

# Strategien der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

## Crossmedial in die Breite

### R Christiane Franke



Freie Journalistin im Bereich Kulturkritik, Kulturmanagement und Corporate Publishing, Autorin, Projektleiterin BLKM, Reportagen für Print, Rundfunk und Online-Medien, 10 Jahre Chefredaktion

### ! Auf einen Blick

Di. 18. April

10 bis 17 Uhr

*Ort: Kaiserslautern, Galappmühle*

*Kosten: 115 € inkl. Arbeitsmaterialien und Mittagessen*

*max. 20 Teilnehmende*

Die Coronakrise hat in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zu grundlegenden Veränderungen geführt. Der Rückzug der Menschen aus der Öffentlichkeit, Homeoffice und digitale Medien als häufigste Quelle für Informationen sowie ein Rückgang des öffentlichen Interesses an kulturellen Themen zeigen ihre Wirkung. Wie kann in diesen sich wandelnden Zeiten Presse- und Öffentlichkeitsarbeit dennoch wirksam sein? Unverändert gilt: Die zwei Säulen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sind Beziehungsarbeit und Überzeugungsarbeit. Effizienz und Erfolg gelingen, wenn ein Strategie-Konzept im Zuschnitt der Möglichkeiten erstellt und umgesetzt wird. Dabei werden die Vorteile der Digitalisierung im Bewusstsein einer tiefgreifenden Veränderung der Mediennutzung im Besonderen berücksichtigt.

### Inhalte

- » Grundlagen moderner Pressearbeit
- » PR-Strategie-Entwurf
- » Medien- und Pressearbeit im Alltag
- » Profilbildung durch Kommunikation intern – extern
- » Storytelling in der PR
- » Text/Bild/Video – was, wo, für wen, wieviel
- » Leistungsmerkmal »Homepage«
- » Social Media – Chancen und Grenzen
- » Wirkungskontrolle, Evaluation