

Inhalt

Vorwort	9
Einleitung	11
I. Krisen-PR aus journalistischer Sicht	15
1. <i>Der Primeur oder: Die Titelstory</i>	16
Beispiel 1	20
Beispiel 2	21
Das Wichtigste in Kürze	22
2. <i>Keine Stellungnahme: So läuft die Kampagne</i>	23
Der Fall Elia	25
Aktiv werden, informieren	34
Das Wichtigste in Kürze	36
3. <i>Neid und Missgunst unter Ärzten</i>	37
Interview mit Professor Felix Gutzwiller	38
Medien: Täter und Opfer – wer ist wer?	42
Beispiel	43
4. <i>So tickt das Journalistenhirn</i>	45
Das Rollenselbstbild von Journalisten	47
Das Wichtigste in Kürze	48
Das Journalistenhirn	49
Die Wühlmaus	50
Der Distinguierte	51
Der Pantoffel-Journalist	52
Der Senior-Reporter	53

Das Wichtigste in Kürze	54
Käuflichkeit von Journalisten	54
Das Wichtigste in Kürze	57
5. <i>Die Angst der Ärztinnen, Ärzte und Klinikdirektoren</i>	59
Eingeschränktes Denken, eingeschränktes Handeln	61
Das Wichtigste in Kürze	64
II. Die Trickkiste für den Umgang mit einer Krise	65
6. <i>Was tun in der Krise? – Regeln</i>	66
Den Ernstfall proben	69
Handlungskatalog im Worst-Case-Szenario	70
Problemanalyse	71
Das Wichtigste in Kürze	73
Was Ihre Mitarbeiter wissen müssen	73
Das Wichtigste in Kürze	74
Der erste Kontakt am Telefon	75
Wichtig beim telefonischen Erstkontakt	75
Der Empfang	77
Korrigieren erlaubt, umschreiben verboten	78
Ab wann ist Transparenz ungesund?	79
Das Wichtigste in Kürze	81
Was tun, wenn es wirklich etwas zu verheimlichen gibt? .	81
Echtheit zählt	83
Das Wichtigste in Kürze	86
Was tun Ärztinnen und Ärzte mit eigener Praxis?	
Die Taskforce	86
Auswahl des Sprechers, oder ist alles Chefsache?	88
Kernbotschaften formulieren	91
Regeln für Pressemitteilungen	91
Rechte und Pflichten von Journalisten	92
Knackpunkt Arztgeheimnis – Rechtslage	95

Interview mit Judith Naef, Universitätsspital Zürich	95
Recht auf Gegendarstellung	102
7. <i>Pressekonferenz – wann macht sie Sinn?</i>	105
Das Wichtigste in Kürze	107
Das steht in der Presseinformation	108
Das Wichtigste in Kürze	110
Was Zeitungsjournalisten benötigen	110
Das Wichtigste in Kürze	111
Was Vertreter elektronischer Medien benötigen	112
Das Wichtigste in Kürze	115
8. <i>Engagement einer PR-Agentur – Sinn oder Unsinn?</i>	116
Beispiel 1	117
Beispiel 2	118
9. <i>Medienwirksamer Auftritt im Fernsehen</i>	120
Auftritt – Auswahl von Kleidung, Schmuck, Frisur	122
Tipps für Frauen	123
Tipps für Männer	124
Das Wichtigste in Kürze	125
10. <i>Checklisten</i>	126
Checkliste Krisenkommunikation	126
Checkliste Pressemitteilung	128
Checkliste für den TV-Auftritt	129
Checkliste fernsehtaugliche Kleidung	131
Tipps für Ärztinnen	131
Tipps für Ärzte	132
Checkliste für die Analyse danach	133
Checkliste der größten Sünden	134

III. So meistern Sie die Krise persönlich	135
11. Quickies – Wege zur Entspannung	
<i>in allen Berufssituationen</i>	136
Fingerzauber	137
Progressive Relaxation	138
Zentrieren	139
Luftspiel	140
Tarzan spielen	140
Blitzentspannung	141
Zazen	141
Body-Scan	142
Psychohygiene-Training	143
Meeresbrise	143
Übungen gegen den Stress	144
Gedankenfluss	145
Energiekick für den Kopf	146
Babysprache	146
Ballspiele	146
Ablenkungsmanöver	146
Musik hören	147
Minuten vorher	148
Entspanntes Atmen	149
«Suppe kühlen»	149
Ohrenmassage	149
Ernährungstipps	150
In letzter Sekunde	151
Anhang	152
Bücher und Links zum Presserecht	153
Kontakt zur Autorin	154