1.2 Zielvorgaben.....	17
<b>2. Voraussetzungen erfolgreicher Kommunikation .....</b>	<b>19</b>
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
<b>3. Kommunikation mit Zielgruppen der Erwachsenen- und Weiterbildung .....</b>	<b>37</b>
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
<b>4. Die klassischen Aufgaben .....</b>	<b>50</b>
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

<b>5.</b>	<b>Das Internet und die neuen Medien .....</b>	<b>66</b>
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
<b>6.</b>	<b>Finanzierung.....</b>	<b>97</b>
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
<b>7.</b>	<b>Rechtliche Rahmenbedingungen .....</b>	<b>105</b>
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
	<b>Literatur.....</b>	<b>117</b>
	<b>Sachverzeichnis .....</b>	<b>119</b>
	<b>Abbildungen und Tabellen.....</b>	<b>121</b>
	<b>Autor .....</b>	<b>122</b>
	<b>Zusammenfassung/Summary .....</b>	<b>123</b>