

Leitfaden Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Mitschrift von Leonie Pätzold: Workshop Presse- und Öffentlichkeitsarbeit am 12.04.2014 auf dem Treffen der Landeskoordinationen der Juso-HSGn

Printjournalismus

Arbeitsweise/Zeitplan von Journalist*innen

- Morgens Themensuche
- 10-11 Uhr Redaktionskonferenz
- Mittags PM verschicken
- Nachmittags ggf. Rückfragen der Journalist*innen
- 16-18 Uhr Redaktionsschluss
- **Optimaler Zeitpunkt um eine PM zu verschicken ist Vormittag/Mittag**
- Pressevertreter
- 1x im Jahr Ansprechpartner*innen abfragen
- Blogs beachten, Nischen suchen

Gespräche mit Journalist*innen

- Vertrauen nicht verspielen: Fakten liefern
- Fachjargon:
- "Unter 1" (= "Sie dürfen mich direkt zitieren und meinen Namen unter dem Zitat nennen"),
- "unter 2" (= indirektes Zitat und verschwommene Quelle z.B. aus SPD Kreisen)
- "unter 3" (= die Information ist nicht zur Verwendung gedacht)
- **Zitate gegenlesen/autorisieren**, z.B. Wenn diese telefonisch durchgegeben werden nochmal
- Gegenlesen einfordern

Nachrichtenfaktoren (= Was macht eine Nachricht interessant)

- Neuigkeitswert
- Prominent
- **Konflikt**
- Personalisierung
- Kuriosität/Besonderheit
- **Regionaler Bezug**
- **Themenkarriere**

Themenfindung

- Anschluss an Vorhandenes statt Agenda-Setting
- Gatekeeper, z.B. Spiegel ONLINE als Leitmedium
- dpa wird von kleinen Landeszeitungen exzessiv genutzt
- Events/Veranstaltungen (z.B. Landesparteitage) nutzen
- **Ziel: in Regionalabteilungen der dpa kommen**

Pressemitteilungen verfassen

- **Überschrift** sagt alles, 63 Zeichen=optimale Überschrift
- In 7-12 Sekunden überfliegt ein Journalist eine PM
- Kurze Sätze (max. 13 Wörter), Sätze über 20 Worte gelten bei dpa als Tabu
- 8 Wörter können im Schnitt aus dem Kopf wiederholt werden

- Maximal 1 Seite PM
- Wertungen nur in Zitaten, sonst sachlich
- Zentrale Fragen im ersten Absatz!
- Journalist*innen streichen von hinten
- PM-Verfasser*innen als Dienstleister*innen für Journalist*innen
- Gendern: möglichst beidnennende Begriffe (Studierende) da Beidnennung zu zu vielen Zeichen führt
- Sprachbilder von unbeteiligten Gegenchecken lass ob sie verstanden werden
- Keine Abkürzungen, kein Partei-Sprech
- Routine und Gewohnheiten schaffen, immer gleiches Layout, Wiedererkennungswert
- Schaffen
- Niemals „ich“ oder „wir“ außerhalb der direkten Rede
- Aktiv statt Passiv
- Klare Sätze, max. Ein Nebensatz
- Neue Rechtschreibung
- Gegenlesen lassen
- Nominalkonstruktionen (-ung) vermeiden
- Verben statt Konjunktive
- Füllwörter streichen
- Keine überflüssigen Infos, keine Behauptungen, kein Humor, keine schiefen Sprachbilder

Zitate/ Porträts

- Zitate: knackig, kurz, ungewöhnlich formulieren
- Fotos/Porträts= Personalisierung

Pressemitteilung verschicken

- Link von dem Bild runtergelaufen werden kann, nicht anhängen, große Mails werden nicht geöffnet
- PM-Text in Mailtext statt Anhang
- Keine exotischen Schriften (z.B. Mac) sondern z.B. Times New Roman
- Copy&Paste ermöglichen (keine schreibgeschützten Anhänge)

Terminankündigungen an Journalist*innen

- Terminankündigungen/ Terminrückschau nutzen
- Mindestens eine Woche vorher, da vor allem Regionalzeitungen Zeit brauchen um jemanden zu finden
- 1-2 Tage vorher Reminder

Rundfunkjournalismus

- Telefon statt Handy
- Zwei Botschaften vorbereiten und wiederholen
- Keine Fremd- und Fachwörter
- Langsam, flüssig, kurze Pausen
- Um Wiederholung/Authorisierung der Aufnahme bitten
- Aus dem Oberkörper statt aus dem Hals sprechen

TV-Journalismus

- Drei Sätze, 15 Sekunden
- Zentrale Botschaft in einem Satz
- Interviewer*in statt Kamera anschauen
- Hände weg vom Gesicht