
Inhalt

Einleitung	1
1 Guter Wille und fehlendes Handwerkszeug	3
2 Was Sie erwarten können: Ziel, Inhalt und Aufbau des Leitfadens	5
Die drei A der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	9
1 Adressatinnen und Adressaten bestimmen und gezielt ansprechen	11
2 Sein, Schein und Design: Der Auftritt muss stimmen	16
3 Es muss nicht immer das Jubiläum sein: Anlässe für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	27
4 Adressaten, Auftritt, Anlässe: 7 Fragen und 12 Grundsätze	31
Schreiben für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	33
1 Kurz und prägnant, konkret und anschaulich: Wörter und Sätze	34
1.1 Wörter	35
1.2 Sätze	47
1.3 Checkliste: Wortwahl und Satzbau	56
2 Interessant statt chronologisch: Textanfang und Textaufbau	57
2.1 Der Anfang muss stimmen	58
2.2 Aufbereiten statt zumuten: Textaufbau	62
2.3 Kurz, informativ und interessant: Überschrift	67
2.4 Checkliste: Textaufbau und Textanfang	69
3 Berichten statt dichten, argumentieren statt lamentieren: Für Zeitungen schreiben	70
3.1 AHA: Bericht	71
3.2 AAS und A ³ : Kommentar und Leserbrief	76
3.3 Die Form muss stimmen: Manuskript	80
3.4 Checkliste: Für Zeitungen schreiben	81

4	Gewinnen statt abschrecken: Briefe	82
4.1	Verständlich, ansprechend, freundlich: Der Brief	82
4.2	Wenn der Postmann nicht mehr klingelt: E-Mail	90
4.3	Checkliste: Briefe, E-Mail	92
5	Verständlich, anschaulich, strukturiert: Online-Texte	93
6	Verstanden werden: Leichte Sprache	95
Wirksame Pressearbeit		97
1	Knapp und klar: Die Pressemitteilung	99
1.1	Auf den Punkt kommen	100
1.2	Der letzte Schliff	103
1.3	Bevor die Post abgeht	106
1.4	Nie aufgeben	112
1.5	Checkliste: Die Pressemitteilung	113
2	Rede und Antwort: Die Pressekonferenz	114
2.1	Gut vorbereiten	115
2.2	Gekonnt durchführen	121
2.3	Sorgfältig nachbereiten	124
2.4	Checkliste: Die Pressekonferenz	125
3	Präzise und vorbereitet: Interview und Hintergrundgespräch	127
3.1	Auf Sendung: Interview	128
3.2	Kaffee und Zuckerl: Hintergrundgespräch	133
3.3	Interview und Hintergrundgespräch: 7 Grundsätze	134
4	Hege und Pflege: Umgang mit Journalisten	135
4.1	Professionell und persönlich	136
4.2	Die Medienlandschaft kennen und nutzen	138
4.3	Presse-Service im Netz	141
4.4	Einspruch: Konflikte mit der Presse	142
4.5	Umgang mit Journalisten: 7 Grundsätze	144
Netz sein: Webseite, Newsletter, Social Media		147
1	Internet: Die erfolgreiche Webseite	148
1.1	Noch einmal: Ziele und Zielgruppen	149
1.2	Vorteile nutzen: Angebot und Struktur	152
1.3	Gefunden werden: Suchmaschinen-Optimierung	155
2	Ankommen, aufmachen, lesen: Newsletter	156
2.1	Ankommen: Spamfilter passieren	156
2.2	Aufmachen: Absender und Betreff	157
2.3	Gelesen werden: Inhalt und Gestaltung	158

2.4	Newsletter bekannt machen, Rechtsvorschriften einhalten	159
3	Dialog ermöglichen: Facebook und Co.	160
3.1	Social Media: Worauf es ankommt	161
3.2	Social Media: Dos und Don'ts	163
3.3	Wenn es mal schiefgeht: Krisenkommunikation	165
	Öffentlichkeitsarbeit offline: Mittel und Medien	171
1	Anzeigen	172
2	Flyer – Flugblatt	176
3	Folder – Faltblatt	180
4	Give-aways – Werbegeschenke	185
5	Mailing	186
6	Plakat	193
7	Zeitung	195
	Literaturtipps und Links	207

Praxiswissen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Ein Leitfaden für Verbände, Vereine und Institutionen
Franck, N.
2017, VII, 209 S., Softcover
ISBN: 978-3-658-13252-1