
Inhaltsverzeichnis

Teil I Trends und Tendenzen in den Public Relations

1 Aktuelle Entwicklung der Unternehmenskommunikation	3
1.1 Public Relations und Medienarbeit	3
1.2 Content und Social Media	8
1.3 Storytelling	14
1.4 Fazit	18
Literatur	18
2 Arbeit mit PR-Texten	21
2.1 Definition Textsorten	21
2.2 Textsortenkompetenz in der Praxis	24
2.3 Sprachstile in der Unternehmenskommunikation	25
2.4 Fazit	29
Literatur	29

Teil II Texte der Unternehmenskommunikation von A bis Z

3 Advertorial	33
3.1 Definition und Überblick	33
3.2 Inhalt und Aufbau	38
3.3 Sprachliche Merkmale	40
3.4 Beispiele	41
3.5 Fazit	45
Literatur	45
4 Autorenbeitrag	47
4.1 Definition und Überblick	47
4.2 Inhalt und Aufbau	48
4.3 Sprachliche Merkmale	49

4.4	Beispiel	50
4.5	Fazit	52
	Literatur	53
5	Blogbeitrag (Corporate Blog)	55
5.1	Definition und Überblick	55
5.2	Inhalt und Aufbau	57
5.3	Sprachliche Merkmale	58
5.4	Beispiele	59
5.5	Fazit	61
	Literatur	62
6	Code of Conduct/Compliance-Richtlinien	63
6.1	Definition und Überblick	63
6.2	Inhalt und Aufbau	66
6.3	Sprachliche Merkmale am Beispiel	68
6.4	Fazit	69
	Literatur	69
7	Content-Strategie	71
7.1	Definition und Überblick	71
7.2	Inhalt und Aufbau	74
7.3	Sprachliche Merkmale	77
7.4	Beispiel	78
7.5	Fazit	79
	Literatur	81
8	Corporate Language/Manual	83
8.1	Definition und Überblick	83
8.2	Inhalt und Aufbau	86
8.3	Sprachliche Merkmale	88
8.4	Beispiel	90
8.5	Fazit	92
	Literatur	92
9	Gewinnspiele	95
9.1	Definition und Überblick	95
9.2	Inhalt und Aufbau	98
9.3	Sprachliche Merkmale	99
9.4	Beispiel	100
9.5	Fazit	103
	Literatur	103

10 Homepage-Texte	105
10.1 Definition und Überblick	105
10.2 Inhalt und Aufbau	107
10.3 Sprachliche Merkmale	109
10.4 Beispiele	112
10.5 Fazit	114
Literatur	114
11 Imagebroschüre	115
11.1 Definition und Überblick	115
11.2 Inhalt und Aufbau	117
11.3 Sprachliche Merkmale	119
11.4 Beispiel	120
11.5 Fazit	122
Literatur	123
12 Kommunikationskonzept	125
12.1 Definition und Überblick	125
12.2 Inhalt und Aufbau	127
12.3 Neue Dialoggruppen	132
12.4 Integrierte Kommunikation	134
12.5 Sprachliche Merkmale	135
12.6 Fazit	136
Literatur	137
13 Krisenkommunikationshandbuch	139
13.1 Definition und Überblick	139
13.2 Inhalt und Aufbau	143
13.3 Sprachliche Merkmale	145
13.4 Beispiele	145
13.5 Fazit	148
Literatur	148
14 Kundenzeitschrift	149
14.1 Definition und Überblick	149
14.2 Inhalt und Aufbau	153
14.3 Sprachliche Merkmale	156
14.4 Beispiel	158
14.5 Fazit	160
Literatur	160

15 Leitbild	161
15.1 Definition und Überblick	161
15.2 Inhalt und Aufbau	163
15.3 Sprachliche Merkmale	165
15.4 Beispiele	166
15.5 Fazit	168
Literatur	169
16 Mitarbeiterzeitschrift	171
16.1 Definition und Überblick	171
16.2 Inhalt und Aufbau	175
16.3 Sprachliche Merkmale	177
16.4 Beispiel	177
16.5 Fazit	180
Literatur	180
17 Nachhaltigkeitsbericht	181
17.1 Definition und Überblick	181
17.2 Inhalt und Aufbau	184
17.3 Sprachliche Merkmale	185
17.4 Beispiele	186
17.5 Fazit	190
Literatur	190
18 Newsletter	193
18.1 Definition und Überblick	193
18.2 Inhalt und Aufbau	196
18.3 Sprachliche Merkmale	199
18.4 Beispiel	200
18.5 Fazit	203
Literatur	203
19 Pressemitteilung und Online-Meldung	205
19.1 Definition und Überblick	205
19.2 Inhalt und Aufbau	207
19.3 Sprachliche Merkmale	211
19.4 Die Online-Meldung	212
19.5 Beispiel	214
19.6 Fazit	216
Literatur	216

20 Social Media Guidelines	217
20.1 Definition und Überblick	217
20.2 Inhalt und Aufbau	219
20.3 Sprachliche Merkmale	221
20.4 Beispiel	222
20.5 Fazit	225
Literatur	225
21 Social Media Posts	227
21.1 Definition und Überblick	227
21.2 Inhalte und Aufbau	230
21.3 Sprachliche Merkmale	233
21.4 Beispiel	234
21.5 Fazit	236
Literatur	236
22 Tweet	239
22.1 Definition und Überblick	239
22.2 Inhalt und Aufbau	241
22.3 Sprachliche Merkmale	241
22.4 Beispiel	242
22.5 Fazit	244
Literatur	244



<http://www.springer.com/978-3-658-05491-5>

Advertorial, Blogbeitrag, Content-Strategie & Co.

Neue Texte der Unternehmenskommunikation

Schach, A.

2015, XVIII, 244 S., Softcover

ISBN: 978-3-658-05491-5