

Inhalt

Teil 1 Umwelt in der Öffentlichkeit

1. **Öffentlichkeitsarbeit ist Teil der Politik:**
Mehr als „nice to have“12
Horst Neumann
2. **Kampf um Aufmerksamkeit:**
Wann Umweltthemen eine Chance auf Veröffentlichung haben 20
Claudia Mast
3. **Stellenwert der Umwelt in den Medien:**
Querschnitt ist gefordert!28
Georg Taitl
4. **Umwelt aus der Perspektive der Verbraucher:**
Der wirtschaftliche Nutzen entscheidet 34
Peter Gurr
5. **„Ecotainment“: Umwelt muss auch Spaß machen** 42
Martin Lichtl
6. **Strategische Herausforderung: Raus aus der Sonderrolle!** 50
Gertrud Höhler
7. **Umweltschutz als politische Herausforderung:**
Ohne Kommunikation läuft nichts56
Franz Josef Radermacher

Inhalt

Teil 2 Praktische Beispiele der Umwelt-PR

1.	Pressemitteilungen: ... im Zeitalter des Internets ein Relikt aus vergangenen Tagen?	64
	Karl Franz	
2.	Kontakte mit der Presse: Muss ja nicht immer gleich die Konferenz sein... ..	72
	Wolfgang Scheunemann	
3.	Printprodukte: Sie haben es in der Hand	80
	Jürgen Meissner	
4.	Radiospots: Umweltthemen emotional und aktuell	92
	Stephan Ferdinand	
5.	Film- und Fernsehspots: Kurz, knackig und einprägsam	100
	Peter Kemnitzer	
6.	Neue Medien: Es gibt vielfältige Möglichkeiten – nutzen Sie sie!	108
	Jens M. Lang und Uwe J. Reinhardt	
7.	Veranstaltungen: Eine sorgfältige Planung ist das A und O ...	116
	Wolfgang W. Röhrle	
8.	Präsentationsstände: Umwelt gut darstellen	124
	Petra Tesche	

9.	Direktmarketing: Einfache Botschaften wirken am besten	130
	Regina Lüdert	
10.	Corporate Design und Marken: Die Kraft der Beharrlichkeit	140
	Jörg Ulrich Bruy	
11.	Kampagnen: Im Herzen überzeugen	148
	Reimut Vogel und Peter Bissinger	
12.	Umweltbildung in der Schule: Mit Projekten das eigene Profil schärfen	154
	Wolfgang Baur	
13.	Außerschulische Umweltbildung: Gesellschaftlicher Dialog statt Konfrontation	162
	Claus-Peter Hutter	
14.	Zielgruppenansprache: Knapp daneben wäre auch vorbei...	170
	Björn Malcharczyk	

Inhalt

Teil 3 **ABC moderner Umwelt-PR**

- 1. Umwelt-PR planen und umsetzen:
Meilensteine auf dem Weg in die Öffentlichkeit178**
Claudia Mast
- 2. Stärken und Schwächen der Kommunikationsmittel:
So kommen PR-Vorhaben und Zielgruppe unter einen Hut192**
Stephanie Hüther

Anhang

- Glossar der Öffentlichkeitsarbeit:
Diese Begriffe sollten Sie kennen206**