



30
Minuten

für erfolgreiche **Presse- und
Öffentlichkeitsarbeit**



Jens Ferber

Wird empfohlen von

N24

GABAL

Jens Ferber

30 Minuten
für die erfolgreiche
**Presse- und
Öffentlichkeitsarbeit**

30-Minuten-Reihe

Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme

Ferber, Jens:

30 Minuten für die erfolgreiche Presse- und Öffentlichkeitsarbeit /

Jens Ferber. - Offenbach : GABAL, 2000

(30-Minuten-Reihe)

ISBN 3-89749-044-7

Redaktion: Brigitte Lammel, Wiesbaden

Umschlag und Layout:

Vitting & Wagner Kommunikation, Darmstadt

Satz: Jacobs Typographie & Design, Offenbach

Druck und Verarbeitung: Salzland Druck, Staßfurt

© 2000 GABAL Verlag GmbH, Offenbach

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlags.

Hinweis:

Das Buch ist sorgfältig erarbeitet worden. Dennoch erfolgen alle Angaben ohne Gewähr. Weder Autor noch Verlag können für eventuelle Nachteile oder Schäden, die aus den im Buch gemachten Hinweisen resultieren, eine Haftung übernehmen.

Printed in Germany

ISBN 978-3-86200-198-9

In 30 Minuten wissen Sie mehr!

Dieses Buch ist so konzipiert, dass Sie in kurzer Zeit prägnante und fundierte Informationen aufnehmen können. Mit Hilfe eines Leitsystems werden Sie durch das Buch geführt. Es erlaubt Ihnen, innerhalb Ihres persönlichen Zeitkontingents (von 10 bis 30 Minuten) das Wesentliche zu erfassen.

Kurze Lesezeit

In 30 Minuten können Sie das ganze Buch lesen. Wenn Sie weniger Zeit haben, lesen Sie gezielt nur die Stellen, die für Sie wichtige Informationen beinhalten.

- Alle wichtigen Informationen sind blau gedruckt.
- Schlüsselfragen mit Seitenverweisen zu Beginn eines jeden Kapitels erlauben eine schnelle Orientierung: Sie blättern direkt auf die Seite, die Ihre Wissenslücke schließt.
- *Zahlreiche Zusammenfassungen innerhalb der Kapitel erlauben das schnelle Querlesen. Sie sind blau gedruckt und zusätzlich durch ein Uhrensymbol gekennzeichnet, so dass sie leicht zu finden sind.*
- Ein Register erleichtert das Nachschlagen.



Inhalt

Vorwort	6
1. Grundlagen	8
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit: Was ist das genau?	9
Bedeutung von PR in der heutigen Zeit erkennen	11
Stimmiges Konzept erarbeiten	14
PR im Ensemble der Marketinginstrumente	17
2. Die drei Säulen guter PR	20
Ehrlichkeit	21
Kontinuität	22
Zielgruppenorientierung	22
3. PR nach innen	24
Für interne Kommunikation eine solide Basis schaffen	25
Informationen Schwarz auf Weiß mitteilen	29
Eine Mitarbeiterzeitung herausgeben	32
Informationen mündlich weitergeben	35
4. PR nach außen: Massenmedien	40
Keine Angst vor Journalisten	41
Der Presseverteiler	44
Die Presseinformation	46
Das Pressegespräch	54
Das Pressefoto	59
Weitere PR-Aktionen	60

5. PR nach außen: Andere Bezugsgruppen	64
Persönliche Beziehungen herstellen	65
Mit Drucksachen Kontakte pflegen	68
Den Auftritt im Internet optimieren	71
Sponsoring übernehmen	72
Nachbemerkung	
Den Erfolgskurs kontinuierlich überprüfen	74
Weiterführende Literatur	77
Register	78

Vorwort

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, kurz PR, ist nach wie vor eine Domäne der Konzerne. Ich kenne nur wenige kleinere Unternehmen, die professionell PR betreiben. „Keine Zeit!“, „Kein Geld!“, „Haben wir nicht nötig!“ – Die Begründungen sind immer dieselben. Das ist bedauerlich, eine ohne Not vertane Chance. Denn Öffentlichkeitsarbeit ist nicht nur etwas für Daimler-Chrysler, Deutsche Bank, Microsoft und Co. Jeder Fünf-Mann-Betrieb kann sein Image durch geschickte Öffentlichkeitsarbeit entwickeln. Ohne gigantischen Einsatz von Arbeitskraft und mit vertretbaren Kosten. Und mit Vorteilen, die – wenn auch nicht nach ein oder zwei Tagen – in der Kasse klingeln. Deshalb richte ich das vorliegende Buch speziell an Geschäftsführer und leitende Mitarbeiter kleiner und mittlerer Unternehmen.

Die praktische PR-Arbeit steht im Mittelpunkt

Anders als in den Konzernen sind die führenden Köpfe kleinerer Unternehmen Generalisten. Sie haben keine Zeit, sich per Workshop oder mehrere hundert Seiten starkem Sachbuch intensiv in ein bestimmtes Fachgebiet einzuarbeiten. Im kleineren Betrieb kommt es auf besonders effizientes Jobmanagement an, muss auch die Zeit zwischen Tür und Angel genutzt werden. Da wundert es, dass der Informationsgehalt in der gängigen PR-Literatur immer noch nach Pfunden bemessen wird. Pfunden voller wissenschaftlicher, die eigene Kreativität einschläfernder Details, voller überflüssiger Wiederholungen.

Das vorliegende Buch ist anders. Es kommt dem Leser entgegen, der wenig Zeit hat und ohne Umschweife kompetent informiert werden will. Es bringt das Thema PR auf den Punkt und nimmt konsequent die Praxis ins Visier.

Aufbau dieses Buches

So werden die für Sie wichtigen Aspekte der PR-Arbeit dargestellt:

- In den beiden ersten Kapiteln werden die Grundlagen erläutert und die drei Säulen guter PR-Arbeit vorgestellt.
- Das dritte Kapitel befasst sich mit der PR nach innen: Ohne eine gut funktionierende innerbetriebliche Kommunikation ist die beste PR-Arbeit nicht viel wert.
- Im vierten und fünften Kapitel wird die PR-Arbeit nach außen besprochen.

Dem Einsteiger ermöglicht der Ratgeber mit seinen fünf kompakten Kapiteln einen soliden Überblick. Dem Fortgeschrittenen bietet er Gelegenheit zur systematischen Aufarbeitung seiner Lücken.

Eine kleine Aufstellung von interessanten Sachbüchern im Anhang – ausführlicher als dieser Band – lädt zur Vertiefung des Wissens ein. Denn wenn Sie einmal eingestiegen sind, wissen Sie: PR-Arbeit zahlt sich nicht nur aus, sie macht auch Spaß.

1. Grundlagen



Wissen Sie, was mit PR genau gemeint ist? *Seite 9*

Wie erarbeiten Sie ein stimmiges PR-Konzept? *Seite 14*

Kennen Sie die Marketing-instrumente? *Seite 17*