

Inhalt

Vorwort zur Reihe	9
1 Die Kunst der gesunden Beziehung: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Krankenhaus	13
2 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit: Was genau ist denn die Aufgabe?	15
2.1 Ein Begriff wird erfunden	16
2.2 Kommunikation mit Menschen	17
2.3 Public Relations – Ein weites Feld!	19
3 Positionierung der PR innerhalb der Klinik	21
3.1 Vertrauen! PR in eigener Sache	23
3.2 Zentrales Instrument der Unternehmenskommunikation	26
3.3 Strategische Führungsaufgabe PR	29
3.3.1 Wer bin ich? – Analyse der Ist-Situation	31
3.3.2 Presse-/Öffentlichkeitsarbeit ist keine Entlastung für das Zeitbudget des Managements	35
4 PR – Ein Beitrag zur öffentlichen Diskussion	37
4.1 Gesundheit ist immer ein Thema	37
4.2 Gegenspieler Journalist?	40

5	PR: Ein Netz von Beziehungen	43
5.1	Objekt der Begierde: Die Medien	44
5.2	Kommunikation in der Krise	47
6	Schreiben, um zu bleiben	51
6.1	Ein Wort zum Presseverteiler	51
6.2	Die Pressemeldung – Herzstück der Pressearbeit	53
6.2.1	Handwerk beherrschen oder delegieren	53
6.2.2	Abdruckreif texten	54
6.2.3	Kontaktdaten und Ansprechpartner ...	55
6.2.4	»Was ist die Nachricht?«	56
6.3	Was also sind Themen für eine Pressemitteilung?	57
6.3.1	Die Klassiker: Was neu ist, ist gut	57
6.3.2	Hohe Qualität? Das ist selbstverständlich und keine Nachricht	59
6.3.3	TOP-Klinik, TOP-Arzt, aber auch: TOP-Kosten	59
6.3.4	Am Ende erinnern sich die Menschen an die Qualität des Essens	61
6.3.5	Aktuelle Nachrichtenlage: »Act local«	62
6.3.6	Alle reden vom Wetter – Die PR auch	63
6.3.7	Bloß nicht kompliziert!	63
6.3.8	Vom Weltnichtrauchertag und weiteren gesunden Tagen	64
6.3.9	Zahlen: Höher – schneller – weiter ...	65
6.3.10	Kongresse	66

6.3.11 Veranstaltungen sind immer eine Meldung wert	67
7 Willkommen in der Klinik – Persönliche Kommunikation	69
7.1 Pressekonferenz und Pressegespräch	69
7.2 Die Klinik als Gastgeber	71
8 Universitätsmedizin Rostock: Ein Beispiel für erfolgreiche Pressearbeit	75
9 Blog: Ein Instrument für die Klinikkommunikation?	83
9.1 Authentizität steht über allem	84
10 Schlussendlich: Die Währung ist Vertrauen	89
Literatur	93
Stichwortverzeichnis	95