

Leitfaden zum Thema Öffentlichkeitsarbeit

Teil 4: Pressearbeit

Im vierten Teil des Leitfadens Öffentlichkeitsarbeit geht es um Pressearbeit. Wie erstelle ich eine Pressekartei? Was ist eine Pressemeldung? Was soll das Pressefoto? Wozu gibt es das Pressegespräch?

Der Presseverteiler

Ihr habt eine Veranstaltung im Stamm und wollt die Lokalpresse einladen? Außerdem sollen die Bürgermeisterin und andere Verbände erfahren, was für eine Aktion ihr macht? Das ist kein Problem.

Als Erstes benötigt ihr einen Presseverteiler. Auch in Zeiten von E-Mail läuft der Erstkontakt in Form von Pressemeldungen an die Redaktionen immer noch über Fax. Erstellt euch eine Liste mit Nummern, die für euch interessant sind. Dies sind sicherlich eure Lokalzeitungen, Anzeigen-Blättchen (in Aachen der „Super Mittwoch“ und der „Super Sonntag“), das Pfarrbüro und die Lokalradios. Hinzukommen könnten auch das Pressebüro der Stadt oder, wenn ihr wollt, die Büros eurer LokalpolitikerInnen. Darüber hinaus kann man zum Beispiel die Vorstände anderer Jugendverbände oder den regionalen BDKJ darüber informieren, was im Stamm läuft. Rund 30 Pressekontakte sind dann schnell zusammen. An diesen Presseverteiler gehen eure Pressemeldungen.

Die Pressemeldung

Um einmal zu sehen, wie eine Pressemeldung aussehen kann, schaut auf www.dpsg-ac.de in den Bereich „Öffi-Arbeit“ rein. Denn es sollten einige Kriterien beachtet werden. Als Papierformat eignet sich generell nur DIN A 4. Oben sollte zusätzlich zum Stammesbriefkopf „Presseinformation“ stehen, damit in der Redaktion auch klar ist, was ihr mit der Mitteilung wollt. Benutzt in jedem Fall über längere Zeit dasselbe Layout bei eurer Presseinformation (Wiedererkennungswert!).

Die Presseinformation bezieht sich immer auf das aktuelle Geschehen (Ankündigung einer Aktion, zum Beispiel der bezirksweite Tannenbaumverkauf, Aktion Friedenslicht, Sommerlager...). Der oder die Empfänger müssen die Botschaft leicht verstehen. Sie umfasst nicht mehr als eine drei viertel DIN A 4-Seite mit genügend großem Rand, auf den sich die Redaktionen Notizen machen können. Beantwortet zu Anfang die sechs „W“ (Wer? Was? Wann? Wo? Warum? Wie?). Wenn eure Pressemeldungen abgedruckt werden und zu wenig Platz in der Zeitung vorhanden ist, werden diese von hinten (das Unwichtigste) nach vorne (das Wichtigste) gekürzt. Ganz am Ende sollte das stehen, was am ehesten fehlen kann. Unter eine Pressemeldung gehört auch immer ein AnsprechpartnerIn für Öffentlichkeitsarbeit. Am besten gebt ihr eine Telefonnummer (Handy) an, unter der man euch tagsüber erreichen kann, sowie eine E-Mail-Adresse.

Es gibt keine Faustregel, wie oft Pressemeldungen erscheinen müssen. Aus Erfahrungswerten hat sich aber eine Zahl von einer pro Monat als ausreichend erwiesen. Und das ist gar nicht mal so abwegig. Sicherlich gibt es nicht immer die super-tolle Aktion, mit der ihr auf euch aufmerksam machen wollt und manchmal ist weniger auch mehr. Setzt euch ein- oder zweimal im Jahr in eurer Stammesleiterrunde zusammen und überlegt euch, welche Aktionen dieses Jahr

anstehen und welche für die Öffentlichkeitsarbeit und Presse interessant sein könnten.

Es gibt genügend Gelegenheiten, die eine Pressemeldung wert sind:

Die Teilnahme des Stammes an einer Bezirksaktion, Friedenslicht, Sommerlager (Elf LeiterInnen engagieren sich zwölf Tage ehrenamtlich für 68 Kinder und Jugendliche...), Pfarrfest, Aktion zu sinkenden Zuschüssen, Plakatwandaktion, Kooperation eures Stammes mit einer Grundschule zur Werbung neuer Wölflinge, Stammesversammlung usw. Überlegt einfach mal kurz. Euch kommen dann sicher spontan viele Ideen.

Eine Pressemeldung ist aber noch keine Garantie dafür, dass etwas abgedruckt wird. Sie hinterlässt erst einmal nur Spuren bei den EmpfängerInnen. Wenn ihr schon unzählige Meldungen gefaxt und nie eine Reaktion erhalten habt, bietet es sich an, einmal die Redaktion anzurufen. Möglicherweise stimmt die Faxnummer nicht oder es gibt ein anderes Problem. Ruft dann die Redaktion an und fragt nach, vielleicht kann man das Problem in einem kurzen Gespräch klären.

Das Pressegespräch

Wenn ihr einen größeren Bericht in der Zeitung wünscht, am besten mit Bild, dann bietet sich ein Pressegespräch an. Ein Pressegespräch für Redaktionen wäre bei „größeren“ Aktionen sinnvoll. Ihr habt eine tolle Aktion zum Thema Fremdenfeindlichkeit geplant oder Geld für ein Krankenhaus gesammelt und wollt das groß in die Zeitung bringen? Zuerst müsst ihr eine Pressemeldung schreiben. Allerdings schreibt ihr neben eurem normalen Text noch eine „Einladung zu einem Pressegespräch“ aus. Dies könnte dann in der Meldung so aussehen: „... insgesamt 1.000 Euro gesammelt. Zur Übergabe des Schecks an das Krankenhaus laden wir Sie recht herzlich am Mittwoch, 23.05.2004, um 15.00 Uhr zu einem Pressegespräch ein. Anwesend wird neben der Leiterin des Krankenhauses, Prof. Dr. WX, auch der Stammesvorsitzende der DPSG YZ sein.“

Für dieses Pressegespräch reicht eigentlich ein Tisch oder eine ruhige Ecke aus, in die sich die Journalisten mit den angekündigten Personen und einem, der sich für die Öffentlichkeitsarbeit verantwortlich zeigt, zurückziehen können. Ein Pressegespräch dient dazu, Journalisten mehr Hintergrundinformationen zu einer Veranstaltung zu vermitteln. Offene Fragen von Redakteuren können so im direkten Gespräch beantwortet werden. Erwartet nicht zehn oder mehr Leute. Die regionalen Zeitungen lassen sich solch eine Veranstaltung in der Regel nicht entgehen, aber das war es auch schon fast. Auch wenn dann nur zwei Redaktionen vertreten sind, garantieren sie doch eine große Leserschaft.

Vielleicht schafft ihr auch ein wenig Atmosphäre und besorgt Kaffee und Kuchen. Mehr Aufwand sollte aber nicht betrieben werden. Currywurst und Fritten müssen es keinesfalls sein.

Pressemappe

Es bietet sich an, eine Pressemappe zu erstellen, die ihr den Redakteuren bei dem Pressegespräch zukommen lasst. Die Pressemappe sollte ein Portrait der DPSG, eine Chronik vergangener Stammesaktionen sowie ein Kurzportrait des Stammes und einen Hintergrundbericht über die Geldsammelaktion (um beim Beispiel zu bleiben) beinhalten.

Bietet dem Redakteur etwas Futter, damit er aus einer „Geldsammelaktion“ eine interessante Geschichte für die Zeitung schreiben kann. Das Ganze packt ihr in eine Klemm- oder Bewerbungsmappe, vorne vielleicht noch ein nettes Deckblatt

oder einen Aufkleber des Stammes drauf – fertig. Das Rad braucht aber nicht neu erfunden zu werden. Auf www.dpsg.de gibt es im Presse-Bereich genügend Materialien, die schon einmal einen Grundstock an Texten bieten. Und auf www.dpsg-ac.de findet ihr im Bereich „Presse“ passende Materialien für den Diözesanverband.

Fotos

Ihr wollt, dass ein Presse-Fotograf der Zeitung kommt? Dann ergänzt die Einladung zum Pressegespräch mit einem Hinweis darauf: „Auch Ihre Fotografen haben um 15.00 Uhr die Gelegenheit, Fotomotive zu erhalten“ oder so ähnlich. Vor allem in Lokalredaktionen herrscht großer Termindruck. Daher muss zu dem vereinbarten Termin auch alles parat sein. Fotografen, die nicht innerhalb von wenigen Minuten ihr Bild erhalten, verlassen den Termin auch schon einmal ohne Foto.

Manchmal schaffen es Fotografen auch nicht zu einem Termin, aber die Redakteurin hätte ganz gerne ein Bild. In Zeiten von digitalen Kameras sollte es eigentlich kein großes Problem sein, ihr noch am Tag des Pressegesprächs ein Foto der Veranstaltung zu mailen; zumal ja sicherlich ohnehin Bilder für eure eigene Stammesdokumentation gemacht werden.

Tipps und Hinweise für Pressefotos:

- Fotos sollten etwas Interessantes bieten (Jurte, Lagerfeuer) und kein Gruppenfoto à la Schulklasse sein. Ein Bild von einem Ereignis, das zwei bis drei Personen in Aktion zeigt, ist wesentlich interessanter als ein gestelltes Gruppenfoto!
- Als Kinder- und Jugendverband sollten Kinder und Jugendliche auch in den Vordergrund. Einen Scheck kann auch ein Juffi überreichen.
- Bleiben wir bei der Scheck-Übergabe. Das Bild lässt sich prima nachstellen. Vor oder nach der offiziellen, richtigen Übergabe „stellt“ ihr das Bild noch einmal nach. So machen das übrigens auch Zeitungs-Fotografen.
- Fotos sollten sofort erkennen lassen, dass es sich um „Pfadfinder“ handelt. Also: Kluft, Halstuch und vielleicht das Banner nutzen.
- Sollte kein Fotograf kommen, bietet dem/der RedakteurIn oder der Redaktion Bildmaterial an. Schickt nicht einfach so 40 Bilder hin. Zwei oder drei gute Fotos (möglichst Hoch- und Querformat) mit beschreibender Bildunterschrift (wer ist zu sehen, was passiert gerade) reichen aus. Damit diese nicht in der E-Mail-Flut von Redaktionen untergehen, lasst euch die entsprechende E-Mail-Adresse des/der RedakteurIn geben.
- Beachtet technische Vorgaben. Sprecht vorher die technischen Voraussetzungen mit den Redaktionen ab. In der Regel sollte ein Zeitungsbild mindestens 150 dpi, besser 300 dpi, sowie eine Größe von mindestens 9x13, besser 10x15 cm, haben. Licht- und kontraststarke Bilder eignen sich besser.
- Bitte denkt daran, dass jede Person ein „Recht am eigenen Bild“ hat und Eltern die Veröffentlichung von Minderjährigen untersagen können. Im Zweifelsfall sollte man bei den Eltern nachfragen, ob die Veröffentlichung in Ordnung geht. Fast immer sind Eltern stolz, wenn das eigene Kind abgedruckt wird. Von dieser Regelung ausgenommen sind „Gruppenbilder“ (ab sieben Personen), „öffentliche Veranstaltungen“ und „Personen der Zeitgeschichte“ oder „öffentliche Personen“ (PolitikerInnen...). Aber lieber einmal mehr fragen...

AG Öffentlichkeitsarbeit im Diözesanverband Aachen

This document was created with Win2PDF available at <http://www.daneprairie.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.