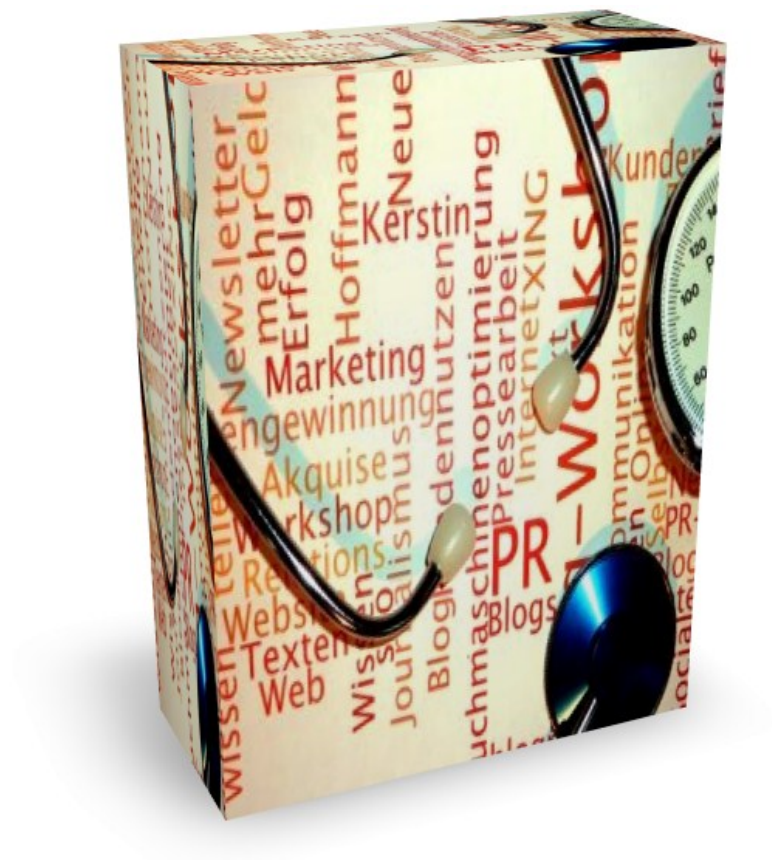


PR-Doktor. Das Blog



Best of 2011

Die Auslese: Ratgeber-Beiträge, Glossen, Meinung und Praxistipps

PR-Doktor. Das Blog ist die öffentliche Plattform der Kommunikationsberaterin und Text-Spezialistin Dr. Kerstin Hoffmann: Fachwissen, praktische Erfahrung, Tipps und Neuigkeiten für erfolgreiche PR in Klassik und Social Web.

>>Zum Blog: <http://www.pr-doktor.de>

Kontakt und Feedback: Tel. +49 2151 970785 | kontakt@kerstin-hoffmann.de



Best of 2011: Inhalt

In einen vollen Raum stellt man keine Möbel: Mini-Workshop Kommunikationsstrategie	3
Ihr Kunde will Klarheit und Sicherheit! Schreiben Sie überzeugende Angebote	3
„Hilfe, mein Wikipedia-Eintrag ist falsch!“ Klaus Eck sagt, was Sie tun können	3
Multiplizieren Sie Ihre Postings mit 100: Wie Sie Ihre Empfänger besser erreichen	3
Tracker, Scripte, Analytics: Blogger haften für “eingeschleuste” Funktionen	4
Medien müssen alleine funktionieren	4
Sagen, was Sache ist: Wie man übt, ehrlich zu kommunizieren	4
Hoffart und Demut: Von neuen Tippfehlern, alten Wörtern und zeitlosen Werten	4
8 gute Gründe, warum Sie Ihren interessanten Fachartikel	5
8 logische Schlüsse, die zu erfolgreicher Pressearbeit führen	5
Einstieg in Social Media aus klassischer PR-Sicht	5
Selbstinszenierung oder Medienkompetenz? Wie man das Persönliche und das Sachliche trennt	5
Ich komm’ privat im Netz nicht vor! So eine Art Outing, ein bisschen nachdenklich	6
Shit(storm) happens: Warum Sie damit rechnen und entspannt bleiben sollten	6
Wunder dauern (meistens) etwas länger: Realistische Erfolgsplanung in PR und Social Web.....	6
Memento mori – einige Gedanken zum Sinn meiner eigenen Arbeit.....	6
Crowdsourcer, schwarmblöd oder hochbegabt? Der ultimative Test zu Ihrem Verhalten im Web.....	7
Gutes Firmenprofil – schlechtes Firmenprofil? Der Check gegen Mythenbildung im Social Web.....	7
Wollen Sie solche Kunden wirklich haben?	7
Fragen Sie bloß keinen Profi! 12 Wege, wie Sie es sich mit Bloggern dauerhaft verderben	7
Großer Durchbruch mit einer Pressemitteilung? Bitte träumen Sie weiter!	8
Text-Check: Ist das relevant oder kann das weg?	8
Workshop neue Website: die Blog-Serie als eBook	8
Copyright	9
Haftungshinweis.....	9

In einen vollen Raum stellt man keine Möbel: Mini-Workshop Kommunikationsstrategie



11. Januar 2011. Willkommen zum ersten Blog-Beitrag in diesem Jahr! Für mich hat das Geschäftsjahr gestern begonnen, mit der Aussendung meines Januar-Newsletters. Zudem habe ich mich bei einigen Kunden zurückgemeldet, bei denen es bereits in den nächsten Tagen mit der Kommunikation weitergeht. Vor allem in den vergangenen beiden Monaten habe ich sehr viele Strategie-Workshops für dieses inzwischen... [Mehr »](#)

<http://www.kerstin-hoffmann.de/pr-doktor/2011/01/11/kommunikations-strategien-planen-in-einen-vollen-raum-stellt-man-keine-mobel/>

Ihr Kunde will Klarheit und Sicherheit! Schreiben Sie überzeugende Angebote

18. Januar 2011 Nichts gegen Freundlichkeit und Wertschätzung. Beides ist im Geschäftsleben unabdingbar. Das heißt aber nicht, dass Sie sich in vorseilender Höflichkeit bei Ihren Kunden in jeder Hinsicht anbieten sollten. Das gilt auch (und besonders) für das Schreiben von Angeboten. Gerade in dieser Form der schriftlichen Kommunikation erlebe ich es immer wieder, dass ansonsten klare, fähige,... [Mehr »](#)

<http://www.kerstin-hoffmann.de/pr-doktor/2011/01/18/ihr-kunde-will-klarheit-und-sicherheit-wie-sie-uberzeugende-angebote-schreiben/>

„Hilfe, mein Wikipedia-Eintrag ist falsch!“ Klaus Eck sagt, was Sie tun können



2. Februar 2011 „Der Wikipedia-Eintrag zu meiner Person beschädigt mein Image! Bitte sorgen Sie dafür, dass er vollkommen umgeschrieben wird, und zwar kurzfristig!“ – Solche und ähnliche Anfragen bekomme ich tatsächlich. Nun weiß jeder, der sich einmal etwas gründlicher mit Wikipedia befasst hat, dass man einen Artikel nicht so einfach ändert. Erstens kann das nicht jeder: Bis...

[Mehr »](#)

<http://www.kerstin-hoffmann.de/pr-doktor/2011/02/02/hilfe-mein-wikipedia-eintrag-ist-falsch-klaus-eck-sagt-was-sie-tun-konnen/>

Multiplizieren Sie Ihre Postings mit 100: Wie Sie Ihre Empfänger besser erreichen

9. Februar 2011 Ich weiß nicht, ob Sie das auch kennen: Ich rege mich gerne mal als Autofahrer über lahme Fußgänger auf; als Fußgänger über dreiste Radfahrer; und als Radfahrer über rücksichtslose Autofahrer und nervige Fußgänger. Mit anderen Worten: Gerade die Rolle, in der man sich gerade befindet, kann zum Tunnelblick führen. Und dazu, dass man die... [Mehr »](#)

<http://www.kerstin-hoffmann.de/pr-doktor/2011/02/09/multiplizieren-sie-ihre-postings-mit-1-000-wie-sie-ihre-empfänger-besser-erreichen/>

Tracker, Scripte, Analytics: Blogger haften für “eingeschleuste” Funktionen



22. Februar 2011 Gastbeitrag von Rechtsanwalt Thomas Schwenke Blogbetreiber sind als sogenannte “Diensteanbieter” nach dem Telemediengesetz für ihr Blog und die darin eingesetzten Services und Plugins von Drittanbietern (z.B. von Google, Facebook oder WordPress) verantwortlich. Das bedeutet, sie müssen dafür sorgen, dass ihr Blog den Anforderungen des Datenschutzes entspricht und können sich nicht auf Unwissenheit oder die... [Mehr »](#)

<http://www.kerstin-hoffmann.de/pr-doktor/2011/02/22/tracker-scripte-analytics-haften-blogger-fur-eingeschleuste-funktionen/>

Medien müssen alleine funktionieren

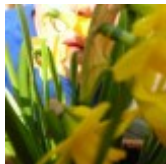


2. März 2011 Zugegeben, das Beispiel TelDaFax ist nur die neueste Sau, die durch das Social Web getrieben wird. Aber es ist ein sehr gutes Beispiel, wie Kommunikation nicht funktioniert; und zwar in jeglichen Medien, ob online oder offline. Zum konkreten Fall: Da richtet ein Unternehmen (oder, wahrscheinlich: eine Agentur für das betreffende Unternehmen) eine Facebook-Fanpage ein....

[Mehr »](#)

<http://www.kerstin-hoffmann.de/pr-doktor/2011/03/02/medien-mussen-alleine-funktionieren/>

Sagen, was Sache ist: Wie man übt, ehrlich zu kommunizieren

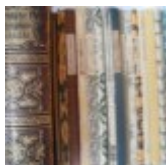


15. März 2011 Ganz ehrlich: Ärgern Sie sich auch öfter über Menschen, die Ihnen wortreich und wohl formuliert etwas präsentieren – und Sie zu etwas ganz anderem bewegen wollen, als sie aussprechen? Und die Sie offensichtlich für blöd genug halten die eigentliche Absicht dahinter nicht zu erkennen? Mir geht das öfter so. Zum Beispiel, wenn mir jemand...

[Mehr »](#)

<http://www.kerstin-hoffmann.de/pr-doktor/2011/03/15/sagen-was-sache-ist-warum-es-besser-ist-ehrlich-zu-kommunizieren/>

Hoffart und Demut: Von neuen Tippfehlern, alten Wörtern und zeitlosen Werten



3. April 2011 Meine Großmutter väterlicherseits führte nach dem 2. Weltkrieg in ihrem privaten Wohnhaus eine Leihbibliothek. Damit finanzierte die Kriegerwitwe neben ihrem Beruf als Chefsekretärin den Lebensunterhalt für sich und ihre zwei kleinen Söhne. Wer Mitglied werden wollte, musste einmalig ein Buch mitbringen und zahlte dann 50 Pfennig pro Ausleihe. Als ich Kind war, genoss die... [Mehr »](#)

<http://www.kerstin-hoffmann.de/pr-doktor/2011/04/03/hoffart-und-demut-von-neuen-tippfehlern-alten-wortern-und-zeitlosen-werten/>

8 gute Gründe, warum Sie Ihren interessanten Fachartikel ...



9. Juni 2011 ... nicht einfach so in einer relevanten Publikation unterbringen: (Lesen Sie dazu bitte, wenn Sie das noch nicht getan haben, auch den vorigen Beitrag.) 1. Je interessanter die Publikation ist, desto schwieriger wird es Niemand möchte in einem großen Nachrichtenmagazin freundliche, unkritische Hofberichterstattung lesen. Jeweils mit einer einzigen Ausnahme: Zum eigenen Thema beziehungsweise zur... [Mehr »](#)

8 logische Schlüsse, die zu erfolgreicher Pressearbeit führen



14. Juni 2011 Wie nutzen Sie die Erkenntnisse der beiden vorigen Beiträge (erstens hier und zweitens hier), um es doch noch in die relevanten Publikationen zu schaffen? Klar ist: Es ist kaum möglich, fertig geschriebene Fachartikel in relevanten Publikationen unterzubringen. Das hat gute Gründe. Aber es muss doch Wege geben? Dazu können Sie genau das Wissen nutzen,... [Mehr »](#)

<http://www.kerstin-hoffmann.de/pr-doktor/2011/06/09/8-gute-grunde-warum-sie-ihren-interessanten-fachartikel/>

Einstieg in Social Media aus klassischer PR-Sicht



16. Juni 2011 Diese Überschrift ist irreführend, absichtlich natürlich. Aber sie greift ein Klischee auf, das immer noch oft so dargestellt wird. In Wirklichkeit gibt es gar keinen Gegensatz zwischen Social Web und klassischer PR; kann es nicht geben. Schon weil das gar kein Gegensatz-Paar ist, sondern auf verschiedenen Ebenen liegt. Immer gern genommen werden aber solche... [Mehr »](#)

<http://www.kerstin-hoffmann.de/pr-doktor/2011/06/16/einstieg-in-social-media-aus-klassischer-pr-sicht/>

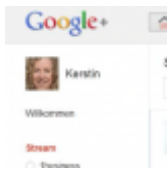
Selbstinszenierung oder Medienkompetenz? Wie man das Persönliche und das Sachliche trennt



20. Juni 2011 Eine der wichtigsten Lektionen meines Berufslebens bestand in einem einzigen Satz, den mir eine Kollegin sagte, als ich noch sehr frisch in einer Führungsposition arbeitete: "Sie müssen lernen, das Persönliche und das Sachliche zu trennen." Ich will jetzt nicht näher auf mein unrühmliches Verhalten in der betreffenden Situation eingehen, die ihr diese weisen Worte... [Mehr »](#)

<http://www.kerstin-hoffmann.de/pr-doktor/2011/06/20/selbstinszenierung-oder-medienkompetenz-wie-man-das-personliche-und-das-sachliche-trennt/>

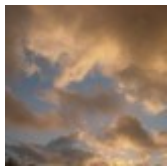
Ich komm' privat im Netz nicht vor! So eine Art Outing, ein bisschen nachdenklich



8. Juli 2011 Dieser Tage habe ich mal wieder ein bisschen einsam gefühlt. Also: irgendwie nicht dazugehörig. Nämlich, als alle die Vorteile von Google+ öffentlich abwägten und mit anderen Netzwerken verglichen. Da fielen solche Sätze wie: "Auf Facebook kann ich nicht verzichten, denn da tausche ich mich mit meinen Freunden aus." Jetzt mal abgesehen davon, dass bei... [Mehr »](#)

<http://www.kerstin-hoffmann.de/pr-doktor/2011/07/08/ich-komm-privat-im-netz-nicht-vor-so-eine-art-outing/>

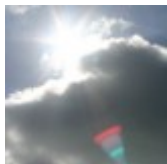
Shit(storm) happens: Warum Sie damit rechnen und entspannt bleiben sollten



6. September 2011 Stellen Sie sich mal vor, Sie haben so eine richtig coole Idee für eine Promotion-Aktion. Beispielsweise wollen Sie einen Sonderposten besonders günstiger, angesagter Tablet-Computer verkaufen und dabei kräftig für Ihr Unternehmen werben. Und weil Sie bereits eine gut eingeführte Web-Präsenz und eine beliebte Facebook-Seite mit vielen Fans haben, machen Sie einen großen Wurf in... [Mehr »](#)

<http://www.kerstin-hoffmann.de/pr-doktor/2011/09/06/shitstorm-happens/>

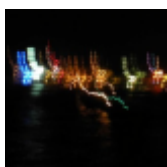
Wunder dauern (meistens) etwas länger: Realistische Erfolgsplanung in PR und Social Web



21. September 2011 Mit einer Mischung aus Faszination und leichtem Entsetzen erinnere ich mich immer noch jenes Interessenten, der eines Tages bei mir anrief und "sehr dringend" ein Social-Media-Konzept brauchte. Er wolle "mit einem neuen Produkt noch in diesem Geschäftsjahr eine mittlere fünfstellige Summe einnehmen" mit "dem Internet als Verkaufskanal". Er habe sich bereits mit dem Thema... [Mehr »](#)

<http://www.kerstin-hoffmann.de/pr-doktor/2011/09/21/wunder-dauern-etwas-langer-realistische-erfolgsplanung-in-pr-und-social-web/>

Memento mori – einige Gedanken zum Sinn meiner eigenen Arbeit



6. Oktober 2011 Nein, ich will hier keinen Nachruf auf Steve Jobs schreiben. Das haben andere schneller, besser und fachkundiger erledigt. Aber die vielen Nekrologe und die Betroffenheit, die heute über dem gesamten Netz liegen, haben mich an ein Thema erinnert, das ich schon lange aufgreifen wollte: das Memento mori. Einige hundert Meter von meinem Büro entfernt,... [Mehr »](#)

<http://www.kerstin-hoffmann.de/pr-doktor/2011/10/06/memento-mori/>

Crowdsourcer, schwarmblöd oder hochbegabt? Der ultimative Test zu Ihrem Verhalten im Web



11. Oktober 2011 Bange Fragen treiben den Netzwerker im Social Web um: Was bin ich für ein Typ? Kann ich überhaupt crowdsourcen? Und wie schütze ich mich vor dieser Schwarmblödigkeit, von der neuerdings alle immer reden? Finden Sie es einfach selbst heraus. Hier ist der ultimative Test. Was sagt Ihnen "C3PO-r2d2-POE"? A. War das nicht mal so... [Mehr »](#)

<http://www.kerstin-hoffmann.de/pr-doktor/2011/10/11/crowdsourcer-schwarmbloed-ultimativer-test-social-web/>

Gutes Firmenprofil – schlechtes Firmenprofil? Der Check gegen Mythenbildung im Social Web



14. Oktober 2011 "Nur zwei von zehn Unternehmen haben kein Profil in sozialen Netzwerken!", jubelt der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) nach einer aktuellen Befragung. Mehr als 80 Prozent der Firmen besäßen ein Profil im Social Web. So steht es aktuell in der W&V, und das macht mich sehr nachdenklich: "Ja, aber wie sehen die im Einzelnen aus,... [Mehr »](#)

<http://www.kerstin-hoffmann.de/pr-doktor/2011/10/14/firmenprofil-gut-schlecht-mythen-social-web/>

Wollen Sie solche Kunden wirklich haben?



20. Oktober 2011 Kürzlich erzählte mir eine Kollegin, sie solle jemandem ein Angebot für PR schreiben, der das bisher selbst erledigt habe. Und sie hoffe, dass er nicht hintenüber falle, wenn er den Preis sähe und das viel zu teuer fände. Ein anderer Kollege, Texter, meinte, er höre immer wieder von Kunden: Für Texte lohne es nicht,... [Mehr »](#)

<http://www.kerstin-hoffmann.de/pr-doktor/2011/10/20/wollen-sie-solche-kunden-wirklich-haben/>

Fragen Sie bloß keinen Profi! 12 Wege, wie Sie es sich mit Bloggern dauerhaft verderben



3. November 2011 Hier sind 12 Tipps, wie Sie die denkbar schlechtesten Blogger Relations aller Zeit hinbekommen. Lernen Sie von den Meistern ihres Fachs, die es schaffen, wirklich jede einzelne dieser Bedingungen zu erfüllen. Eigentlich ist es gar nicht so schwierig, es sich mit einem Blogger* gründlich und dauerhaft zu verderben. Denn Blogger sind meistens kritisch, legen... [Mehr »](#)

<http://www.kerstin-hoffmann.de/pr-doktor/2011/11/03/wege-mit-bloggern-dauerhaft-zu-verderben/>

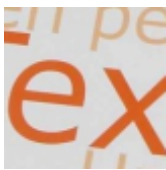
Großer Durchbruch mit einer Pressemitteilung? Bitte träumen Sie weiter!



16. November 2011 Manchmal frage ich mich ernsthaft, wie manche Leute auf bestimmte Ideen kommen. Zum Beispiel die Idee, dass eine einzige Pressemitteilung den großen wirtschaftlichen Durchbruch bringt. Berühmtheit. Nie gekannten Kunden-Andrang. Ist nämlich gar nicht so. Komisch, oder? Hier braucht sich wieder niemand persönlich exponiert zu fühlen, denn solche Anfragen erhalte ich mittlerweile immer häufiger, und... [Mehr »](#)

<http://www.kerstin-hoffmann.de/pr-doktor/2011/11/16/durchbruch-pressemitteilung-traeumen-sie-weiter/>

Text-Check: Ist das relevant oder kann das weg?



23. November 2011 Goethe, Heine und wahrscheinlich noch mindestens vier bis sechs weiteren deutschen Dichtern wird die Entschuldigung für einen Brief zugeschrieben, der deswegen so lang ausgefallen sei, weil der Betreffende wenig Zeit zum Schreiben gehabt habe. Da ist viel Wahres dran. Natürlich sind nicht alle langen Texte schlecht und alle kurzen gut. Entscheidend ist vielmehr, wie... [Mehr »](#)

<http://www.kerstin-hoffmann.de/pr-doktor/2011/11/23/text-check-relevant-weg/>

Workshop neue Website: die Blog-Serie als eBook

Das neue eBook von Kerstin Hoffmann: [hier kostenlos direkt herunterladen.](#)



[>> Hier finden Sie weitere eBooks und Ratgeber zum kostenlosen Download.](#)

Copyright

Alle Inhalte sind urheberrechtlich geschützt. Sie dürfen dieses eBook lokal speichern und weitergeben. Sie dürfen es jedoch nicht auf eigenen Webservice hochladen, nicht verändern und nicht für eigene Werbezwecke nutzen.

Haftungshinweis

Alle in diesem eBook enthaltenen Informationen sind nach bestem Wissen der Autoren zusammengestellt. Gleichwohl sind Fehler nicht auszuschließen. Daher sind die Informationen mit keiner Verpflichtung oder Garantie irgendeiner Art verbunden. Die Herausgeberin und die Autoren übernehmen infolgedessen keine juristische Verantwortung und werden auch keine daraus folgende oder sonstige Haftung übernehmen, die auf irgendeine Art aus der Benutzung dieser Informationen entsteht, auch nicht für die Verletzung von Patentrechten und anderer Rechte Dritter, die daraus resultieren können. Ebenso übernehmen die Herausgeberin und die Autoren keine Gewähr dafür, dass die beschriebenen Verfahren usw. frei von Schutzrechten Dritter sind. Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Impressum: Kerstin Hoffmann, Kardinal-Cardijn-Str. 3, 47918 Tönisvorst

Vollständiges Impressum: <http://www.kerstin-hoffmann.de/impressum.htm>