

Inhalt

Vorwort 9

1 Freiberufler als Kompetenzträger 13

Expert(inn)en gesucht 14

Fachgebiet und Positionierung 16

Thomas Göller:

Zeigen, wo der Kittel brennt 20

Das eigene Kompetenzprofil formulieren 22

Zielgruppen ein Gesicht geben: Personas 25

Verschwiegenheit und Heilversprechen:

Grenzen der PR-Arbeit 28

2 Presse- und Medienarbeit 33

Öffentliches Interesse, Themenmanagement
und redaktionelle Anlässe 34

Tim Plachner:

Werden Sie zum Thema! 46

Interviews, Statements, Gastbeiträge und
Success Stories 49

Thilo Baum:

Drei Tipps für Ihre klare Botschaft 59

Pressemitteilungen: Wie? Wozu? Wie viele? 61

Versand, Verteilerpflege und Kontaktmanagement 73

Florian Fügemann:
Die umgekehrte Pyramide – was erfolgreiche
PR-Meldungen ausmacht 79

Der professionelle Press Kit 81
Bild- und Urheberrechte 87
Kosten für PR-Maßnahmen 95

3 Online-Kommunikation und Social Media 99

Texten fürs Web 100
Stiefkind Homepage 104
Ein Blog als Expertenkanal 111
Podcasts und Newsletter 113
Soziale Medien, soziale Netzwerke 117

Frank Bärmann:
XING für Freiberufler 125

Blogger-Relations und Influencer-Marketing 128
Kommunikation in Bild und Ton 131
Ein bisschen Suchmaschinenmarketing ... 132

4 Reden, Talks und Interviews 134

Experten im Talk 135
Reden schreiben, Reden halten 137
Die große Bühne 149

Katja Schleicher:
10 kurze Kunst-Stückchen fürs Interview 153

5 Das eigene Buch als Kompetenzbeweis 157

Ich habe eine Buchidee – und jetzt? 158

Einen Verlag finden 163

Wann sich Selfpublishing lohnt 168

Dienstleistungen und Dienstleister 171

Eva Gößwein:

Den Traum vom eigenen Buch verwirklichen 175

Das eigene Buch vermarkten 178

Nachwort 183

Literaturverzeichnis 186

Personen und Stichwortverzeichnis 188

Über den Autor 191

Über die Mitwirkenden 192