

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	IX
Literaturverzeichnis	XIII
1. Sender und Empfänger: Bedingungen der kommunalen Medienarbeit	
1.1 Bürgermeister und Journalisten: In weiter Ferne, so nah	1
1.2 Rechtsfragen: Was Justitia spricht	4
1.2.1 Behörden müssen reden: Die Auskunftspflicht	4
1.2.2 Ein heikles Feld: Wahlkampf und Amtsblätter	5
1.2.3 Foto-Falle: Das Recht am eigenen Bild	6
1.2.4 Sphärenklänge: Das Problem der Persönlichkeitsrechte	7
1.3 Die eine Seite des Schreibtischs: Die Verwaltung	10
1.3.1 Was eine Pressestelle leisten soll	10
1.3.2 Kein lockerer Nebenjob: Personalauswahl für die Medienarbeit	12
1.3.3 Mithalten auf der Datenautobahn: Technik für die Medienarbeit	16
1.3.4 Wissen kanalisierten: Der Informationsfluss im Rathaus	17
1.4 Die andere Seite des Schreibtischs: Die Journalisten . .	21
1.4.1 Die bunte Welt der Medien	21
1.4.1.1 Die Printmedien	21
1.4.1.2 Radio und Fernsehen	26
1.4.1.3 Die Nachrichtenagenturen	27
1.4.1.4 Die Online-Portale	29
1.4.2 Die Journalisten und was sie interessiert	29
1.4.3 Wie eine Redaktion arbeitet	33
1.4.3.1 Funktionen innerhalb der Medien	33
1.4.3.2 Der Tagesablauf	37
1.4.3.3 Die Saure-Gurken-Zeit	38
1.4.4 Wie Journalisten schreiben: Textformen und Sprache .	39
1.4.4.1 Die journalistischen Darstellungsformen	39
1.4.4.2 Nachrichten als Vorbild für Pressemitteilungen	42
2. Instrumente und Methoden: Die Medienarbeit	
2.1 Der Weg zum Thema und zur Form	48
2.1.1 Nachrichtenfaktoren und was sie der Medienarbeit bringen	48
2.1.2 Wirklich wichtig? – Die erste Aufbereitung des Themas	50
2.1.3 Die Wahl der Mittel	51

Inhaltsverzeichnis

2.2	Der Instrumentenkoffer der Medienarbeit	52
2.2.1	Tipps unter „1, 2, 3“: Der Hinweis	52
2.2.2	Das tägliche Brot: Beantwortung von Presseanfragen	53
2.2.3	„Was Geschriebenes“: Die Pressemitteilung/Medieninformation	60
2.2.3.1	Die Agenturen als Vorbild	60
2.2.3.2	Anlass und Thema	62
2.2.3.3	Die Textorganisation	63
2.2.3.4	Die Sprache	68
2.2.3.5	Die formale Gestalt	83
2.2.3.6	Der Versand	85
2.2.3.7	Fallbeispiel: Wie eine Pressemitteilung verbessert werden kann	87
2.2.4	Blick in die Zukunft: Die Presseankündigung	90
2.2.5	Mehr als tausend Worte: Das Pressefoto	90
2.2.6	Aug' in Aug' mit den Medien: Die Pressekonferenz	94
2.2.6.1	Anlass und Thema	95
2.2.6.2	Zeit und Ort	96
2.2.6.3	Inhaltliche und organisatorische Vorbereitung	99
2.2.6.4	Die Einladung	102
2.2.6.5	Der Ablauf	105
2.2.7	„Mal ganz unter uns ...“: Pressegespräch und Hintergrundgespräch	107
2.2.8	Hoch die Tassen: Der Medienstammtisch	108
2.2.9	In die Höhle des Löwen: Der Redaktionsbesuch	110
2.2.10	Wahres im Wortlaut: Interview, Statement, O-Ton	112
2.2.10.1	Grundsätzliches zu Sprache und Auftreten	112
2.2.10.2	Das Statement	115
2.2.10.3	Das Interview	116
2.2.10.4	Das Telefoninterview	130
2.2.11	Roadshow: Pressereise und Pressefahrt	131
2.2.11.1	Die Pressereise	131
2.2.11.2	Die Pressefahrt	134
2.3	Exkurs: Ausnahmezustand – Medienarbeit und Krisenmanagement	135
2.3.1	Schreckensszenarien: Arten und Verlauf von Krisen	135
2.3.2	Vorbereitet ins Chaos: Voraussetzungen für Krisen-Medienarbeit	136
2.3.3	Chance und Risiko: Medien in der Krise	138
2.3.4	Schnell, aber wahr: Medieninformation in der Krise	141

2.3.5	Tief durchatmen: Stressabbau in der Krise	144
2.4	Was hat's gebracht? – Medienbeobachtung und Controlling	145
2.5	Exkurs: Öffentlichkeitsarbeit und Marketing	148
2.5.1	Die Stärken stärken: Imagebildung und Marketing . . .	148
2.5.2	Vorwärts mit Methode: Strategien in der Öffentlichkeitsarbeit	151
2.5.3	Kanäle für viele: Zielgruppen der Öffentlichkeitsarbeit	154
2.5.4	Film, Flyer, Event: Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit	155
2.5.4.1	Imagefilme und Imageanzeigen	155
2.5.4.2	Broschüren und Flyer	155
2.5.4.3	Internetauftritt	157
2.5.4.4	Events	158
2.5.4.5	Weitere Instrumente	161
2.6	Exkurs: Social Media – Volkes Stimme online	162
2.6.1	Aus der Steinzeit in die Zukunft: Kommunikation im Wandel	162
2.6.2	Keine Einbahnstraße: Social Media heute	165
2.6.3	Von Blogs zu Wikis: Medien des Social Web	167
3.	Wenn es knirscht im Gebälk: Verhalten in Konfliktfällen	
3.1	Flucht, Vernichtung, Konsens: Strategien im Konfliktmanagement	171
3.2	Reaktion durch Information: Aufklärung per Medienarbeit	172
3.3	Persönlich werden: Gespräche mit den Medien	174
3.4	Muskelspiel: Moralischer und persönlicher Druck . . .	176
3.5	Das letzte Wort hat Justitia: Rechtliche Optionen . . .	179
3.5.1	Von Tatsachen und Meinungen	179
3.5.2	Ohne Gewähr: Die Gegendarstellung	180
3.5.3	Ein Eingeständnis: Die Berichtigung	183
3.5.4	Zum Schweigen verpflichtet: Die Unterlassung	183
4.	Zusammenfassung: Der Journalisten-Knigge	
Anhang	189
1.	Checklisten	189
2.	Kontaktadressen	194
Stichwortverzeichnis	197