

## Journalisten sind nicht doof

20.04.2009, 18:15 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *redshoe dogs*

Presseagentur: *redshoe dogs*

---



Frankfurt, 20.4.2009 - Unternehmen zahlen für Presse-Workshop so viel, wie es ihnen wert ist

„Wie komme ich in die Medien? Wie stelle ich das an? Mit welchen Themen, zu welchem Anlass, auf welche Art und Weise kann ich Journalisten auf mich aufmerksam machen – diese und weitere Fragen werden in dem ungewöhnlichen Workshop behandelt.

Die PR-Agentur redshoedogs bietet neues experimentelles Angebot für KMUs: Die Unternehmen bezahlen für einen halbtäglichen Presseworkshop so viel, wie es ihnen wert war. Die Workshops finden in den jeweiligen Unternehmen statt.

„Das Konzept „Pay as you like“ funktioniert bereits in der Gastronomie ungemein. Warum sollte das nicht auch für andere Branchen zutreffen?“, stellte sich Nadja Merl-Stephan, Bachelor Professional of Public Relations, die Frage. „Auf jeden Fall ist es der Versuch und die damit einhergehenden Erfahrungen wert!“.

Pressearbeit ist ein Teil von Public Relations. Für jedes Unternehmen ist es immens wichtig, einen guten Umgang mit den Medien zu pflegen. Denn die Medien sind es, die die Öffentlichkeit, Kunden, Lieferanten, Partner, über das Unternehmen informieren.

„Immer wieder hört und liest man, wie viele schlechte Coachings und Workshops es gebe, die zudem noch teuer bezahlt werden. Ich bin überzeugt, dass ich Unternehmen davon überzeugen kann, dass in professionelle Pressearbeit jeder Cent

gut investiert ist“, so Merl-Stephan.

Inhalte sind:

Journalisten sind nicht doof!  
Wen interessiert es?  
Wie soll ich es formulieren?  
Welche Anlässe für Pressearbeit gibt es ?  
Klein, aber fein: Wer soll es bekommen?  
Wie komme ich zu den Themen?

Interessierte kleine und mittelständische Unternehmen können einen firmeninternen Presse-Workshop buchen. Ein Mitarbeiter von redshoedogs kommt direkt in das Unternehmen und führt ein Presse-Training von ca. einem halben Tag durch.

## **Portrait**

Nadja Merl-Stephan (Jahrg. 1972) studierte Germanistik und Geschichte für das Lehramt für Gymnasien. 1999 schloss sie das erste Staatsexamen ab. Sie führt die PR-Agentur redshoedogs.

Seit 2000 arbeitete sie selbstständig als Werbetexterin.

Am communication college und bei der PR-Akademie-Rhein-Main machte sie 2003 ein PR-Fernstudium und legte zwei Abschlüsse ab: mit dem „Certified PR-Officer®“ und der „Fachwirtin für Public Relations (IHK)“.

Mit ihrer PR-Agentur redshoe dogs ([www.redshoe-dogs.com](http://www.redshoe-dogs.com)) berät sie Unternehmen, Vereine, NGOs, KMUs und Selbstständige in den PR-Bereichen: interne und externe Kommunikation, Presse- und Medienarbeit, Selbst-PR, Konzeption und Corporate Communications.

Sie ist Mitglied im Frankfurter Presseclub (FPC) und arbeitet zudem als Pressesprecherin des communication college und der PR-Akademie Rhein-Main.

---

News-ID: 302300 • Views: 859 (Stand: 29.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/302300/Journalisten-sind-nicht-doof.html>