
Inhalt

Einleitung	7
 Kapitel 1	
Vorüberlegungen	11
Was ist Public Relations?	13
Analyse im Vorfeld von PR-Aktivitäten	23
PR-Konzept	30
 Kapitel 2	
Maßnahmen und Mittel der PR	35
Zusammenspiel der PR-Instrumente	37
Medienlandschaft/Verteiler	38
Struktur einer Medienadressendatenbank	43
Public Relations für erklärungsbedürftige Produkte	52
Editorial Calendar	56
Pressemitteilung	58
Artikel	70
Interview	75
Reden schreiben	84
Newsletter	87
Kundenzeitschriften	91
Flugblatt und Plakat	92
Leserbrief	93
Whitepaper	95
Pressemappe	96
Q & A	98
Bilder und Grafiken	100
Pressekonferenz	103
Redaktionsbesuche	111

Kapitel 3

Spezielle Bereiche der PR	113
Messe-PR	115
Events	120
Interne Kommunikation	123
Public Relations für Führungskräfte	129
Dienstleistungs-PR – Freie Berufe	133
Internetauftritt	142
Öffentlichkeitsarbeit im Internet	148
PR-Agentur – Unterstützung von außen	163
Internationale Public Relations	169
Krisenkommunikation	173
Erfolgskontrolle der PR	181
Schlussworte	184