

---

# Inhalt

<b>Einleitung</b> . . . . .	7
<b>Kapitel 1</b>	
<b>Vorüberlegungen</b> . . . . .	11
Was ist Public Relations? . . . . .	13
Analyse im Vorfeld von PR-Aktivitäten . . . . .	23
PR-Konzept . . . . .	30
<b>Kapitel 2</b>	
<b>Maßnahmen und Mittel der PR</b> . . . . .	35
Zusammenspiel der PR-Instrumente . . . . .	37
Medienlandschaft/Verteiler . . . . .	38
Struktur einer Medienadressendatenbank . . . . .	43
Public Relations für erklärungsbedürftige Produkte . . . . .	52
Editorial Calender . . . . .	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**

<b>Spezielle Bereiche der PR</b> . . . . .	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
<b>Schlussworte</b> . . . . .	184