

Pressearbeit

Inhalt von "Warum kennt den jeder?"
- Bernhard Kuntz

Einleitung	9
1. Warum kennt den jeder?	13
2. Strategische Überlegungen	25
2.1. Soll ich Zeit und Geld in Pressearbeit investieren oder ...?.....	27
2.1.1. PR verkauft nichts, sie erleichtert aber das Verkaufen.....	27
2.1.2. Pressearbeit kostet viel (Zeit und/oder Geld)	33
2.1.3. Pressearbeit lässt sich nur begrenzt planen und steuern	37
2.1.4. Der Redakteur entscheidet, wann, wo, wie was erscheint.....	39
2.1.5. Mit Pressearbeit allein kommt man oft nicht weit.....	43
2.1.6. Mit Pressearbeit die Webpräsenz „pushen“	46
2.1.7. Stärken und Schwächen der Pressearbeit	47
2.2. Wie gewinne ich den Kunden Redakteur als Freund?	48
2.2.1. Zusagen einhalten und den Redakteur entlasten	49
2.2.2. Den gewünschten „Input“ liefern	51
2.2.3. Zu pointierten Aussagen bereit sein.....	53
2.2.4. Nicht nur gackern, sondern auch Eier legen	56
3. Das PR-Konzept	61
3.1. Welche Ziele möchte ich durch PR erreichen?.....	63
3.2. Welche Medien spreche ich mit welchen Themen an?	74
3.3. Wie kann ich neue, spannende Themen produzieren?.....	85
3.4. Welche Maßnahmen umfasst mein PR-Konzept?.....	97



4. Das PR-Handwerk	105
4.1. Journalistisch schreiben	107
4.1.1. Journalistisch schreiben kann (nicht) jeder	107
4.1.2. Ein Artikel ist kein Werbebrief und kein Prospekt.....	115
4.1.3. Eine klare Struktur ist die halbe Miete	119
4.1.4. Regeln für das journalistische Schreiben	127
4.1.5. Überschriften formulieren, die Interesse wecken	138
4.2. Die PR-Instrumente	145
4.2.1. Pressemitteilungen oder -meldungen	145
4.2.2. Fachartikel und Expertenbeiträge	154
4.2.3. Praxis- und Projektberichte	167
4.2.4. Seminarreportagen	177
4.2.5. Interviews	182
4.2.6. Journalistische Artikel	185
4.2.7. Studien und Befragungen	189
4.2.8. Pressekonferenzen und Presseseminare	197
4.2.9. Rundfunk- und Fernsehbeiträge	200
4.3. Bilder und Illustrationsmaterial – ein oft unterschätztes Thema.....	203
4.3.1. Fotos	205
4.3.2. Grafiken und Tabellen	209
4.3.3. Tipps	212
4.4. PR-Aktionen planen und durchführen.....	216
4.4.1. Wie komme ich an die richtigen Adressen?	216
4.4.2. Wann trete ich mit den Redakteuren in Kontakt?	219
4.4.3. Was biete ich den Zeitungen an – fertige Manuskripte oder ...?.....	223
4.4.4. Wie trete ich mit den Redaktionen in Kontakt?.....	227
4.4.5. Wie verfasse ich das (elektronische) Anschreiben?.....	229
4.4.6. Wie und wann fasse ich bei Redaktionen nach?.....	231
4.4.7. Wie gehe ich mit mir zum Gegenlesen zugesandten Manuskripten um?	233
4.4.8. Was mache ich mit den erschienenen Artikeln?	236



5. Selbst machen oder Unterstützung einkaufen?	239
5.1. Was mache ich selbst? Wofür suche ich professionelle Unterstützung?..	241
5.2. Worauf sollte man bei der Zusammenarbeit mit PR-Agenturen achten?.	245
5.3. Sonstige Dienstleister	250
5.3.1. Versender von Pressemitteilungen	250
5.3.2. Clipping- oder Ausschnittdienste.....	252
5.3.3. Materndienste	254
6. Ein eigenes Thema: Bücher schreiben.....	255
Stichwortverzeichnis.....	262

