

Inhalt

1. Fach-PR im Überblick

- 1.1 Fach-PR in der Informations- und Kommunikations-
gesellschaft – Einige einleitende Bemerkungen
(Günter Bentele) 11
- 1.2 PR als Organisationsfunktion –
Das Berufsfeld
(Edith Wienand) 21
- 1.3 PR-Arbeit und Fachmedien –
Theoretische Ansätze und Modelle
(Peter Szyszka/Harriet Schmitz) 59
- 1.4 Eine qualitative Umfrage aus PR-Praktiker-Perspektive
(Miriam Kuhl) 87

2. Praxis der Fach-PR

- 2.1 Konzeptionslehre und PR-Prozess
(Günter Bentele/Howard Nothhaft) 105
- 2.2 Evaluation der Fach-PR
(Reinhold Fuhrberg) 139
- 2.3 Presse-/Medienarbeit für die Zielgruppe Fachmedien
(Peter Szyszka/Harriet Schmitz) 167
- 2.4 Medienresonanzanalyse in Fachmedien
(Astrid Kruse/Katja Brickwedde) 189

3. Instrumente der Fach-PR

- 3.1 Die Genres – Fachjournalismus und Fach-PR
mit unterschiedlichen Interessen
(Manfred Weise) 203
- 3.2 Die Wahl der Instrumente –
Medienarbeit mit Fachjournalisten
(Burkhard Redeski) 225
- 3.3 Pressemitteilungen für Fachmedien schreiben
(Gabriele Hooffacker) 241
- 3.4 Fachpressekonferenzen
(Jörg Christoffel) 257

4. Ausgewählte Praxisfelder

- 4.1 IT-Unternehmen und PR am Beispiel eBay
(Katja Mayer) 279
- 4.2 Produktbezogene Fach-PR für die
pharmazeutische Industrie
(Sebastian Wachtarz) 297
- 4.3 Kommunikation mit Fachzeitschriften aus Sicht
einer PR-Agentur
(Michael Obst) 307
- 4.4 Wie Corporate Publishing das Marketing
und den Journalismus verändert
(Manfred Hasenbeck/ Alexander Gutzmer) 321
- 4.5 Grenzen von PR und Journalismus –
Ein kritischer Blick auf die Wirtschaftsmedien
(Mike Friedrichsen) 337

4.6	Dezentrale PR-Arbeit: Mitarbeiter als Fachjournalisten – Eine organisationale Innovation (Simone Huck)	359
5. Normative Grundlagen und Handlungsleitlinien		
5.1	Fach-PR und Medienrecht (Claudia Ohst)	379
5.2	Ethik der PR und Fach-PR – Grundlagen und Probleme (Günter Bentele)	411
5.3	Anfechtungen, Fehlverhalten und Ahndungen bei der Fach-PR (Horst Avenarius)	435
	Autoren	447
	Sachregister	459