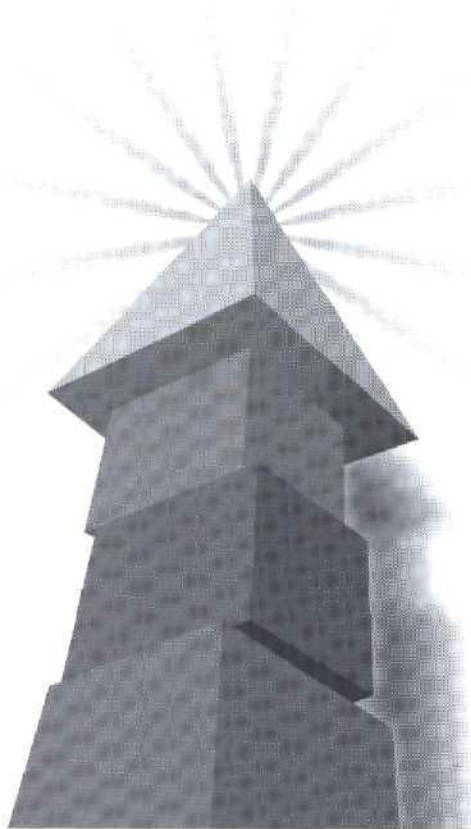


Folker Kraus-Weysser

Praxisbuch Public Relations

Mit überzeugender Öffentlichkeitsarbeit zum Erfolg



Beltz Verlag · Weinheim und Basel

Inhaltsverzeichnis

PR wird häufig unterschätzt	7
PR ist nur als Chefsache erfolgreich	8
PR hat nichts mit Werbung zu tun	17
Public Relations schlägt Werbung	18
PR beginnt bei den eigenen Mitarbeitern	25
Corporate Identity und Design sind PR	26
PR beginnt mit Planung und Konzeption	35
Ohne ordentliche Planung kein PR-Erfolg	36
PR funktioniert mit und ohne öffentliche Medien	47
PR arbeitet mit öffentlichen Medien zusammen	48
Krisen-PR beweist, was PR vermag	57
Eine Krise wird zur Krise, wenn niemand die Verantwortung übernimmt	58
PR ist die hohe Schule der ausgefallenen Ideen	71
Gute Atmosphäre – wichtig für die PR-Arbeit mit Medien	72
Alle arbeiten mit Zielgruppen – auch PR	85
Der vermessene Bürger	86
Kontrolle: empfehlenswert, aber aufwändig	97
Zusammenarbeit mit Agenturen: Ziele genau definieren!	98
Wer macht PR: Agentur oder Do-it-yourself-Lösung?	105
Die Chefetage ist das PR-Hauptquartier	106

Fallbeispiele	115
PR der Generäle: 11. September 2001	116
PR für Türken in Deutschland	124
Pharma-PR im Internet	127
Literaturhinweise	131
Anschriften	132
Bildnachweis	132