

**Angela Kreis-Muzzolini · Bernhard Müller**

# **Public Relations**

**Corporate Communications  
für Ausbildung, Weiterbildung und Praxis**

4., vollständig überarbeitete und aktualisierte Auflage

Mit Beiträgen von

Susanna Graf (Krisenkommunikation)

Frank Hänecke (Zusammenarbeit mit den Medien)

Stefan Hubacher (Rechtliche Aspekte)

Ursula Luder/Felizitas Dunekamp (Fundraising)

Patrick Moeschler (Digitale Kommunikation)

*Versus · Zürich*

# Inhaltsverzeichnis

<b>Einleitung</b> .....	<b>7</b>
<b>Vorwort</b> .....	<b>11</b>
<b>1 Grundlagen der Public Relations</b> .....	<b>15</b>
1.1 Geschichte der Public Relations .....	16
1.2 Begriffe und Definitionen .....	27
1.3 Bedeutung der Corporate Communications .....	37
1.4 Ethik in den Public Relations .....	54
1.5 Teilbereiche der Corporate Communications .....	59
1.6 PR-Berufe und -Ausbildung .....	86
1.7 Branchen- und Berufsorganisationen der PR .....	94
<b>2 Corporate Communications in der Praxis</b> .....	<b>101</b>
2.1 Imagepflege .....	102
2.2 PR-Methodik .....	107
2.3 PR-Anspruchsgruppen bzw. Stakeholder und Beziehungsumfeld .....	113
2.4 Interne Public Relations .....	121
2.5 Externe Public Relations .....	134
2.6 PR-Budgetierung .....	144

2.7	Erfolgskontrolle der PR-Tätigkeit .....	146
2.8	Wissens- und Informationsmanagement .....	152
2.9	Corporate-Identity-Prozess .....	159
2.10	Digitale Kommunikation .....	165
2.11	Crossmedia .....	185
2.12	Krisenkommunikation .....	189
2.13	Fundraising – Mittelbeschaffung .....	214
2.14	Zusammenarbeit mit den Medien .....	227
2.15	Zusammenarbeit mit PR-Fachleuten .....	243
2.16	Rechtliche Aspekte in der PR-Arbeit .....	249
2.17	Corporate Responsibility .....	290
2.18	Corporate Wording/Corporate Language .....	295
<b>3</b>	<b>PR-Profi-Check-up .....</b>	<b>301</b>
3.1	Fragen .....	302
3.2	Antworten .....	314
3.3	Aufgaben und Lösungsbeispiele .....	346
<b>4</b>	<b>Checklisten .....</b>	<b>353</b>
4.1	Public Relations in der Praxis .....	354
4.2	Drucksachen .....	368
4.3	Erfolgskontrolle .....	372
4.4	Digitale Kommunikation .....	375
4.5	Krisenkommunikation .....	377
4.6	Zusammenarbeit mit den Medien .....	381
4.7	Sponsoring .....	397
4.8	Zusammenarbeit mit PR-Agenturen/PR-Fachleuten .....	402
<b>5</b>	<b>Anhang .....</b>	<b>411</b>
5.1	Glossar: Begriffe der PR und verwandter Gebiete .....	412
5.2	PR-Kodizes .....	444
5.3	Branchen- und Berufsorganisationen .....	448
5.4	Internet-Adressen .....	457
5.5	Mustervertrag für PR-Dienstleistungen .....	465
5.6	Literaturverzeichnis .....	467
	<b>Stichwortverzeichnis .....</b>	<b>473</b>
	<b>Die Autoren .....</b>	<b>483</b>