

# Inhaltsverzeichnis

	Seite
I. Wesen und Grundbegriffe . . . . .	15
II. Öffentlichkeit . . . . .	28
Exkurs: Öffentliche Meinung . . . . .	30
III. Funktionen der Public Relations . . . . .	33
a) Informationsfunktion . . . . .	33
b) Kontaktfunktion . . . . .	34
c) Führungsfunktion . . . . .	34
d) Imagefunktion . . . . .	36
e) Harmonisierungsfunktion . . . . .	39
f) Verkaufsförderungsfunktion . . . . .	40
g) Stabilisierungsfunktion . . . . .	42
h) Kontinuitätsfunktion . . . . .	42
Exkurs: Sozialpsychologische Aspekte . . . . .	43
IV. Organisatorische Grundlagen . . . . .	47
Exkurs: Public-Relations-Berufe . . . . .	59
V. Grundformen der PR-Arbeit . . . . .	63
a) Aufbereitung der Informationsbereiche . . . . .	63
b) Aktivierung der Informationsströme . . . . .	66
c) Erkennen der relevanten Kontaktgruppen . . . . .	69
d) Kontaktherstellung und Kontaktpflege . . . . .	71
e) Sympathie gewinnen . . . . .	74
f) Symbole setzen . . . . .	75
g) Aktionen vorbereiten . . . . .	76
h) Neueinführungen . . . . .	77
i) Vorbeugen . . . . .	77
j) Überwinden von Fehlern . . . . .	78
k) Umgehen von Gefahren . . . . .	79
l) Beschwerden . . . . .	80

	Seite
m) Angriff . . . . .	82
n) Erwiderung . . . . .	83
o) Repräsentation . . . . .	84
<b>VI. Ablauf einer Public-Relations-Aktion . . . . .</b>	<b>85</b>
a) Zielsetzung . . . . .	85
b) Analyse der Situation . . . . .	86
c) Bestimmung der Zielgruppen . . . . .	88
d) Konzeption . . . . .	90
e) Programm . . . . .	91
f) Finanzierung . . . . .	92
g) Durchführung . . . . .	93
h) Erfolgsanalyse . . . . .	94
<b>VII. Das Instrumentarium . . . . .</b>	<b>97</b>
a) Information der Journalisten . . . . .	97
b) Exklusiv-Information . . . . .	102
c) Informationen für Fernsehjournalisten . . . . .	103
d) Anregungen für Themen . . . . .	103
e) Redaktionsbesuche . . . . .	104
f) Interviews . . . . .	105
g) Pressedienst . . . . .	107
h) Pressekonferenz . . . . .	111
i) Redaktionelle Beiträge . . . . .	116
j) Bildmaterial . . . . .	117
k) Leserbriefe . . . . .	119
l) Public-Relations-Anzeigen . . . . .	120
m) Public-Relations-Veranstaltungen . . . . .	122
n) Vorträge, Ansprachen, Reden und Referate . . . . .	124
o) Filme . . . . .	127
p) Schallplatten, Tonbänder und Fernsehkassetten . . . . .	130
q) Briefe, Handzettel und Rundschreiben . . . . .	131
r) Broschüren und Bücher . . . . .	132

	Seite
s) Plakate . . . . .	135
t) Periodika . . . . .	136
u) Betriebsbesichtigungen . . . . .	139
v) Ausstellungen . . . . .	141
w) Geschenke . . . . .	142
x) Stiftungen, Preise . . . . .	143
y) Architektur . . . . .	144
z) Besondere betriebsinterne Maßnahmen . . . . .	144
VIII. Schluß . . . . .	145
Literaturverzeichnis . . . . .	147
Stichwortverzeichnis . . . . .	151