

## Inhaltsverzeichnis

<b>1. Der Beruf des Fachange- stellten wird abgeschafft.....</b>	<b>11</b>	4.4.1 Lokalradio und 15% Gruppen .....	57
<b>2. Von Public Relations und Propaganda .....</b>	<b>18</b>	4.4.2 Schnulzensender lieben lernen .....	58
2.1 Public Relations und Öffentlichkeitsarbeit.....	18	4.4.3 Öffentlich-rechtlich oder privat?.....	59
2.1.1 Ist PR Propaganda? .....	20	4.4.4 Andere Sender .....	60
2.2 Werbung.....	22	4.4.5 Übertragungswege .....	60
2.3 Abgrenzung von Wer- bung und PR .....	23	4.5 TV.....	63
2.4 Marketing.....	26	4.5.1 Bundesweit und regional ..	64
2.5 Muss ich persönlich überhaupt etwas über PR und Werbung wissen? .	27	4.5.2 Die Verbreitungswege .....	65
<b>3. Die Bedeutung der Presse .</b>	<b>29</b>	4.6 Internet .....	67
3.1 Wie die Presse die Welt verändert .....	29	4.6.1 Das Internet vergisst nie ..	68
3.2 Kummerkasten Lokalre- daktion.....	34	4.6.2 Die (Weiter)Entwicklung des WWW .....	68
<b>4. Die Medienlandschaft in Deutschland .....</b>	<b>39</b>	4.6.3 Neue Verbreitungswege ...	70
4.1 Massenmedien .....	39	4.6.4 Podcasts.....	72
4.2 Massenmedien im Wandel	44	<b>5. Der Journalist, das unbe- kannte Wesen .....</b>	<b>75</b>
4.3 Presse .....	47	5.1 Auge in Auge .....	75
4.3.1 Printmedien .....	48	5.2 Smalltalk oder Pressege- spräch.....	76
4.3.1.1 Tageszeitungen .....	50	5.3 Durchfall und ein Streit zwischen Feuerwehr und Polizei.....	78
4.3.1.2 Wochenzeitungen.....	52	5.4 Erwartungen .....	83
4.3.1.3 Anzeigenblätter .....	52	<b>6. Die Arbeit für und mit der Redaktion .....</b>	<b>86</b>
4.3.1.4 Magazine .....	53	6.1 Viele Wege führen zum Journalisten .....	86
4.4 Radio .....	55		

6.2	Die Pressemeldung .....	87	6.4.3	Was gehört in die Pressemappe?.....	105
6.2.1	Die äußere Form .....	87	6.4.4	Eine Checkliste.....	106
6.2.2	Das Wichtige am Anfang ..	88	<b>7. Marketing .....</b>	<b>108</b>	
6.2.3	Auf den Stil und die Länge achten.....	89	7.1	Definitionen .....	109
6.2.3.1	Auf persönliche Anrede verzichten .....	89	7.2	Geschichtliche Entwicklung des Marketings .....	111
6.2.3.2	Keine persönliche Meinung .....	89	7.2.1	Produktionsorientiertes Marketing.....	112
6.2.3.3	Wenig Fremdwörter .....	89	7.2.2	Produktorientiertes Marketing.....	113
6.2.3.4	Auf Grammatik achten.....	90	7.2.3	Verkaufsorientiertes Marketing.....	113
6.2.3.5	Keine Abkürzungen .....	90	7.2.4	Marktorientiertes Marketing.....	115
6.2.3.6	Bei Personen NIE nur Herr oder Frau XY .....	91	7.3	Der Marketingkreislauf .....	116
6.2.3.7	Zahlen bis zwölf ausschreiben und ab 13 als Zahl .....	91	7.3.1	Unsere Rahmenbedingungen .....	117
6.2.3.8	Aktive Sprache .....	91	7.3.2	Der Auftrag .....	117
6.2.3.9	Die richtige Länge .....	91	7.3.3	Die Analyse .....	117
6.2.4	Die Überschrift.....	93	7.3.3.1	SWOT-Analyse .....	121
6.3	Das Foto.....	95	7.3.4	Die Ziele .....	123
6.3.1	Schärfe .....	96	7.3.5	Die Strategie.....	123
6.3.2	Belichtung.....	97	7.3.6	Die Instrumente .....	124
6.3.3	Größe und Auflösung .....	97	7.3.6.1	Marketing Instrument Produkt .....	125
6.3.4	Photoshop? .....	99	7.3.6.2	Marketing Instrument Preis .....	125
6.3.5	Fotos nur vom Profi? .....	100	7.3.6.3	Marketing Instrument Promotion .....	125
6.3.6	Hoch oder breit?.....	100	7.3.6.4	Marketing Instrument Vertrieb .....	126
6.3.7	Das Farbformat .....	100	7.3.7	Die Kontrolle.....	127
6.3.8	Die Bildzeile.....	101			
6.4	Die Pressekonferenz .....	102			
6.4.1	Lohnt sich eine PK? .....	102			
6.4.2	Wann und wo?.....	104			

7.4	Marketing ist Innovation und ein Gefühl.....	128	10.5.1	Offene und geschlossene Fragen .....	156
<b>8.</b>	<b>Corporate Design .....</b>	<b>131</b>	10.5.2	Bewertung mit Skalen ....	158
8.1	Geschichte des Corporate Designs .....	131	10.5.3	Gefährliche Formulierungen .....	159
8.2	Ziele des Corporate Designs.....	132	10.5.4	Checkliste für eine Befragung .....	159
8.3	Die Hausfarbe .....	134	<b>11. Social Media (Marketing)..</b>	<b>162</b>	
8.4	Sicherheit im täglichen Arbeitsalltag.....	135	11.1	Was ist Social Media Marketing?.....	162
8.5	Die Hausschrift.....	136	11.2	Die Anfänge von »Social Media«, das Web 2.0 .....	164
<b>9. Corporate Identity .....</b>	<b>139</b>		11.3	Wo bleibt der Datenschutz .....	166
9.1	Selbstbild und Fremdbild.	139	11.4	Wer nutzt Social Media (nicht)? .....	168
9.2	Behavior, Communications, Design.....	143	11.5	Werbung unter Freunden	170
9.2.1	Corporate Behavior .....	143	11.6	ROI .....	171
9.2.2	Corporate Communication	144	11.6.1	Nestlé, Orang-Utans und ein Hallenbad .....	174
9.2.2.1	Kommunikation in der Krise .....	144	11.7	Wichtige Dienste im Social Web.....	178
<b>10. Besucherwünsche ermitteln.....</b>	<b>148</b>		11.7.1	Facebook.....	178
10.1	Die Frage(n) .....	148	11.7.2	Google+ .....	179
10.2	Die Grundgesamtheit .....	149	11.7.3	Twitter .....	180
10.3	Gütekriterien einer Befragung .....	152	11.7.4	Blogs .....	180
10.4	Arten der Befragung .....	153	11.7.5	Bewertungsplattformen ..	183
10.4.1	Mündliche Befragung ....	153	11.7.6	Weitere Anbieter .....	184
10.4.2	Schriftliche Befragung ....	154	11.7.7	Brauchen wir Social Media Monitoring.....	185
10.4.3	Telefonische Befragung..	155	11.8	Möglichkeiten und Risiken	185
10.4.4	Internet Befragung.....	155	11.8.1	Wenn die Lawine rollt - Virales Marketing.....	185
10.5	Fragearten.....	156			

11.8.2 Beleidigungen und Streisand Effekt .....	189	13.7 Wie und wo drucke ich mein Plakat?.....	226
11.9 Newsletter .....	193	<b>14. Selbstkontrollfragen .....</b>	<b>228</b>
<b>12. Rechtliche Aspekte .....</b>	<b>197</b>	14.1 Fragen zu Kapitel 2 .....	228
12.1 Warum Recht .....	197	14.2 Fragen zu Kapitel 3 .....	228
12.2 Rechte gegenüber der Presse .....	198	14.3 Fragen zu Kapitel 4 .....	228
12.2.1 Recht am eigenen Bild ...	200	14.4 Fragen zu Kapitel 5 .....	229
12.2.2 Recht am eigenen Wort..	202	14.5 Fragen zu Kapitel 6 .....	229
12.2.3 Recht auf Gegendarstellung.....	203	14.6 Fragen zu Kapitel 7 .....	229
12.3 Rechte der Presse.....	206	14.7 Fragen zu Kapitel 8 .....	230
12.3.1 Auskunftsanspruch.....	206	14.8 Fragen zu Kapitel 9 .....	230
12.4 Das Urheberrecht.....	207	14.9 Fragen zu Kapitel 10 .....	230
12.5 Das Impressum .....	211	14.10 Fragen zu Kapitel 11 .....	231
<b>13. Das Plakat.....</b>	<b>215</b>	14.11 Fragen zu Kapitel 12 .....	231
13.1 Visuelle Aufmerksamkeit und KISS .....	215	14.12 Fragen zu Kapitel 13 .....	232
13.2 Die richtige Farbe anhand des Farbkreises.....	218	<b>15. Index.....</b>	<b>233</b>
13.3 Die Schrift.....	221	<b>16. Glossar.....</b>	<b>238</b>
13.3.1 Mit und ohne Serifen .....	221	<b>17. Literaturverzeichnis.....</b>	<b>243</b>
13.3.2 Ein Punkt ist mehr als ein Satzzeichen .....	221		
13.3.3 Die Familie mit halbfetten Kindern .....	222		
13.3.4 Eine Auszeichnung ist kein Orden.....	223		
13.4 Bedeutung von Plakaten .	223		
13.5 Wer entwirft mein Plakat? 224			
13.6 Software für die Plakgestaltung.....	225		