

Pressearbeit - Wie kommen wir in die Zeitung?

Die Menschen, die Sie erreichen möchten, lesen Zeitung? Dann ist die Presse womöglich ein gutes Medium.

Ziel von Pressearbeit ist, dass Ihre SHG in der Zeitung erscheint.

Das kann auf ganz unterschiedlicher Weise passieren:

- Pressemitteilung
- Bericht/Reportage/Portrait/Interview
- Kommentar/Leserbrief
- Pressegespräch
- Terminhinweis

Bei allen Varianten ist die Herstellung und Pflege von Kontakten zu Redakteur*innen der örtlichen Presse förderlich, z. B. durch regelmäßige Information über Aktivitäten, Zusenden von Infomaterial oder telefonischen oder persönlichen Kontakt.

Pressemitteilung

In einer Pressemitteilung können Sie auf eine Veranstaltung hinweisen, neue Mitglieder suchen oder auf einen bestimmten Umstand aufmerksam machen.

Aufbau:

1. Überschrift - zentrale Mitteilung
2. Inhalt
 - Höhepunkt der Meldung steht am Anfang
 - Die fünf „W“ beachten!
 - ✓ **Was** hat sich ereignet/wird passieren?
 - ✓ **Wer** veranstaltet oder wird angesprochen?
 - ✓ **Wo** hat es sich ereignet oder wird es geschehen?
 - ✓ **Wann** war es oder wird es sein?
 - ✓ **Warum** ist es oder wird es sein?

Achtung: **Kurz fassen!** (max. eine DIN A 4 - Seite) und ausführlichere Informationen als Anhang mitschicken! Das Wichtigste steht vorne. Die Redaktion kürzt gerne von hinten.

Vorgehen:

1. E-Mail vorbereiten
 - Fügen Sie Ihre Pressemitteilung in eine E-Mail ein
 - Machen Sie z. B. durch Einrücken deutlich, was die Pressemitteilung zur Veröffentlichung ist und welche Infos sich an die Redaktion richten
 - Mitteilung muss als Pressemeldung bzw. Veranstaltungshinweis gekennzeichnet sein

- Absender und eine Kontaktperson nennen, die für Rückfragen zur Verfügung steht und erreichbar ist (Name, Telefonnummer, E-Mail-Adresse)
2. Pressemitteilung an die passenden Redaktionen senden
- Einen aktuellen Presseverteiler bekommen Sie von KISS Stuttgart
 - Auf Redaktionsschluss achten!
 - bei Monatszeitschriften um den 10. des Vormonats,
 - bei Wochenzeitungen Donnerstagmittag der Vorwoche
 - bei Tageszeitungen drei Werktage vor Veröffentlichung (nicht in letzter Minute schicken – vielleicht ist am Tag selbst kein Platz in der Zeitung, an einem früheren Tag aber schon)

Bericht/Reportage/Portrait/Interview

Journalist*innen sind an menschlichen Geschichten interessiert. Sie sind bereit, Ihre Geschichte zu erzählen? Dann bieten Sie das der passenden Redaktion an. Nach Absprache können Sie dabei anonym bleiben und vereinbaren, dass die Kontaktdaten der Selbsthilfegruppe mit veröffentlicht werden.

Kommentar/Leserbrief

Mit einem Kommentar oder Leserbrief kann die Gruppe Stellung zu einem aktuellen Thema nehmen und sich auf einen veröffentlichten Bericht beziehen.

- Sprechen Sie in der Gruppe ab, wer was für die Gruppe schreibt
- Formulieren Sie möglichst kurz und bündig!
- Ihre Äußerungen sollten relativ kurzfristig auf den veröffentlichten Beitrag folgen

Pressegespräch

Bei einem besonderen Ereignis z. B. Ausstellung, können Medien-Vertreter*innen (z. B. von Zeitung, Fernsehen, Nachrichtenagentur, Radio, ...) zu einem Pressegespräch geladen werden.

Planung:

- **Zeitraum**
möglichst zwischen 11:00 und 14:00 Uhr, nicht montags oder am Wochenende. Nie abends!
Dauer: max. eine Stunde, optimal sind 30 Minuten und 15 Minuten Zeit für Rückfragen
- **Ort**
nach einem geeigneten Raum suchen (gut zu erreichen, Parkplätze, barrierefrei ...)

▪ **Einladung**

kurz und bündig formulieren

Überschrift soll neugierig machen

Inhalt:

- Anlass
- Zeit
- Ort (evtl. mit Wegbeschreibung, Lageplan)
- beteiligte Personen (wenn schon bekannt)
- Bitten Sie um eine Anmeldung – aber verlassen Sie sich nicht darauf

ca. 14 Tage vor Termin verschicken (bei Monatszeitschriften evtl. früher)

wichtig: Verteiler dem Anlass anpassen (für Stuttgarter Themen z. B. nur Stuttgarter Presse einladen)

kurz vorher nochmal bei persönlich bekannten Redakteur*innen nachfragen, ob Einladung angekommen ist (aber nicht überstrapazieren!)

Durchführung:

1. **Ablaufplan festlegen**

- Begrüßung der Teilnehmer*innen und Gäste
- Vorstellung der Redenden
- Ankündigung des Ablaufs
- Leitung der Diskussion

Ablaufplan schriftlich festhalten und an die Teilnehmer*innen austeilen

2. **Aufgabenteilung**

legen Sie vorab fest,

- wer die Gesprächsleitung übernimmt. Diese Person moderiert, begrüßt, gibt eine Einführung zum Thema und schließt die Veranstaltung.
- wer was sagt. Nicht mehr als 3-5 Personen von Ihrer Seite.
- wer Interviews gibt und sich darauf vorbereitet, Fakten im Kopf hat, ...

3. Sorgen Sie für eine – einfache – Bewirtung (z. B. Brezeln, Kaffee, Mineralwasser)

4. Redakteur*innen vom Radio möchten teilweise Originaltöne (Interviews)

→ seien Sie vorbereitet!

5. TV - Sender möchten evtl. schon vor dem Pressetermin drehen z.B. bei der Eröffnung neuer Räumlichkeiten

→ Wenn Sie den Mitarbeitenden des Senders eine Sperrfrist auferlegen, darf der Beitrag erst ab einem bestimmten Zeitpunkt gesendet werden.