

# Inhalt

VORWORT .....	7
<b>1. SO GEHT'S: IHRE PRESSEMITTEILUNG .....</b>	<b>9</b>
Wie Sie eine Pressemitteilung konzipieren und schreiben .....	10
Beispiel: Nachrichtenfaktor geografische Nähe – das eigene Buch .....	17
Beispiel: Nachrichtenfaktor geplante Aktualität – Veranstaltungshinweis .....	22
Beispiel: Nachrichtenfaktor geplante Aktualität – Jubiläum .....	24
Beispiel: Nachrichtenfaktor Human Interest – Siegerin .....	26
Beispiel: Nachrichtenfaktor Human Interest – Azubi-Knigge .....	30
Was fällt Ihnen zum Nachrichtenfaktor Human Interest ein? .....	33
Beispiel: Nachrichtenfaktor Fortschritt – Vaterfreuden .....	34
Beispiel: Nachrichtenfaktor Fortschritt – virtueller Büroservice .....	38
Beispiel: Nachrichtenfaktor Fortschritt – Networking-Plattform .....	41
Beispiel: Nachrichtenfaktor Konflikt – Energieausweis .....	47
Beispiel: Nachrichtenfaktor Kuriosität – „Knete her!“ .....	50
Exkurs: Für freie Berufe ist Pressearbeit mit sachlichen Informationen erlaubt .....	53
Beispiel: Nachrichtenfaktor Kuriosität – Geschmackssafari .....	54
Beispiel: Nachrichtenfaktor Kuriosität – frischer Wind .....	58
Auf den Punkt gebracht: Basics, Tipps und Tricks .....	62
<b>2. DIE PASSENDEN FOTOS FÜR IHRE PRESSEARBEIT .....</b>	<b>65</b>
Mit originellen Abbildungen Inhalte präsentieren .....	68
Beispiel: Der druckende Toaster .....	72
Beispiel: Seepferdchen auf Bestellung .....	74
Beispiel: „Knete her!“ .....	76
Beispiel: Die Dozentin .....	78
Beispiel: Zum Anbeißen schön .....	80
Grafische Elemente für mehr Wirkung .....	82
Beispiel: Die streitbare Kämpferin .....	84
Beispiel: Dienstleistungsvermittlung weltweit .....	86
Auf den Punkt gebracht: Basics, Tipps und Tricks .....	88

<b>3. WAS MACHT EINE GUTE PRESSEMAPPE AUS?</b> .....	91
Die Inhalte einer Pressemappe .....	92
Beispiel: Regelung des digitalen Nachlasses – Pressemappe .....	96
Beispiel: Interview von und mit Birgit Aurelia Janetzky .....	107
Beispiel: Bei Twago interviewt der Pressesprecher den Chef .....	109
Auf den Punkt gebracht: Basics, Tipps und Tricks .....	112
<b>4. ZUR GESTALTUNG DES ONLINE-PRESSEBEREICHES</b> .....	115
Grundlage: guter Service und gute Informationen .....	116
Beispiel: Dienstleistungsvermittlung weltweit. ....	120
Beispiel: Positionierung als Experte auf der Website .....	126
Auf den Punkt gebracht: Basics, Tipps und Tricks .....	129
<b>5. SO MACHEN SIE SICH EINEN NAMEN ALS EXPERTE</b> .....	131
Wie Sie ein Exposé erstellen .....	132
Beispiel: Wertschätzende Kommunikation. ....	134
Beispiel: Mit Beauty zum Erfolg .....	136
Beispiel: Als Gastautorin Fachtexte veröffentlichen .....	138
Beispiel: Spanischkurse für Kinder .....	140
Auf den Punkt gebracht: Basics, Tipps und Tricks .....	142
<b>6. WIE SIE MIT DEN MEDIEN KONTAKT AUFNEHMEN UND HALTEN</b> .....	145
Was gilt für das Anschreiben? .....	146
Beispiel: Einladung zum Pressegespräch beim Frauen- und MädchenGesundheitsZentrum .....	148
Checkliste für das Anschreiben .....	151
Beispiel: Einladung zum Fototermin mit Nervenkitzel. ....	152
Beispiel: Informationen über Twitter und Facebook .....	154
Beispiel: Computer-Denkspiele für Jung und Alt .....	156
Pressekodex: Trennung von Werbung und Redaktion. ....	158
Beispiel: Umgang mit redaktionellen und werblichen Texten .....	159
So bauen Sie einen Presseverteiler auf .....	161
Beispiel: Silke Rommels Presseverteiler .....	163
So arbeiten Sie mit Ihrem Presseverteiler. ....	165
Was ist bei Pressearbeit über das Internet zu beachten? .....	167
Auf den Punkt gebracht: Basics, Tipps und Tricks .....	169
<b>MEHR ALS EIN BUCH: WEITERE SERVICELEISTUNGEN</b> .....	171
<b>STICHWORTVERZEICHNIS</b> .....	173