

BIOGRAPHIE EINER IDEE

Die Hohe Schule der PR

Lebenserinnerungen

von

EDWARD L. BERNAYS



Econ-Verlag
Düsseldorf · Wien

INHALTSVERZEICHNIS

Geleitwort des Autors zur deutschen Ausgabe	7
---	---

TEIL I

<i>Kapitel 1:</i> Grundlagen für den Beruf des Public Relations-Beraters	21
<i>Kapitel 2:</i> Erste Erfahrungen im PR-Beruf	63
<i>Kapitel 3:</i> Worte helfen den Ersten Weltkrieg gewinnen	76
<i>Kapitel 4:</i> Strategische Information und ihr gezielter Einsatz	114
<i>Kapitel 5:</i> Berater für Public Relations	125

TEIL II

<i>Kapitel 6:</i> Sigmund Freud: PR für Psychoanalyse . . .	177
<i>Kapitel 7:</i> Public Relations im Konsumgüterbereich der Wirtschaft <i>Wasch- und Reinigungsmittel · Brot vom Fließband · Zigaretten · Bier</i>	203
<i>Kapitel 8:</i> Public Relations für Gebrauchsgüter . . .	282
<i>Autoindustrie · Elektroindustrie · Rundfunk und Fernsehen · Kühlschränke</i>	

<i>Kapitel 9: Public Relations im Vertrieb</i>	371
<i>Form und Farbe · Geschmack und Kunst · Warenhaus · Noch einmal: Kunsthandel</i>	
<i>Kapitel 10: Public Relations im Dienstleistungsbetrieb</i>	403
<i>Hotels · Banken · Eisenbahn · Feuerversicherungen</i>	
<i>Kapitel 11: Public Relations in verschiedenen Lebens- und Wirtschaftsbereichen</i>	444
<i>Öl · Geld- und Kreditmarkt · Zeitschriften · Chemie · Wandel durch Technik · Vorbereitung auf den Frie- den · Nachkriegsprobleme · Lastwagen · Internationale Public Relations</i>	
Über den Autor	525
Register	533