

Henriette Frädrich

30
Minuten

Mediencoaching

ON AIR

Wird empfohlen von



GABAL

Henriette Frädrich

30 Minuten

Mediencoaching

Bibliografische Information Der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Umschlag und Layout: die imprimatur, Hainburg
Titelfoto: Sandor Jackal – Fotolia.com
Lektorat: Dr. Sandra Krebs, Offenbach
Satz: Zerosoft, Timisoara (Rumänien)
Druck und Verarbeitung: Salzland Druck, Staßfurt

Werden Sie Fan von GABAL auf [facebook.com](https://www.facebook.com/gabal).
Follow us on twitter.

© 2011 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 978-3-86200-491-1

In 30 Minuten wissen Sie mehr!

Dieses Buch ist so konzipiert, dass Sie in kurzer Zeit prägnante und fundierte Informationen aufnehmen können. Mithilfe 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, sodass sie leicht zu finden sind.* 
- Ein Register erleichtert das Nachschlagen.

Inhalt

Vorwort	6
1. Vitamin M	8
Von den Medienprofis lernen	9
Ziele für Ihre Medienpräsenz	10
Effekte Ihrer Medienpräsenz	13
2. Der Medienkreislauf	16
Das Fernsehen	17
Die Printpresse	22
Das Internet	26
Die eigene Website	29
Das Buch	34
3. In die Medien kommen	36
Passiv: Lassen Sie sich von Redaktionen finden!	37
Aktiv: Sprechen Sie Redaktionen an!	41
Suchmaschinenmarketing	48
So gewinnen Sie: Dos im Umgang mit den Medien	52
So nicht! Don'ts im Umgang mit den Medien	56

4. Ihr Auftritt	60
Das Publikum gewinnen	61
Ihre Auftrittsregeln	63
Nach dem Auftritt	75
Just do it!	77
Die Autorin	78
Weiterführende Literatur	79
Register	80

Vorwort

Wer sich selbst, seine Firma, seine Produkte oder Dienstleistungen erfolgreich vermarkten möchte, der kommt um eine breit gefächerte Präsenz in den Medien nicht umhin. Auftritte in „den Medien“, beispielsweise im Fernsehen, in der Printpresse oder im Internet, bieten eine hervorragende Plattform, um seine Zielgruppe zu erreichen.

Die Angst vor dem Auftritt

Doch nach wie vor haben die meisten Menschen ein mulmiges Gefühl, in der Öffentlichkeit vor einem breiten Publikum aufzutreten, insbesondere wenn Journalisten aus der Print- oder TV-Presse anklopfen und um Interviews bitten. In der Magengegend breitet sich ein flaes Gefühl aus und Nervosität und Anspannung sorgen für eine blamable Performance mit Stottern, zu vielen „Ähs“, Rotwerden und nicht verständlichen Satzungen. Peinlich, peinlich!

Souverän auftreten

Gerade heutzutage, da peinliche Fehlritte nicht mehr morgen schon vergessen sind – das „Turbo-Medium“ Internet verbreitet in Sekunden schneeballartig News, Storys und ganz besonders gern Fehlritte, Klatsch und Tratsch –, kommt es auf einen souveränen Auftritt an. Und den können Sie lernen! Ich wähle mit Absicht nicht das Wort „perfekt“, denn perfekt zu sein ist gar nicht nötig. Das sollte Ihnen den Druck und die Angst bereits ein wenig nehmen.

Medien sind auch nur Menschen

Die meisten Menschen haben keine Vorstellung, wie „die Medien“ funktionieren, sodass sich die Unsicherheit meist auf die Medien an sich bezieht. „Die da im Fernsehen“ oder „die da bei der Presse“ werden oft mit Skepsis und Bewunderung gleichermaßen beäugt. Wer versteht, wie Redaktionen arbeiten und dass die wenigsten Journalisten wirklich „fiese Füchse“ sind, wird auch viel lockerer mit ihnen umgehen können.

„Die Medien“: nicht mehr nur TV & Zeitung

Die „Medien“ sind heute so viel mehr als noch vor zehn Jahren. Nicht mehr nur Fernsehen und Zeitungen machen die Medienlandschaft aus, sondern auch das Internet gehört selbstverständlich dazu und bietet Ihnen unzählige PR-Möglichkeiten.

Lernen Sie daher in diesem Buch,

- welche vielfältigen Möglichkeiten Ihnen eine planvolle Medienpräsenz auf den verfügbaren Medienkanälen bietet,
- wie Sie von den Medienredaktionen wahrgenommen werden,
- wie Sie „in die Medien kommen“ und
- wie Sie souverän und sympathisch Ihre Auftritte meistern.

Viel Erfolg wünscht Ihnen herzlichst
Henriette Frädich

1. Vitamin M

ON AIR

Was kann ich von
Medienprofis lernen?

Seite 9

Welche Medienmarschroute
will ich gehen?

Seite 10

Was können die Medien für
mich und mein Produkt tun?

Seite 13