

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	9
----------------------	---

Literaturverzeichnis	13
-----------------------------------	----

1. Sender und Empfänger:

Bedingungen der kommunalen Medienarbeit	15
--	----

1.1 Bürgermeister und Journalisten:	
In weiter Ferne, so nah.....	15

1.2 Rechtsfragen: Was Justitia spricht	18
--	----

1.2.1 Behörden müssen reden: Die Auskunftspflicht	18
---	----

1.2.2 Ein heikles Feld: Wahlkampf und Amtsblätter	20
---	----

1.2.3 Foto-Falle: Das Recht am eigenen Bild	21
---	----

1.2.4 Sphärenklänge:	
Das Problem der Persönlichkeitsrechte	22

1.3 Die eine Seite des Schreibtischs: Die Verwaltung.....	25
---	----

1.3.1 Was eine Pressestelle leisten soll.....	25
---	----

1.3.2 Kein lockerer Nebenjob:	
Personalauswahl für die Medienarbeit.....	26

1.3.3 Mithalten auf der Datenautobahn:	
Technik für die Medienarbeit.....	31

1.3.4 Wissen kanalisieren:	
Der Informationsfluss im Rathaus.....	31

1.4 Die andere Seite des Schreibtischs: Die Journalisten.....	35
---	----

1.4.1 Die bunte Welt der Medien	36
---------------------------------------	----

1.4.1.1 Die Printmedien	36
-------------------------------	----

1.4.1.2 Radio und Fernsehen.....	41
----------------------------------	----

1.4.1.3 Die Nachrichtenagenturen.....	43
---------------------------------------	----

1.4.1.4 Die Online-Portale	44
----------------------------------	----

1.4.2 Die Journalisten und was sie interessiert.....	45
--	----

1.4.3 Wie eine Redaktion arbeitet.....	49
--	----

1.4.3.1 Funktionen innerhalb der Medien.....	49
--	----

1.4.3.2 Der Tagesablauf	52
-------------------------------	----

1.4.3.3 Die Saure-Gurken-Zeit.....	54
------------------------------------	----

1.4.4 Wie Journalisten schreiben:	
Textformen und Sprache	55

1.4.4.1 Die journalistischen Darstellungsformen.....	55
--	----

1.4.4.2 Nachrichten als Vorbild für	
Pressemitteilungen	58

2. Instrumente und Methoden: Die Medienarbeit	64
2.1 Der Weg zum Thema und zur Form	64
2.1.1 Nachrichtenfaktoren und was sie der Medienarbeit bringen.....	64
2.1.2 Wirklich wichtig? – Die erste Aufbereitung des Themas	66
2.1.3 Die Wahl der Mittel.....	67
2.2 Der Instrumentenkoffer der Medienarbeit	68
2.2.1 Tipps unter „1, 2, 3“: Der Hinweis.....	68
2.2.2 Das tägliche Brot: Beantwortung von Presseanfragen.....	70
2.2.3 „Was Geschriebenes“: Die Pressemitteilung/Medieninformation.....	77
2.2.3.1 Die Agenturen als Vorbild	77
2.2.3.2 Anlass und Thema	79
2.2.3.3 Die Textorganisation	81
2.2.3.4 Die Sprache	86
2.2.3.5 Die formale Gestalt.....	102
2.2.3.6 Der Versand	103
2.2.3.7 Fallbeispiel: Wie eine Pressemitteilung verbessert werden kann.....	105
2.2.4 Blick in die Zukunft: Die Presseankündigung	108
2.2.5 Mehr als tausend Worte: Das Pressefoto	109
2.2.6 Aug’ in Aug’ mit den Medien: Die Pressekonferenz.....	113
2.2.6.1 Anlass und Thema	114
2.2.6.2 Zeit und Ort	115
2.2.6.3 Inhaltliche und organisatorische Vorbereitung	118
2.2.6.4 Die Einladung	122
2.2.6.5 Der Ablauf.....	125
2.2.7 „Mal ganz unter uns ...“: Pressegespräch und Hintergrundgespräch	127
2.2.8 Hoch die Tassen: Der Medienstammtisch	128
2.2.9 In die Höhle des Löwen: Der Redaktionsbesuch	130
2.2.10 Wahres im Wortlaut: Interview, Statement, O-Ton.....	132
2.2.10.1 Grundsätzliches zu Sprache und Auftreten.....	132
2.2.10.2 Das Statement.....	135

2.2.10.3	Das Interview	137
2.2.10.4	Das Telefoninterview.....	151
2.2.11	Roadshow: Pressereise und Pressefahrt	152
2.2.11.1	Die Pressereise	152
2.2.11.2	Die Pressefahrt	155
2.3	Exkurs: Ausnahmezustand – Medienarbeit und Krisenmanagement	156
2.3.1	Schreckensszenarien: Arten und Verlauf von Krisen.....	156
2.3.2	Vorbereitet ins Chaos: Voraussetzungen für Krisen-Medienarbeit	158
2.3.3	Chance und Risiko: Medien in der Krise	160
2.3.4	Schnell, aber wahr: Medieninformation in der Krise.....	163
2.3.5	Tief durchatmen: Stressabbau in der Krise	167
2.4	Was hat's gebracht? – Medienbeobachtung und Controlling	167
2.5	Exkurs: Öffentlichkeitsarbeit und Marketing	171
2.5.1	Die Stärken stärken: Imagebildung und Marketing	171
2.5.2	Vorwärts mit Methode: Strategien in der Öffentlichkeitsarbeit	174
2.5.3	Kanäle für viele: Zielgruppen der Öffentlich- keitsarbeit	177
2.5.4	Film, Flyer, Event ...: Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit.....	178
2.5.4.1	Imagefilme und Imageanzeigen	178
2.5.4.2	Broschüren und Flyer.....	179
2.5.4.3	Internetauftritt.....	180
2.5.4.4	Events	182
2.5.4.5	Weitere Instrumente	185
2.6	Exkurs: Social Media – Volkes Stimme online	185
3.	Wenn es knirscht im Gebälk:	
	Verhalten in Konfliktfällen	189
3.1	Flucht, Vernichtung, Konsens: Strategien im Konfliktmanagement.....	189
3.2	Reaktion durch Information: Aufklärung per Medienarbeit.....	190
3.3	Persönlich werden: Gespräche mit den Medien	193
3.4	Muskelspiel: Moralischer und persönlicher Druck.....	195

3.5	Das letzte Wort hat Justitia: Rechtliche Optionen.....	198
3.5.1	Von Tatsachen und Meinungen	198
3.5.2	Ohne Gewähr: Die Gegendarstellung.....	199
3.5.3	Ein Eingeständnis: Die Berichtigung	202
3.5.4	Zum Schweigen verpflichtet: Die Unterlassung.....	202
4.	Zusammenfassung: Der Journalisten-Knigge	204
	Anhang	207
1.	Checklisten	207
1.1	Medieninformation/Pressemitteilung	207
1.2	Presseeinladung.....	208
1.3	Pressekonferenz.....	208
1.4	Statement und Interview	209
1.5	Pressereise und Pressefahrt.....	210
2.	Kontaktadressen	212
	Stichwortverzeichnis	213