

	Seite
Vorwort . . . . .	5
Mitarbeiter . . . . .	6
Tue Gutes und rede darüber . . . . .	7
Klappern gehört zum Handwerk – Öffentlichkeitsarbeit und Werbung . . . . .	11
Wer hält den Kopf hin? – Verantwortlichkeit und Zuständigkeit für die Öffentlichkeitsarbeit einer Volkshochschule . . . . .	19
Ohne Planung keine Ahnung – Der Werbeplan . . . . .	23
Auch der Amtsschimmel muß geritten werden – Rahmenbedingungen für die Öffentlichkeitsarbeit . . . . .	33
Geschützt – und nicht erreichbar? – Der Datenschutz . . . . .	41
Cicero, Zwischenschlag und Zwiebel Fisch. Grundkenntnisse für die Herstellung von Druckerzeugnissen . . . . .	49
„Do it yourself“ hat seine Grenzen – Die Hausdruckerei . . . . .	59
Visitenkarte oder Kursbuch? – Das Programmheft . . . . .	63
Direkt und im Vorübergehen – Vom Werbebrief zum Schaukasten . . . . .	67
Gute Texte sind kein Zufall – Hinweise zur Textgestaltung . . . . .	77
Im Bilde sein – Das Bild in der Werbung . . . . .	87
VHS und Presse . . . . .	91
Wünsche der Presse an die VHS . . . . .	99
Gezielt – und auch getroffen? Zielgruppenansprache am Beispiel von Arbeitern ohne Weiterbildungserfahrung . . . . .	105
Kleine Geschenke erhalten die Freundschaft . . . . .	115
Weiterbildung für Öffentlichkeitsarbeiter – Literaturhinweise . . . . .	123
Aus der Praxis – Für die Praxis – Werbekonzepte – Werbebeispiele . . . . .	129