

Lokaler Hörfunk und städtische Öffentlichkeitsarbeit - Hinweise für die Praxis

Deutscher Städetag - Öffentlichkeitsarbeit erfolgreich gestalten

Tobias Lüthen

Gesamtarstellungen unter dem Aspekt von Marketing bzw. Werbung:

Bernd Ingel (Hrsg.) Handbuch Marketing-Kommunikation: Strategien, Instrumente, Projektive Werbung, Sales Promotion, Public Relations, Corporate Identity, Sponsoring, Product Placement, Messen, Persönlicher Verkauf. Wiesbaden: Galileo, 1998.

Brühl, Manfred Kommunikationspolitik: Bedeutung-Strategien-Instrumente. München: Pöppel, Werner (1994). Kommunikationsmanagement: Marketing-Kommunikation von Schweiger, Günter, Schratzeder, Gerhard, Weheng. Eine Einführung. Stuttgart: Gustav Fischer, 1989. (<Grundwissen der Ökonomik: Betriebswirtschaftslehre>)

Darstellungen zu einzelnen PR-Praxisfeldern mit Abschnitten zur Methodik der PR:

a) **Privateirtschaftliche PR bzw. Unternehmenskommunikation:**

Ahrens, Roppon, Scherer, Helmut, Zerfall, Ammer (Hg.): Integrierte Unternehmenskommunikation. Berlin: Springer, 1998.

Bogen, Rudolf; Götter, Hans-Dietrich, Marthes, Rainer: Unternehmenskommunikation: Grundlagen-Strategien-Instrumente. Wiesbaden: Gabler, Frankfurt a. M., F.A., 1999.

Hennig-Thurau, Thomas, Schäfer, Stephan, Schreyer, Hartmut: Marketing-Kommunikation für Familienunternehmen. Frankfurt a. M./New York: Campus, 1998.

Pfau-Wilhelm, Michael: Marketing-Kommunikation für Dienstleistungen. Lindenberg am See: Fach-Verlag Moderne Industrie, 1998.

Röhr, Ulrich: Marketing-Kommunikation: Ein Leitfaden für Nicht-Klassiker der Unternehmenskommunikation. Trossingen: Thexis, 1995.

(PR)-Theorie: Biegmann-DA, Bösch-DA, Kuhnel-DA, Lehner-DA, Lichtenegger-DA, Regenberger-MA, Sander-MA, Schmidt-DA, Tep-DA, Fichtner-DA, Tobek-DA, Wingenrad-MA, Wunderlich-DA, Haseloff-DA, Haseloff-DA.

b) **Staatliche, kommunale, politische und Non-Profit-PR:**

Arlt, Hans-Jürgen: Kommunikation, Öffentlichkeitsarbeit: PR vom gestern, PR für morgen - Das Beispiel Gewerkschaft. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 1995.

Böckermann, Frank: Die Pressearbeit der Organisationen (Pressestellen II). München: Verlag Gallus, 1995.

Böckermann, Frank: Die Pressestellen der öffentlichen Hand (Pressestellen III). München: Verlag Gallus, 1995.

Döring, Jürgen: Politische Öffentlichkeitsarbeit in Österreich. Wien: Brummieler, 1995.

Peter, Joachim, Müller, Ewald: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in der Kommune. Das Praktiken-Handbuch. München: Arche, 2., vollst. überarbeitete Auflage 1999.

Description: -

- Lokaler Hörfunk und städtische Öffentlichkeitsarbeit - Hinweise für die Praxis

-

Heft 16

Reihe A--DST-Beiträge zur Kommunalpolitik, Lokaler Hörfunk und städtische Öffentlichkeitsarbeit - Hinweise für die Praxis

Notes: PRIORITY 3.

This edition was published in 1992



Filesize: 42.110 MB

Tags: #Öffentlichkeitsarbeit #erfolgreich #gestalten

Städtische Öffentlichkeitsarbeit Aufgaben

Welchen Status genießt es, wie ist sein Ansehen? Um die Öffentlichkeit zu informieren, gibt es verschiedene Wege, die auch Teil des Aufgabenspektrums der Presseämter sind.

Öffentlichkeitsarbeit erfolgreich gestalten

Das hat sowohl Kapazitäts- als auch finanzielle Gründe, wie Frank Stege erklärte. Amt präsentiert sich in sozialen Medien Eine wichtige Aufgabe dabei: Noch in diesem Jahr soll die Internetseite des Amtes Gransee aufgefrischt werden und wird dann auch für Smartphone-Nutzer komfortabel nutzbar sein.

Öffentlichkeitsarbeit erfolgreich gestalten

Werbung und Public Relations nutzen ähnliche Methoden der Kommunikation, sowie gleiche Medien für eine erfolgreiche Unternehmenskommunikation. Da Kommunikationspolitik eine Marketingstrategie ist und Öffentlichkeitsarbeit wiederum ein Teil der Kommunikationspolitik, gehört die Öffentlichkeitsarbeit im Grunde zum eines Unternehmens. Wie wird es wahrgenommen und woran musst du noch arbeiten? Laut Definition weckt eine erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit, auf Seiten der Zielgruppe, Vertrauen und führt zu einem positiven Image.

Städtische Öffentlichkeitsarbeit Aufgaben

Sie stellt dort einen Bestandteil einer der vier Hauptstrategien dar.

Öffentlichkeitsarbeit

Die Struktur der Amtsverwaltung hat sich mit Beginn des Jahres 2018 geändert, Aufgaben wurden deshalb neu verteilt. Langes Geschwafel interessiert keinen und lässt deine gute Idee einfach verpuffen.

Öffentlichkeitsarbeit erfolgreich gestalten

Wir können persönliche Anfragen an Ämter und Behörden leider nicht weiterleiten. Deshalb werden Aufträge und Wünsche aus den Dörfern und der Stadt ab sofort kanalisiert. Ein Unternehmen, welches sich das gewünschte Image in der Öffentlichkeit aufgebaut hat, bekommt Vertrauen und Akzeptanz entgegengebracht.

Öffentlichkeitsarbeit

Bei der internen PR geht es mehr darum, die Corporate Culture und das Corporate Image umzusetzen. Gerade kleine und mittelständische Unternehmen müssen angesichts der wachsenden Konkurrenz dafür sorgen, dass sie positiv im Gedächtnis bleiben.

Related Books

- [National Gallery of Art announces a new program of gallery talks for college and university students](#)
- [Tin can band and other poems](#)
- [Halfway houses serving the mentally ill and alcoholics, United States, 1969-1970 - mental health fac](#)
- [Literature circles that engage middle and high school students](#)
- [Diagnostic tests](#)