

Pressearbeit: Gesundheitsthemen in Printmedien

Anlässe für Pressearbeit:

- Aktuelle Gesundheitspolitik
- Jahreszeit (Vorlauf der Medien beachten)
- Prominente Beispiele
- Aktuelle Umfrage oder Studie
- Überblick schaffen (Patienten informieren, Kollegen weiterbilden etc.)
- Eigen-PR (Ziele: mehr Privatpatienten, mehr Zuhörer bei Vorträgen etc.)
- schlechtes Image aufbessern (Berufsstand, Krankheitsbild, Berufsverband)
- Falschmeldungen korrigieren (= Krisen-PR)

Unterschiedliche Formen von Artikeln:

- Nachricht
- Bericht
- Feature
- Reportage
- Frage-Antwort-Interview
- Fallbeispiel mit Ich-Erzählung
- Tabelle, Liste
- Test: Fragebogen mit Auswertung
- ausführliche Bildunterschrift zu Hingucker-Foto oder Grafik

Schmankerl / Zusatz-Infos

- Berühmte Patienten
- Die interessante Zahl
- Hier gibt es Hilfe: Tipps und Adressen

kostenlose Vorlagen für:

- Fotos im Hoch- und Querformat
- Torten- oder Balken-Diagramme
- erläuternde Grafiken (Gesundheit in Zahlen)
- Quelle angeben: privat, oh = ohne Honorar, kn = kostet nichts

Karin Hertzner

Pressearbeit

Agentur

Ysenburgstraße 6
80634 München
T: 089 / 5002 8445
info@karinhertzer.de
www.karinhertzer.de