

Daniela Puttenat

Praxishandbuch Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Eine Einführung in professionelle PR
und Unternehmenskommunikation



Inhaltsverzeichnis

Vorwort	7
Inhaltsverzeichnis	11
1. Einführung: Was ist PR – und wie kann ich sie gezielt nutzen?	15
1.1 Die Macht der Medien.....	15
1.2 Ein Begriff, viele Assoziationen.....	18
1.2.1 Definition.....	18
1.2.2 Was PR ist und was nicht.....	19
1.2.3 PR und Werbung.....	22
1.3 Berufsfeld und Aufgaben.....	24
2. Die PR-Konzeption	27
2.1 Schritt 1: Fakten, Fakten, Fakten – die Ausgangssituation	28
2.2 Schritt 2: Problemanalyse.....	30
2.3 Schritt 3: Aufgabenstellung formulieren	30
2.4 Schritt 4: Ziele fixieren.....	31
2.5 Schritt 5: Zielgruppen definieren.....	32
2.6 Schritt 6: Botschaften ableiten.....	33
2.7 Schritt 7: Strategie(n) festlegen	34
2.8 Schritt 8: Maßnahmen finden	36
2.9 Schritt 9: Zeit- und Kostenplan festlegen.....	38
3. Die Pressearbeit als Basis erfolgreicher Public Relations	43
3.1 Wie Journalisten arbeiten	43
3.2 Die Presseinformation oder Wie sag ich's am besten?.....	46
3.2.1 Wonach Medien auswählen	46
3.2.2 Das sollten Sie bei der Erstellung einer Pressemitteilung beachten	49
3.2.2.1 Die Überschrift	50
3.2.2.2 Sprache, Form und Stil	52

3.3 Seeing is believing: Das überzeugende PR-Foto.....	54
3.3.1 Wann lohnt sich der Einsatz eines Pressefotos?	55
3.3.2 Wie man gute Pressefotos bekommt.....	58
3.3.3 Die Bildunterschrift (BU).....	60
3.4 Wie Sie einen Presseverteiler erstellen.....	62
3.5 Der Presseversand	66
3.6 Medienkooperationen.....	70
3.6.1 Wie entsteht eine Medienkooperation?.....	70
3.6.2 Beispiele für Medienkooperationen.....	73
3.6.3 Abstimmung mit Journalisten und Kunden	75
4. Die wichtigsten PR-Veranstaltungen	77
4.1 Die Pressekonferenz.....	77
4.1.1 Der Anlass.....	77
4.1.2 Termin und Uhrzeit.....	80
4.1.3 Verpflegung	81
4.1.4 Veranstaltungsort	81
4.1.5 Einladung.....	83
4.1.6 Pressemappe	85
4.1.7 Ablauf.....	87
4.1.8 Nachbereitung.....	89
4.2 Noch Fragen? – Das Interview	93
4.2.1 Vorbereitung	94
4.2.2 Printinterviews.....	96
4.2.3 Hörfunkinterviews	100
4.2.4 Das TV-Interview	102
4.3 On the Road again: Redaktionsbesuche	104
4.3.1 Vorbereitung und Durchführung.....	106
4.3.2 Erfolgskontrolle.....	109
5. PR begins at home: Interne Kommunikation	111
5.1 The times they are a-changin' – Interne Kommunikation gestern und heute	111
5.2 Organisation und Aufgabe der internen Kommunikation im Unternehmen.....	112
5.3 Was muss die interne Kommunikation leisten?.....	113
5.3.1 Drei Schritte: Information – Involvement – Implementierung	114
5.3.2 So planen Sie Ihre interne Kommunikation	115

5.4 Beispiele: Medien der internen Kommunikation	118
5.4.1 Intranet.....	118
5.4.1.1 Technische und organisatorische Anforderungen	118
5.4.1.2 Design	120
5.4.1.3 Inhalte	120
5.4.2 Mitarbeiterzeitung	122
6. Was tun, wenn's brennt? Kommunikation bei Krisen.....	127
6.1 Was ist eine PR-Krise?	127
6.2 Kommunikationstipps im Ernstfall.....	128
7. Schöne neue PR-Welt?	
Ein Exkurs zu Weblogs, Podcasts und Co.....	133
7.1 Web 2.0 und die Folgen.....	133
7.2 Weblogs	135
7.2.1 Was sind Weblogs?	135
7.2.2 Blogs in der PR – PR in Blogs	136
7.3 Podcasts	139
7.3.1 Wie man Podcasts für die Kommunikation nutzt	140
7.4 Guerilla-Marketing/Guerilla PR.....	142
7.4.1 Was ist Guerilla-Marketing eigentlich?	142
7.4.2 Wie funktioniert Guerilla PR?	142
7.4.3 Chancen und Risiken.....	143
7.5 Fazit	146
Und zum Schluss: Acht Gebote guter PR.....	149
Glossar.....	153
Adressen	161
Literatur.....	165
Die Autorin.....	169