

Praxishandbuch

Erfolgreiche Pressearbeit

Inhalt

	Seite
Die Autoren	3
Inhaltsverzeichnis	4
Vorwort	6
Geleitwort	9
Abkürzungsverzeichnis	10
Abbildungsverzeichnis	12
1 Gut zu wissen – Theoretische Grundlagen	13
1.1 Presse, was ist das?	13
1.2 Pressearbeit, was ist das?	15
1.3 Der Kommunikationsprozess	20
1.4 Bedeutung von Medien	25
1.5 Die Arbeitswelten von Journalisten	29
1.6 Pressearbeit ist nicht gleich Werbung	33
1.7 Pressearbeit beginnt in der eigenen Bank	35
2 Die Medienlandschaft in Deutschland	36
2.1 Printmedien: Zeitungen, Zeitschriften, Anzeigenblätter	36
2.2 Fernsehen und Hörfunk	43
2.3 Nachrichtenagenturen und Pressedienste	46
2.4 Und sonst: Freie Journalisten, Redaktionsbüros, Blogger	48
2.5 Internet und virtuelle Welt	50
2.6 Experteninterview: 3 Fragen an Meike Schreiber, Journalistin	53
3 Pressearbeit starten: Analyse, Strategie, Planung	56
3.1 Ausgangssituation analysieren	56
3.2 Aufgabenstellung festhalten: Der Chef ist der Chef	58
3.3 Strategie fixieren	59
3.4 Maßnahmen bestimmen und Instrumente festlegen	61
4 Pressearbeit umsetzen: Die Basics	62
4.1 Sprache als Handwerkszeug	62
4.2 Recherche von A bis Z	67
4.3 Medienverteiler: Kontaktdaten elektronisch erfassen	73
4.4 Pressemitteilung & Co.	77
4.5 Pressefotos, Videos und Infografiken	84
4.6 Interviews, Pressegespräche und Round-Table	115

Praxishandbuch

Erfolgreiche Pressearbeit

Inhalt

	Seite
4.7 Veranstaltungen	119
4.8 Verbreitung von Pressemitteilungen und Informationen	122
4.9 Pressemappen	126
4.10 Pressearbeit online	127
5 Pressearbeit personalisieren, Erfolg kontrollieren	129
5.1 Journalisten persönlich treffen	129
5.2 Presseanfragen	130
5.3 Pressekonferenzen	133
5.4 Erfolgskontrolle in der Pressearbeit	137
6 Pressearbeit professionalisieren	140
6.1 Pressearbeit in der Krise	141
6.2 Externe Dienstleister beauftragen	144
6.3 Fort- und Weiterbildung für Pressearbeiter	146
7 Anhang	147
7.1 Checklisten	147
7.2 Rechtliches	150
7.3 Adressen und weiterführende Links	156
Literatur	160
Fachbegriffe	163
Notizen	180