

Christian Schmid-Egger

Medientraining

UVK Verlagsgesellschaft Konstanz · München

Inhalt

Vorwort	9
An wen richtet sich dieses Buch?	11
1 Die interaktive Mediengesellschaft	13
1.1 Einführung des Fernsehens	13
1.2 Das Web 2.0	14
1.3 Der Mensch bleibt gleich	15
1.4 PR-Erfolge durch das Web 2.0	16
2 Der Medienmarkt verändert sich	19
2.1 Veränderungen bei den Medienkonsumenten	19
2.2 Veränderungen bei Journalisten	21
2.3 Veränderungen für PR-Mitarbeiter	23
3 Das journalistische Umfeld	25
3.1 Der Wettbewerb zwischen den Medien	25
3.2 Nachrichtenwertfaktoren	27
3.3 Wie arbeiten Journalisten?	30
3.4 Der Umgang mit Journalisten	36
4 Wie entsteht ein Beitrag?	47
4.1 Der Printbeitrag	47
4.2 Der Radiobeitrag	48
4.3 Der Fernsehbeitrag	50
4.4 Im Studio	52
5 Der eigene Medienauftritt	55
5.1 Das Interview	57
5.2 Wie Sie ein Interview durchführen	63
5.3 Die Pressekonferenz	75

6	Sprache und Ausdruck im Interview	77
6.1	Sprechweise	78
6.2	Ausdruck und Wortwahl	80
6.3	Dialekt, ja oder nein?	89
6.4	Ermitteln Sie Ihre beste Medienwirkung	90
7	Die Inhalte: Was dürfen Sie sagen?	93
7.1	Wer ist Mediensprecher?	93
7.2	Wie ist eine Presseabteilung aufgebaut?	95
7.3	Was kommunizieren Sie am besten?	98
7.4	Wie Sie ein Journalist unter Druck setzt	106
7.5	Umgang mit schwierigen Fragen	112
7.6	Ausweichtechniken	119
7.7	Öffentliche Konflikte	123
7.8	Werbebotschaften im Medienbeitrag	125
8	Krisenkommunikation	127
8.1	Was ist eine Krise?	127
8.2	Fallbeispiel Brent Spar	128
8.3	Weitere Krisen	129
8.4	Typische Fehler in Krisen	130
8.5	So vermindern Sie das Risiko einer Krise	131
8.6	Richtiges Verhalten in der Krise	137
9	Teilnahme an einer Talkshow	143
9.1	Was Sie über Talkshows wissen sollten	143
9.2	Entscheidungskriterien für die Teilnahme	145
9.3	Wie Sie in einer Talkshow gut aussehen	146
9.4	Sie sind Studiogast	149
10	Körpersprache erkennen	151
10.1	Was ist Körpersprache?	151
10.2	Zentrale Grundmuster der Körpersprache	155
10.3	Körpersprache beim Medienauftritt	159
11	Körpersprache nutzen und beeinflussen	167
11.1	Wie erkennen Sie einen Lügner?	168
11.2	Wie Sie Ihre Körpersprache beeinflussen können	173

12	Umgang mit Lampenfieber	179
12.1	Wie entsteht Lampenfieber?	179
12.2	Wie Sie Lampenfieber wieder loswerden	181
12.3	Was tun, wenn Sie stecken bleiben?	183
13	Wer ist für einen Medienauftritt geeignet?	187
13.1	Drei Persönlichkeitstypen	187
13.2	Der ideale Mediensprecher	195
14	Wissenschaftliche Experten	199
14.1	Wer ist Experte?	199
14.2	Welchen Vorteil hat man als Experte?	200
14.3	Was erwarten die Medien von einem Experten?	201
14.4	Positionieren Sie sich	203
15	Ihre Rechte und Pflichten beim Interview	205
15.1	Interviews im Printbereich	205
15.2	Interviews im Radio- und TV-Bereich	207
15.3	Was Sie sagen müssen	208
15.4	Die Gegendarstellung	211
16	Medienauftritte im Internet	215
	Der eigene Youtube-Film	216
	Literatur	219
	Index	220