

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	13
1 Grundlagen der Public Relations	15
1.1 Begriffliche Grundlagen	15
1.1.1 Public Relations und Journalismus	16
1.1.2 Public Relations und Werbung	20
1.1.3 Public Relations und Propaganda	23
1.2 Kommunikative Grundlagen	24
1.3 Konzeptionelle Grundlagen	27
1.4 Ethische Grundlagen	28
1.5 Organisatorische Grundlagen	29
1.6 Rechtliche Grundlagen	31
1.6.1 Grundgesetz	31
1.6.2 Presserecht	32
1.6.3 Urheberrecht	32
1.6.4 EU-Datenschutz-Grundverordnung	35
1.6.5 Rechtsmittel	36
1.6.6 Nichtrechtliche Möglichkeiten, gegen Veröffentlichungen vorzugehen	41
1.7 Literatur	46
2 PR-Manager und PR-Mitarbeiter	49
2.1 Berufsfelder der Public Relations	49
2.2 Anforderungen an einen PR-Manager und PR-Mitarbeiter	50
2.3 Arbeitszeit des PR-Managers	54
2.4 Aufgabenstellung des PR-Managers	55
2.5 Strukturierung des Arbeitsalltags	55
2.6 Zugangs- und Ausbildungswege	57
2.7 Literatur	61
3 PR-Konzept	63
3.1 PR-Analyse	63
3.1.1 Fakten	63
3.1.2 SWOT-Analyse	64
3.1.3 Aufgabenstellung	66
3.2 PR-Strategie	66
3.2.1 Ziele	66
3.2.2 Dialoggruppen	68
3.2.3 Botschaften	73

3.3	PR-Maßnahmenplanung	74
3.3.1	PR-Instrumente	74
3.3.2	Zeitplan	76
3.3.3	Budget	79
3.3.4	Erfolgskontrolle	79
3.4	PR-Konzeption	79
3.4.1	Typen	79
3.4.2	Phasen	83
3.5	Presseclipping und Medienbeobachtung	84
3.5.1	Presseclipping	84
3.5.2	Medienbeobachtung	85
3.5.3	Presseportale	86
3.6	Checkliste: PR-Konzept	90
3.7	Literatur	91
4	PR-Instrumente	93
4.1	Arbeit mit Journalisten	93
4.1.1	Aufgaben von Journalisten	93
4.1.2	Presseverteiler	94
4.1.3	Textformen	98
4.1.4	Pressethemen	101
4.2	Pressemitteilung	101
4.2.1	Inhalte	102
4.2.2	Aufbau	103
4.2.3	Stil	106
4.2.4	Versand	107
4.2.5	Aufbau einer E-Mail-Pressemitteilung	108
4.2.6	Die 10 Dos und Don'ts bei Pressemitteilungen	109
4.2.7	Checkliste: Pressemitteilungen	110
4.3	Pressemappe	112
4.3.1	Klassische Pressemappe	112
4.3.2	Digitale Pressemappe	113
4.4	Pressekonferenz	114
4.4.1	Klassische Pressekonferenz	114
4.4.2	Online-Pressekonferenz	130
4.5	PR-Foto	137
4.5.1	Welchen Nutzen haben gute PR-Fotos?	137
4.5.2	Anforderungen an gute PR-Fotos	138
4.5.3	Wirkungsvolle PR-Motive	140
4.5.4	Tipps für PR-Fotos	141

4.6	PR-Film	142
4.6.1	PR-Film als Präsentationsmedium	142
4.6.2	Checkliste: PR-Film	143
4.7	Live Communication	144
4.7.1	Empfehlungen für eine erfolgreiche Live-Kommunikation	144
4.7.2	Redaktionsbesuch und Pressegespräch	145
4.7.3	PR-Interview	148
4.7.4	Tag der offenen Tür	152
4.7.5	Sponsoring	158
4.7.6	Journalistenreise	159
4.7.7	Messen und Ausstellungen	161
4.8	Eigene PR-Publikationen	170
4.8.1	Klassische Publikationen	170
4.8.2	Digitale Publikationen	175
4.9	Literatur	181
5	Online-PR	185
5.1	Grundlagen erfolgreicher Online-PR	186
5.2	Corporate Website	187
5.2.1	Ziele und Zielgruppen im Internet	187
5.2.2	Startseite	189
5.2.3	Unternehmensphilosophie	189
5.2.4	Unternehmensprofil	190
5.2.5	Leistungen	190
5.2.6	Kontaktmöglichkeiten	191
5.2.7	Online-Pressebereich	191
5.2.8	Impressum	202
5.2.9	Evaluation der Corporate Website	203
5.3	Online-Pressearbeit	204
5.3.1	Online-Pressedienste	204
5.3.2	Online-Presseverteiler	204
5.3.3	Online-Texte	205
5.3.4	Online-Pressebilder	209
5.4	Newsletter	210
5.4.1	Anforderungen an Newsletter	210
5.4.2	Newsletter-Arten	211
5.4.3	Newsletter-Aufbau	211
5.4.4	Newsletter-Anmeldung	212
5.4.5	Wie Sie Spam-Hürden überwinden	213
5.4.6	Newsletter-Erfolgsmessung	215
5.4.7	Checkliste: Newsletter-Versand	215

5.5	PR auf Social-Media-Plattformen	216
5.5.1	Social Media	216
5.5.2	YouTube	218
5.5.3	Facebook	219
5.5.4	Twitter	221
5.5.5	Instagram	222
5.5.6	Pinterest	223
5.5.7	Snapchat	224
5.5.8	XING und LinkedIn	224
5.6	Mobile PR	227
5.7	Zwölf goldene Regeln für die Online-PR im Internet	228
5.8	Online-Redaktion und Projektteam	230
5.9	Checkliste: Online-PR	231
5.10	Literatur	231
6	Interne Kommunikation	233
6.1	Ziele und Zielgruppen der internen Kommunikation	234
6.2	Planung der internen Kommunikation	235
6.3	Aufgaben der internen Kommunikation	236
6.4	Wirkungen der internen Kommunikation	237
6.5	Instrumente der internen Kommunikation	239
6.5.1	Schriftliche Kommunikationsinstrumente	240
6.5.2	Persönliche Kommunikationsinstrumente	249
6.5.3	Elektronische Kommunikationsinstrumente	256
6.6	Sieben Fehler, die Sie bei der internen Kommunikation vermeiden sollten	267
6.7	Literatur	268
7	Krisen-PR	271
7.1	Grundlegendes zur Krisen-PR	271
7.1.1	Anforderungen an einen Krisenmanager	272
7.1.2	Risikofaktoren für Unternehmenskrisen	273
7.1.3	Zielgruppen der Krisen-PR	274
7.1.4	Krisenstab	278
7.1.5	Krisen-PR-Konzept	279
7.1.6	Krisenhandbuch	280
7.2	Krisenprävention	281
7.3	Im Vorfeld einer Krise	282
7.4	In der Krise	282
7.5	Nach der Krise	284
7.6	Online-Krisen-PR	285
7.6.1	Onlinegestützte Informationsbereitstellung im Krisenkontext	286
7.6.2	E-Mail-Kommunikation	287

7.6.3	Dialogforen	288
7.6.4	Darksite bzw. Stealth Site	288
7.6.5	Suchmaschinenoptimierung und -marketing	289
7.6.6	Krisen-PR im Social Web	290
7.7	Interne Kommunikation in Krisensituationen	291
7.8	Medientrainings	292
7.9	Acht Todsünden der Krisen-PR	293
7.10	Checkliste: Krisen-PR	294
7.11	Literatur	295
8	PR-Evaluation	297
8.1	Stufe 1: Medienresonanzanalyse	298
8.2	Stufe 2: Wahrnehmung bei der Zielgruppe	300
8.3	Stufe 3: Auslösung einer Veränderung bei der Zielgruppe	301
8.4	Stufe 4: Wirtschaftlicher Erfolg	302
8.5	Literatur	302
9	Zusammenarbeit mit Agenturen	303
9.1	Arten von PR-Dienstleistern	303
9.2	Leistungsspektrum einer PR-Agentur	305
9.3	Vor- und Nachteile einer externen PR-Agentur	306
9.4	Auffinden einer geeigneten PR-Agentur	307
9.5	Agenturvertrag	310
9.6	Trennung von einer PR-Agentur	312
9.7	Checkliste: Agenturauswahl	313
9.8	Literatur	315
	Abbildungsverzeichnis	316
	Tabellenverzeichnis	317
	Stichwortverzeichnis	318
	Die Autoren	325