




Öffentlichkeitsarbeit

PR für unsere Initiative

von Cornelia Giebler, Mai 2010



Was wollen wir erreichen?

- Wir wollen die Öffentlichkeit über unsere Initiative informieren.
- Wir wollen für unsere Initiative werben.
- Wir wollen ein positives Meinungsbild (Image) von unserer Initiative erreichen.

Wir brauchen:

- Köpfe (Sprecher, Ansprechpartner, Verantwortliche mit Bild, Namen und Telefon)
- ein Logo [Erscheinungsbild / Design]
- ein Konzept (Was wollen wir? Wie wollen wir es umsetzen?)

Vor dem Start der Initiative:

- Pressebericht über die Absicht, eine Initiative zu gründen (Wer steht dahinter? Was ist geplant? Wann geht es los? Wer kann mitmachen?)
- Zu einem Pressegespräch einladen (vielleicht mit Unterstützern - Sponsoren) oder sich bei den verantwortlichen Redakteuren vorstellen (möglichst schon mit Flyer oder schriftlich formulierten Konzept)

Die Initiative wird gegründet:

- persönliche Einladungen verschicken
- Plakate (max. DIN-A3) aufhängen
- Flyer drucken lassen (Kopien sind nicht unbedingt billiger als z. B. Digitaldruck); bei „diedruckerei.de“ kostet z.B. DIN-A4, beidseitig bedruckt, 1250 Stück = 59 Euro (250 Stück kosten 58 Euro)

Presse früh einbeziehen!

- Presse mindestens eine Woche vorher einladen
- Mit den Verantwortlichen der Tageszeitung / Wochenzeitung / Mitteilungsblatt weitere Zusammenarbeit absprechen.
- Vorbericht auf Gründungsveranstaltung (oder Eröffnung / „Tag der offenen Tür“) in der örtlichen Presse

Die Initiative läuft:

- im Gespräch bleiben – immer wieder den Weg an die Öffentlichkeit suchen
- besondere Veranstaltungen (Vorträge, Workshop, Aktionstag) anbieten und bewerben
- als „regelmäßiger Termin“ in den Veranstaltungskalendern der Presse und der Kommune auftauchen

Bei anderen sich vorstellen!

- Die Initiative bei Selbsthilfetagen, Messen, Vereinstreffen, Neujahrsempfang etc. präsentieren.
- Mit Gruppen Kontakt aufnehmen, in denen auch Senioren engagiert sind.
- Sich dem Bürgermeister / Gemeinderat vorstellen

Exkurs: „Wie kommt meine Initiative in die Zeitung?“

- oder: So klappt es auch mit der Presse!

Wann kommt die Initiative in die Zeitung?

- Wenn wir etwas tun, das möglichst viele Leser interessiert oder anspricht (so sollte ich auch schreiben – für alle Leser)
- Zuvor Kontakt mit der Redaktion aufnehmen! (Eignet sich das Thema für die Öffentlichkeit? Kommt ein Redakteur oder liefern wir?)

Wie sollte die Pressemitteilung aussehen?

- klar strukturiert
- das Wichtigste am Anfang
- die W-Fragen (Wer? Was? Wann? Wo?) beantworten

Das journalistische Prinzip lautet: „Mann beißt Hund“

- Das Besondere kommt vor dem Normalen.
- Das Neue steht vor dem Alten.
- Das Konkrete wird dem Allgemeinen vorgezogen.
- Das Wichtige sticht das Belanglose aus.

Was ist die Nachricht?

- Entscheidend beim Abfassen eines Artikels ist: Sie müssen sich vor dem Schreiben klar werden, was Sie dem Leser mitteilen wollen.
- Wer sagen kann, was ist, hat die Hälfte des Artikels schon geschrieben.

Die W - Fragen

- Was ist passiert?
- Wem ist etwas passiert? Wer sind die handelnden Personen?
- Warum ist etwas passiert? Ursachen nennen.
- Wo ist etwas geschehen?
- Wie ist es passiert?
- Wann ist es passiert?

- Wer die so genannten W-Fragen beantworten kann, der hat alle Informationen, um einen Artikel zu schreiben. Das heißt aber nicht, dass für den Leser auch alle W-Fragen beantwortet werden müssen.

Wie schreibe ich einen Artikel?

- Antwort: Mit dem ersten Satz geht's los. Deshalb: Legen Sie Wert auf den ersten Satz!
- Wenn der erste Satz steht, folgen die nächsten wie von alleine.

- Nicht alle Antworten in einen Satz packen.
- Schreiben Sie im Aktiv.
- Machen Sie kurze Sätze.
- Überprüfen Sie die Zuordnung – Subjekt, Prädikat, Objekt.
- Vermeiden Sie Fremdwörter.

- Alle Menschen haben einen Vornamen und einen (Nach-)Namen, nennen Sie beide. Ein Herr und eine Frau sollten nicht in einem journalistischen Text vorkommen.
- Schreiben Sie, wer was gesagt hat. Nutzen Sie die direkte Rede (Zitat).
- Lassen Sie überflüssige Informationen und damit überflüssige Wörter weg.

Und wegschicken

- Schicken Sie ein E-Mail, mit dem Artikel als Anhang.
- Schicken Sie das Bild in höchster Qualität im jpg.Format.
- Hinterlegen Sie im Bild unter den IPTC-Daten die Bildinformation bzw. Bildunterschrift. (Irfan-View)

Machen Sie es der Redaktion leicht

- Sich an die Absprachen halten!
- Bei Ankündigungen möglichst früh „liefern“
- Meist ist man dankbar für „Infokasten“ und Ansprechpartner mit Telefon.
- Aussagekräftige Bilder liefern, Menschen nah abbilden (nicht von hinten!)

- Viel Erfolg für Ihre Initiative!