

Inhaltsverzeichnis

1	Die Konzeption der Projekt-PR	12
1.1	Einleitung	12
1.1.1	Arten von Projekten	12
1.2	Wozu braucht ein Projekt PR?	16
1.2.1	Welche Projekte benötigen PR?	20
1.3	Stufenkonzept für Projekt-PR	21
1.3.1	Ausgangslage/Situationsanalyse	23
1.3.2	Zielbestimmung	29
1.3.3	Entwickeln der Strategie	34
1.3.4	Grundsätze des Projekt-PR-Systems	39
1.4	Vorgehensmodell für die Analyse der Beziehungsgruppen	42
1.4.1	Identifikation der Stakeholder	45
1.4.2	Analyse der Stakeholder-Ziele	47
1.4.3	Abschätzen der Stakeholder-Einflussgrößen	55
1.4.4	Planen geeigneter PR-Maßnahmen	64
1.4.5	Kosten-Nutzen-Analyse	74
1.4.6	Authentizität der Kommunikation	76
1.4.7	Permanenz in der Kommunikation	78
2	Die Arbeit mit dem Kunden	80
2.1	Wofür der Projektmanager zuständig ist	80
2.2	Kundenorientierung & Co.	95
2.3	Kundenkontakte	100
2.4	Kundenbindung durch CRM	103
3	Die Verantwortungsbereiche für Projekt-PR	106
3.1	Die Rahmenbedingungen	107
3.1.1	Schaffung einer Projektidentität	108
3.1.2	Entwickeln einer Vision	111
3.1.3	Gemeinsame Wertvorstellungen	112
3.1.4	Allgemeine Rahmenbedingungen, die zum Handeln auffordern und das Handeln erleichtern	113

3.1.5	Übernahme der unternehmerischen Social Media Guidelines	114
3.1.6	Aufbereitung und visuelle Umsetzung der Projektaussagen und -erfolge	115
3.1.7	Organisation „überzeugender“ Informations- und Kommunikationsveranstaltungen	117
3.1.8	Eigene Website	119
3.1.9	Zusammenarbeit mit Unternehmens-PR und/oder PR-Agenturen organisieren	119
3.2	Information und Kommunikation	120
3.2.1	Die I&K-Kultur	120
3.2.2	Mit den Projektbeteiligten und -betroffenen kommunizieren	121
3.2.3	Erarbeiten eines Informations- und Kommunikationskonzepts	123
3.2.4	Kommunikationsspezifikation	133
3.2.5	Planung des Kommunikationsprozesses	134
3.3	Steuerung	140
3.3.1	Interne und externe Kommunikation	141
3.3.2	Allgemeine Regeln für die Kommunikation	153
3.3.3	Controlling	158
4	Medienarbeit (Presse, Radio, Fernsehen)	171
4.1	Redaktionspläne	172
4.2	Pressemeldung	173
4.3	Pressemappe	173
4.4	Pressemitteilung	174
4.5	Pressekonferenz	177
4.6	Pressegespräche und Pressepräsentationen	179
4.7	Interviews	180
5	Social Media	181
5.1	Strategie und Definition der Ziele in Social Media	185
5.2	Contentstrategie	188
5.3	Projekte und Social Media	193
5.3.1	Allgemeine Tipps	197
5.3.2	Die „Corporates“	203
5.3.3	Die Sache mit dem „Content“	205
5.3.4	Netzwerkgründung	206
5.3.5	Crowdsourcing	208

6	Anhänge	211
6.1	Die vier Modelle von James Grunig	211
6.2	PR-Instrumente/Mittel	211
6.3	Checkliste für Pressemitteilungen: Inhalt	213
6.4	Checkliste für die Pressemitteilung: Form	214
6.5	Tipps für eine perfekte Produkt- oder Projektinformation im Internet	215
6.6	Checkliste für Veranstaltungen	218
	Literatur und Linkempfehlungen	220
	Glossar	223
	Stichwortverzeichnis	242