

Barbara Brecht-Hadraschek

Wie kommen wir in die Zeitung?

Erfolgreiche Pressearbeit
für Hotel und Gastronomie

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie. Detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-636-01492-4

© 2007 by Redline Wirtschaft, Redline GmbH, Heidelberg
Ein Unternehmen von Süddeutscher Verlag | Mediengruppe
www.redline-wirtschaft.de

www.branchenwissenupdate.info

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Reihenkonzept & Redaktion: Karina Matejcek, Wien
Umschlagkonzept & -gestaltung: Thomas Jarzina, Köln
Umschlagabbildung: Thomas Jarzina
Druck: Himmer, Augsburg
Bindearbeiten: Thomas, Augsburg
Printed in Germany

Inhalt

Einleitung	9
Teil 1: Zuerst brauchen Sie ein Konzept	13
1.1 Wer sind Ihre typischen Gäste?	16
1.2 Gästenutzen herausarbeiten	19
Teil 2: Was interessiert Journalisten?	21
2.1 Je konkreter, desto besser	22
2.2 Der Nachrichtenwert eines Themas	24
2.3 Events und PR-Aktionen	27
2.4 Langfristig Themen planen und vorbereiten	33
Teil 3: Pressemitteilungen schreiben	37
3.1 Struktur und Aufbau einer Pressemitteilung	38
3.2 Der Text	44
3.3 Verständlich und klar schreiben	49
3.4 Einige Anregungen zum kreativen und angstfreien Schreiben	58
3.5 Rechtliche Aspekte	61
Teil 4: Wie komme ich in Kontakt mit der Presse?	64
4.1 Wie funktionieren Redaktionen?	66
4.2 Die Pressereise – Einladung zur Recherche vor Ort	70
4.3 Die Pressekonferenz	74
4.4 Pressegespräche – klein, aber fein	77
4.5 Presseessen	77
4.6 Interviews geben	79
4.7 Wie baue ich einen Presseverteiler auf?	80
4.8 Online-Pressedienste	85
4.9 Wie versende ich eine Pressemitteilung?	90

Teil 5: Weiteres Pressematerial	97
5.1 Fact Sheet/Datenblatt	97
5.2 Bilder	101
5.3 Pressemappe	106
Teil 6: Online-Pressecenter	109
Teil 7: Pressearbeit in der Krise	116
Teil 8: Medienbeobachtung: Erfolgskontrolle	119
Teil 9: Externe Unterstützung	122
9.1 Kooperationen	122
9.2 PR-Agenturen und Dienstleister	124
Teil 10: Ihre Adressaten: Medien in Deutschland	128
10.1 Tageszeitungen	128
10.2 Regionale und lokale Abonnement-Zeitungen	132
10.3 Kaufzeitungen/Boulevardzeitungen	133
10.4 Sonntagszeitungen und Wochenzeitungen	134
10.5 Anzeigenblätter und Amtsblätter – unverlangt und kostenlos	134
10.6 Zeitschriften und Magazine	135
10.7 Nachrichtenagenturen	139
10.8 Rundfunk und Fernsehen	139
10.9 Neue Medien – Internet	141
Teil 11: Presse-FAQs	142
Teil 12: Checklisten	146
Linktipps	154
Literatur	157
Danksagung	159
Stichwortverzeichnis	161

So nutzen Sie dieses Buch

Eingestreute Aufgaben machen das vorliegende Buch zu einem Arbeits- statt zu einem reinen Lesebuch. Sie ziehen den größten Nutzen, wenn Sie die Anregungen anhand Ihrer ganz persönlichen Situation umsetzen.

Symbole in der Randspalte markieren wichtige praktische Elemente:



Diese Hinweise sichern Ihren Erfolg.



Beispiele und Anregungen



Learning by doing!



Tipp