

TriCo.Media   
DIE KUNST ZU KOMMUNIZIEREN

**MEDIEN  
ARBEIT**

# MEDIEN ARBEIT.

Der Volksmund sagt gern noch immer: Pressearbeit. Dabei ist Presse per Definition alles Gedruckte. Deshalb wählen wir den Begriff der Medienarbeit – also den Umgang mit Presse, Funk, Fernsehen, Internet.

Die Medienarbeit unterscheidet die proaktive und die reaktive. Dabei ist immer gleich: Journalisten haben die Aufgabe, Öffentlichkeit herzustellen. Und ihre Währung ist die Information. Deshalb stellen Journalisten Fragen, mögen sie manchmal auch noch so seltsam erscheinen.

Entscheidend ist einzig und allein der Umgang damit.

# PLÖTZLICH IN DEN



<https://www.e-commerce-magazin.de/kommunikation-kunden-wuenschen-sich-persoentlichen-kontakt-zu-unternehmen/>

**„Wir müssen Medienkompetenz als Kernkompetenz entwickeln“**

# SCHLAG ZEILEN

---

**01**

WIE GEHE ICH MIT JOURNALISTEN UM?  
WAS BENÖTIGEN SIE?

---

**02**

WIE SETZE ICH SELBST THEMEN AUF DIE AGENDA?  
WIE GELINGT AGENDA SURFING?

---

**03**

WELCHE AUFGABE HAT DER PRESSESPRECHER?  
WANN SPRICHT ER, WANN DER CHEF?

---

**04**

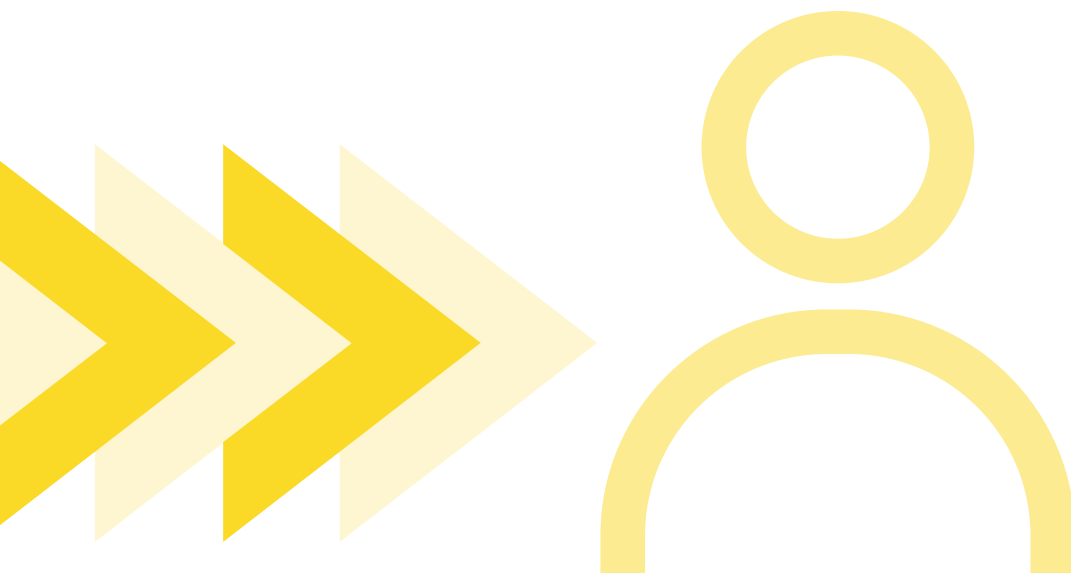
WIE BAUE ICH DIE  
PRESSESTELLE DER  
ZUKUNFT AUF?  
WAS MUSS EINE  
UNTERNEHMENSKOMMUN  
IKATION KÖNNEN?

---

**05**

WIE SCHREIBE ICH EINE  
PRESSEMITTEILUNG?  
WIE ORGANISIERE ICH  
EINE PRESSE-  
KONFERENZ?

---



# DER KOMPASS UNSERER

# ZUSAMMENARBEIT

## 1 ANALYSE

*systematische Untersuchung aller unternehmensrelevanten Kriterien*

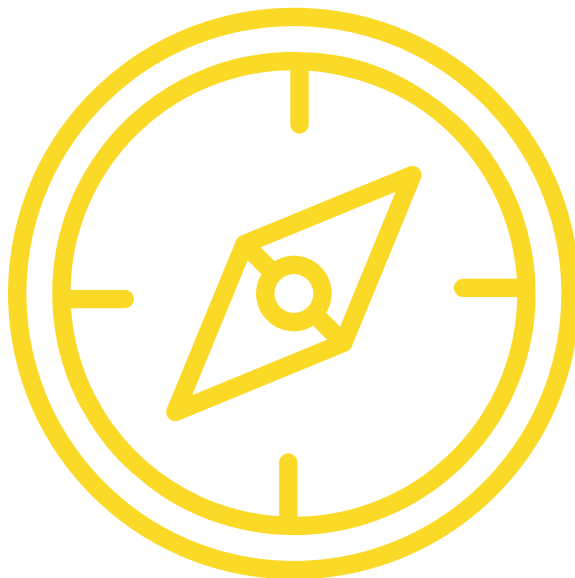
## 2 STRATEGIE

*passgenaue Ausrichtung und Definition projektbezogener Maßnahmen*

## 3

## TAKTIK

*konkrete Umsetzung definierter Schritte*



## KONTROLLE

## 4

*stetige Überprüfung  
umgesetzter Maßnahmen  
im Prozess und  
im Ergebnis*

FÜR SIE:

# IHRE KOMMUNIKATION MIT JOURNALISTEN



- Einarbeitung in die Branche und Recherche zu Ihrem Unternehmensumfeld.
- Auswahl von für Ihr Unternehmen relevanten Medien und Journalisten: Wer berichtet über unser Thema? Welche Journalist ist mit unserer Branche vertraut?
- Erstellen eines Medienverteilers mitsamt aller relevanten Medienkontakten, abgestimmt auf Ihr Unternehmen und Ihre Themen, regional und national.
- Zielgerichtete Akquise relevanter Journalisten: Wer ist offen für unser Thema?
- Aufbereitung von unternehmensbezogenen Informationen: Welche Themen könnten für Medien interessant sein?
- Anfertigen und Versenden von Medien-Informationen: Zu welchem Thema bietet sich eine klassische Pressemitteilung (heute: Medien-Info) an? Wie schreibe ich sie?
- Umsetzung eines Agenda-Settings und/oder Agenda-Surfings: Welche Themen könnten wir selbst platzieren? Auf welche Themen springen wir auf?
- Führen von Hintergrundgesprächen mit ausgewählten Journalisten, regional wie national: Wie bereite ich Journalisten auf ein Thema vor? Was bedeutet die Regel „unter 3“?

FÜR SIE:

# ALLES ZU IHRER MEDIEN- KONFERENZ



- Konzeption und Organisation von Medienkonferenzen.
- Inhaltliche Vor- und Nachbereitung von Medienkonferenzen.
- Zielgerichtete Kontaktierung relevanter Journalisten und Medien und Umsetzung eines Einladungsmanagements.
- Vor-Ort-Begleitung der Medienkonferenz.
- Erstellen von Reden und von begleitenden Schreiben.
- Workshop: Zum Umgang mit Journalisten - Workshop mit allen Mitarbeitern, die Medienkontakt haben zum korrekten Umgang mit Journalisten.

# AUF EINEN BLICK

Sie haben mit Dr. Thorsten Klein einen Ansprechpartner zu allen Fragen der Medienarbeit.

Sie profitieren von einem langfristigen Sparringspartner und dessen stetiger Begleitung mit branchenübergreifender Expertise und seinem belastbaren Netzwerk.

Sie profitieren von der zielgerichteten Auswahl derjenigen Journalisten und Medien, die für Sie und Ihr Unternehmen relevant sind.

Sie profitieren von einem langfristigen Sparringspartner und dessen stetiger Begleitung mit branchenübergreifender Expertise und einem belastbaren Netzwerk.

Sie sorgen für eine nachhaltige Weiterentwicklung Ihres Unternehmens und sind fähig, auf Veränderungen der Mediengesellschaft zu reagieren. So bleiben Sie am Puls der Zeit.

Das Bild, in dem Sie stehen, können Sie nicht selbst betrachten. Deshalb hilft Ihnen ein Kommunikationsexperte, der das Beste aus verschiedenen Welten mitbringt. Sie lernen von anderen Branchen und Unternehmen.

Sie erhalten wichtige Einblicke in die Do's and Dont's der Kommunikation und entwickeln einen routinierten Umgang mit ihr.

TriCo.Media gibt Ihnen Sicherheit und Vertrauen.





# KOMMUNIKATIONS EXPERTE



Dr. Thorsten Klein, Jahrgang 1979, aus Saarbrücken ist ehemaliger Regierungssprecher der Staatskanzlei des Saarlandes und hat in Kommunikations- und Medienwissenschaften promoviert. Als Kommunikationsexperte begleitet er Unternehmen und Institutionen zu Themen wie PR, Öffentlichkeitsarbeit, Netzwerkaufbau – und hat eine ausgewiesene Expertise in der Krisenkommunikation.

Dr. Klein hat die Kommunikation in allen Facetten kennengelernt - als Journalist, Mediensprecher, Gründer, Geschäftsführer, Krisenmanager, Ehrenamtler, Oppositionsführer, Wissenschaftler und Dozent an diversen Hochschulen. Er führt das Wissen aus den Welten zusammen.

# UNSERE REFERENZENZEN

---

Wir bringen das Beste aus den Welten zusammen und mit in eine neue Branche. Iterativ und interdisziplinär.

## VERTRAUEN STEHT AN ERSTER STELLE.

Verständlicherweise erwarten unsere Mandanten Vertraulichkeit. Wir auch. Deshalb nennen wir nicht alle, sondern nur diejenigen, mit denen wir das vereinbart haben. Gerne bieten wir an, zum Feedback den Kontakt zu Mandanten herzustellen.



UKS  
Universitätsklinikum  
des Saarlandes

*formbar*

PRÄSIDIUM DER  
BEREITSCHAFTSPOLIZEI



POLIZEI  
Sachsen



reha  
Einer für alle. Alle vereinen.



HIPS

HELMHOLTZ  
Institut für Pharmazeutische Forschung Saarland



ABTEI THOLEY

grenzenlos mystisch

iKrämer



Kreissparkasse  
Saarlouis



BRUCH  
Der Bierbrauer



# IHR PARTNER FÜR MEDIEN ARBEIT.

DR. THORSTEN KLEIN

Telefon: +49 681 98 3322 0  
E-Mail: [thk@trico.media](mailto:thk@trico.media)

[www.trico.media](http://www.trico.media)

