

Detlef Luthé

**Öffentlichkeitsarbeit
für Nonprofit-
Organisationen**

Eine Arbeitshilfe

MaroVerlag

Inhaltsverzeichnis

1	Der Kontext von Öffentlichkeitsarbeit	1
1.1	Nonprofit-Organisationen	1
1.2	Öffentlichkeitsarbeit als zentrale Management- aufgabe.	5
1.2.1	Marketing	8
1.2.2	Corporate Identity.	16
1.2.3	Ein Plädoyer für die kritische Aneignung von Sichtweisen und Methoden aus dem Profitbereich.	21
1.3	Öffentlichkeitsarbeit - Selbstverständnis und Mißverständnisse.	23
1.3.1	Innenansichten: Einschätzungen zur Be- deutung und Praxis von Öffentlichkeits- arbeit	24
1.4	Argumente gegen Öffentlichkeitsarbeit	27
1.4.1	Öffentlichkeitsarbeit ist mehr als Wer- bung	29
1.4.2	Definitionsversuche - Was ist denn nun Öffentlichkeitsarbeit?	33
1.5	Funktionen von Öffentlichkeitsarbeit	35
1.6	Ein kurzer Rückblick	37

1.6.1	Entwicklung der Public Relations in den USA	38
1.6.2	Die Entwicklung der Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland	39
1.6.3	Vier unterschiedliche Kommunikationsmodelle	41
1.7	Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus	44
1.8	Öffentlichkeitsarbeit und Planung	46
2	Öffentlichkeitsarbeit und Fund Raising	55
2.1	Was ist Fund Raising?	56
2.2	Fund Raising als eine Spezialisierung von Öffentlichkeitsarbeit	57
2.3	Fund Raising und Fund Giving	58
2.4	Notwendige Entwicklungsarbeit	59
2.5	Sponsoring als Sonderform des Fund Raising	60
2.5.1	Zum Begriff des Sponsoring	61
2.5.2	Sponsoringvolumen in Deutschland....	64
2.5.3	Die Sponsoren	68
2.5.4	Die Gesponserten	77
2.5.5	Ein Fallbeispiel	82
2.5.6	Sponsoring im Kontext von »Relationship Fund Raising«	85
3	Basis, Know-How und Ideen für die Öffentlichkeitsarbeit	87
3.1	Die Basis - Voraussetzungen und Handwerkszeug für eine systematische Öffentlichkeitsarbeit	88
3.1.1	Leitbild, Name, Logo - Organisationsidentität und -design	88
3.1.2	Der Verteiler	92
3.1.3	Weitere wichtige Stichwörter für Ihre Öffentlichkeitsarbeit	96
3.2	Das Know-How	100

3.2.1 Die 6 Ws - Texte(n) für die Presse_____	100
3.2.2 Pressegespräch, Pressekonferenz, Interview - Mündliche Kommunikation mit Journalisten	109
3.2.3 Broschüren, Faltblätter, Plakate - Druckerzeugnisse wirkungsvoll gestalten	115
3.2.4 Druckerzeugnisse - Dialoge mit den Lesern	125
3.3 Presserecht	129
3.4 Medien der Öffentlichkeitsarbeit- Öffentlichkeitsarbeit als Medium. Eine Ideensammlung .	134
Literatur	145
Abbildungsverzeichnis	156