

PRESSARBEIT GRIMMHEIMAT NORDHESSEN

- Definition von Pressearbeit
- Instrumente und Rahmenbedingungen
- Instrument 1: Pressenewsletter
- Instrument 2: Pressereisen
- Instrument 3: Persönliche Kontaktpflege



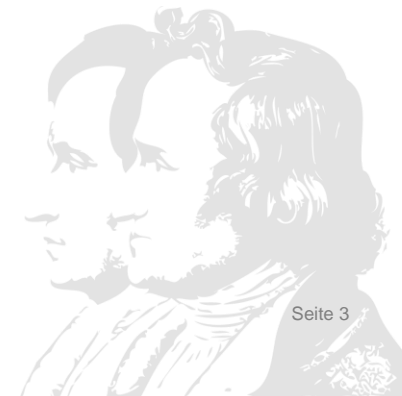
PRESSEARBEIT - DEFINITION

- Pressearbeit, auch als Medienarbeit bezeichnet, umfasst die Kommunikation von Unternehmen und Organisationen, die sich konkret an Presse und Medien richtet. Es geht bei Pressearbeit und Medienarbeit immer darum, das Verhalten einer klar definierten Zielgruppe im Sinne des Senders der Information zu beeinflussen.
- Quelle: www.public-relations-studium.de
- Unerlässlich: Persönliche Kontakte zu den Medien



PRESSARBEIT: INSTRUMENTE + RAHMENBEDINGUNGEN

- Pressenewsletter + Pressereisen + Persönliche Kontaktaufnahme zu den Redaktionen
- Arbeit ohne Anzeigenbudget
- Aufforderung zu Beteiligungsangeboten
- Vermischung von Anzeigenteil und Textteil (Redaktion)



INSTRUMENT 1: PRESSE-NEWSLETTER

- Aktuell Aussendung von gemischten Presse-Newslettern sechsmal jährlich
- Schwerpunkt 2019: News & Geheimtipps
- Basisthemen: Fachwerk, Natur erleben, Familien, Kultur
- In jedem Presse-Newsletter werden 1-2 Mitglieder der Burgen & Schlösser Kooperation vorgestellt
- Gerne auch Kulinarik-Tipps (regionale Spezialitäten)



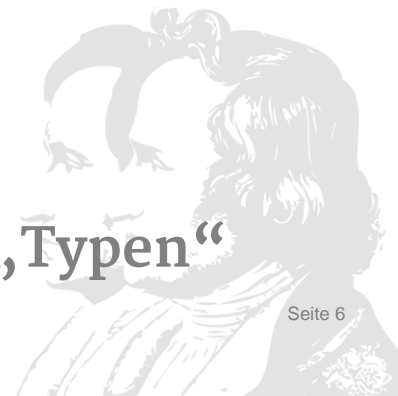
INSTRUMENTE 2- PRESSEREISEN

- Gut vernetzte Reisedredakteure erhalten pro Tag circa 200-300 E-Mails mit Pressemitteilungen, Einladungen zu Pressegesprächen und Pressereisen
- Fest angestellte Redakteure müssen i. d. R. Urlaub nehmen, um an Pressereisen teilnehmen zu können
- Der Anteil von freien Reisejournalisten in den Redaktionen steigt kontinuierlich an bei sinkenden Honoraren
- Nordhessen gehört noch nicht zu den Top-Reisezielen und hat noch oft das Image langweilig, öde, verstaubt



PRESSEREISEN: ANFORDERUNGEN

- Unerlässlich: hoher Qualitäts- und Serviceanspruch an Pressereisen
- Rund-Um-Versorgung mit Übernahme der An- und Abreisekosten
- Top-Unterkünfte: Niveau und Außergewöhnlichkeit
- Kombination von Highlights und Themen, die einen roten Faden ergeben (Story)
- Ideal: Mehrere Anlässe zur Berichterstattung!
- Interessante Ansprechpartner: Persönlichkeiten, „Typen“



INSTRUMENT 3: PERSÖNLICHE KONTAKTAUFNAHME

- Voraussetzung: persönliche Kontaktpflege
- Auswahl von Highlight-Themen aus der Region, die zu den Themen des Zielmediums passen und kein einzelbetriebliches Angebot sind, Bsp.: Mohnblüte, Ahle Wurst, Welterbe
- Instrumente: telefonische Kontaktpflege, Redaktionsbesuche, Termine ITB
- Am ergiebigsten sind Kontakte zu Ansprechpartnern, die man persönlich kennt



DANKE!

- **Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!**

