




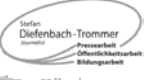
Stefan
Diefenbach-Trommer
Journalist
Pressearbeit
Öffentlichkeitsarbeit
Bildungsarbeit

Fon: 06421/933050
Fax: 06421/933051
Mail: hallo@diefenbach-trommer.de



Wie komme ich in die Presse?


Wie Redaktionen arbeiten, wie ich sie erreiche, was sie von mir erwarten



Wie komme ich in die Presse?

Grundwissen


- Medien sind meistens kommerzielle Betriebe
- Medien haben oft eine Grundausrichtung (Tendenz)
- Journalisten arbeiten nach professionellen Kriterien (meistens)
- Journalisten sind Menschen
- Ich sollte Medien als Partner verstehen



Wie komme ich in die Presse?

Journalisten wählen nach Nachrichtenfaktoren aus, zum Beispiel:


- Neuigkeit
- Ungewöhnlich (Mann beißt Hund), Attraktivität
- Nähe (örtlich und psychologisch)
- Prominenz
- Auswirkungen, Betroffenheit
- Nachrichtenfluss



Wie komme ich in die Presse?

Journalisten sind Menschen

- Menschen werden nicht gerne gedrängt, Menschen fühlen sich nicht gerne benutzt
- Menschen haben gute und schlechte Tage
- Journalisten stehen unter starkem Zeitdruck: Als Angestellte wegen ihrer Verantwortung, als Freie, weil sie nur nach Zeilen bezahlt werden



Wie komme ich in die Presse?

Unverzichtbar: Der persönliche Kontakt

- damit der Verein ein Gesicht hat
- damit ich fragen kann, wie die Redaktion funktioniert
- damit ich Vertrautheit schaffen kann

Wie komme ich in die Presse?



Wie arbeitet die Redaktion?

- Viele Redaktionen haben feste Regeln, zum Beispiel für Leserbriefe und Zuständigkeiten
- Was ist besser - Fax, E-Mail oder selbst bringen?
- Fotos: Papier oder digital, welche Auflösung?
- Wann ist die beste Zeit zum Anrufen, zum Besuch?
- Wer ist meine Ansprechpartnerin?
- ... oder herrscht das Prinzip Zufall und Freundschaft?

Wie komme ich in die Presse?



Der richtige Adressat

- Fachredakteurin
- Chef vom Dienst, Ressortleiter, Produktionsredakteur
- freie Mitarbeiterin
- Sekretärin

Wie komme ich in die Presse?



Resonanzkontrolle

- Zeitungen durchforsten, Radio hören, fernsehen
- Liste über Kontakte und Ergebnis - idealerweise als Datenbank mit dem Presseverteiler
- Ergebnis vergleichen mit gewünschter Botschaft
- Ausschnittsammlung - Vorsicht: vervielfältigen nicht erlaubt, auch nicht im Internet!
- Ruhig mal nachfragen: Wie kommen wir so an?

Wie komme ich in die Presse?



Mehr als Pressemitteilungen

- Pressekonferenz (Attraktivität durch Prominenz)
- Event (Demonstration, Aktion, Fototermin)
 - Medienereignisse
 - mediatisierte Ereignisse
- Themen-Tipp (exklusiv)
- Mein Ruf als kompetenter Ansprechpartner
- Leserbrief (Kampagne)

Wie komme ich in die Presse?



Fotos

- Nah rangehen. Bei Gruppenfotos: Aufschreiben, wer wo steht (voller Name!).
- Statt Gruppenfotos oder sitzender Menschen lieber Menschen in Aktion fotografieren. Achtung bei Porträtfotos: abgebildete Personen müssen mit Veröffentlichung einverstanden sein!
- Nur zwei oder drei Fotos, die markante Dinge zeigen. Redaktion muss noch auswählen können (Konkurrenz).
- Dazu gehört eine Bildlegende: Die Beschreibung, was und wer auf welchem Bild zu sehen ist.

Wie komme ich in die Presse?



Digitalfotos

- Niemals den E-Mail-Eingang einer Redaktion mit Bildern zumüllen!
- Bilder auf Anforderung versenden oder im Internet bereit stellen.
- Die Auflösung bei der Redaktion erfragen. Faustregel: 300 dpi / nicht kleiner als 350 Kilobyte, aber auch nicht größer als 800 Kilobyte.

Wie komme ich in die Presse?



Internet nutzen

- Fotos im Internet bereit stellen
- Texte zum Kopieren bereit stellen
- Archiv älterer Mitteilungen, Materialien
- Eigene Presse-Adresse
- Logo und Kontakt auf jeder Presseseite; Druckversion
- Übersichtsseite: Überschrift, Datum, evtl. Kurztex

Wie komme ich in die Presse?



Tipps

- Schicken und Anrufen: kann nerven, kann helfen - fragen oder ausprobieren
- Praktikum in der Redaktion machen
- eine Mitarbeiter aus den eigenen Reihen rekrutieren
- Ich will etwas von den Medien - die müssen gar nichts

Die bessere Pressemitteilung



Die Pressemitteilung muss den Redakteur überzeugen, muss so geschrieben sein, dass sie unverändert abgedruckt werden könnte, und muss vom Leser verstanden werden.

Die bessere Pressemitteilung



Folgende Elemente sollten enthalten sein:

- (spezieller) Briefkopf, Kontaktdaten
- Überschrift: Eyecatcher, weckt Interesse
- Vorspann: Die wichtigsten Informationen (W-Fragen)
- Text
- Foto-Hinweis

Die bessere Pressemitteilung



Layout

- Keine Bleiwüste
- Mehr Zeilenabstand
- Rand rechts oder links für Notizen
- Ausreichend Absätze

Die bessere Pressemitteilung



Inhalt

- Vor dem Schreiben überlegen: Was ist wichtig? Was ist meine Botschaft?
- Pressemitteilung muss den Empfänger (Redakteur/Redakteurin) schnell interessieren und informieren
- Das Wichtigste zuerst
- Jeder Absatz – ein Gedanke
- Chronologie durchbrechen

Die bessere Pressemitteilung



Das Wichtigste sind die Antworten auf die so genannten W-Fragen:

- **Wer** hat
 - **was**
 - **wann**
 - **wo** gesagt, getan, gezeigt?
- Vorspann

Die bessere Pressemitteilung



Spezielle Zeitungs-Schreib-Regeln:

- Zahlen bis zwölf ausschreiben, sonst in Ziffern.
- Keine Abkürzungen verwenden, außer zuvor erklärt
- Termine immer so: Montag, 4. Januar, ab 12 Uhr
- Nicht Frau Meier, sondern Trudi Meier.
Wenn sinnvoll, dann mit Funktion (Trudi Meier, Vorsitzende des Vereins, sagte ...) und/oder (Alter (Frank Müller (30) dazu)

Die bessere Pressemitteilung



Sprache

- Lange Sätze zerschlagen in zwei oder drei Sätze.
- Einfache statt komplizierte Worte
- Statt -ung-Wort ein Verb
- Zitate bringen Leben in den Text; Anführungszeiche!
- Aktiv statt Passiv
- nicht urteilen, sondern beschreiben

Die bessere Pressemitteilung



Am Schluss:

- Nach dem Schreiben nochmal lesen, am besten laut.
- Rechtschreibprogramm starten. Es gilt die neue Rechtschreibung.
- Namen und Zahlen müssen stimmen.