

Seminar für Öffentlichkeitsarbeit in Walddorfhäslach "Der richtige Umgang mit der Presse"

„Wenn man die öffentliche Meinung auf seiner Seite hat, kann nichts schief gehen.“ (Abraham Lincoln)

Zahlreiche Interessenten fanden sich am Samstag, 31.01.2009 um 9.30 Uhr im Züchterheim von Walddorfhäslach ein. Ein Schwerpunkt der Veranstaltung war der richtige Umgang mit der Presse. Der Landesverband Württemberg und Hohenzollern konnte hierfür als Referentin Sabine Laartz von der Hochschule Pforzheim gewinnen. Der zweite Schwerpunkt des heutigen Tages lag in der Wichtigkeit mit dem Umgang von elektronischen Daten, dies erläuterte praxisnah unser Referent für Öffentlichkeitsarbeit, Kurt Franke.

Was ist Öffentlichkeitsarbeit mit der Presse? Hierzu nachfolgender Öffentlichkeitsleitfaden.

Das Wissen um diese Tatsache ist der Antrieb für Public Relation in Verein. Sie sind ein Teil des gesellschaftlichen Ganzen und tragen in diesem Rahmen Verantwortung. Um ihr gerecht zu werden, ist es wichtig einen Dialog zwischen Verein und Gesellschaft aufzubauen. Dabei spielt das Verhältnis zur Presse eine wesentliche Rolle. In diesem Zusammenhang ist das Stichwort Kontaktpflege in aller Munde, aber was das genau zu bedeuten hat, bleibt meistens offen. Der hier dargestellte Öffentlichkeitsleitfaden gibt einen Einblick in die wichtigsten Grundregeln zum Umgang mit Journalisten und bietet Anregungen für eine gegenseitige Zusammenarbeit. Anhand der aufgeführten Teilaspekte kann der Grundstein für einen funktionierenden Kommunikationsfluss gelegt werden.

Einblick in die Pressearbeit verschaffen

Journalisten sind die Vermittler zwischen Verein und Gesellschaft. Mit diesem Wissen ist es selbstverständlich, dass die Presse als Partner betrachtet wird, mit der man freundlich kooperiert. Dazu gehört eine Auseinandersetzung mit der Arbeitsweise der Presse und die Kenntnis über deren Leser und Hörerschaft. Für den Kontaktaufbau ist es sinnvoll, sich nicht nur mit der Person, sondern auch mit ihrem Arbeitsfeld bekannt zu machen. Den Journalisten ist dies selbstverständlich. Das Gleiche gilt aber auch für diejenigen, die sich an die Presse wenden.

Verbindlich und kompetent agieren

Zu einer gelungenen Kontaktpflege gehört die Bereitschaft Termine einzuhalten. Genauso wichtig ist es, in Vereinen selbst einen Ansprechpartner anzubieten, der für die Presse erreichbar ist. Nichts ist auf Dauer schädlicher für das Image eines Vereins, als das Abblocken von Pressenachfragen, unerreichbar zu sein oder nur sporadisch auf Nachfragen einzugehen. Da der Kommunikationsfluss keine Einbahnstraße ist, sollten vom Verein selbst, wichtige Informationen (und dazu zählt nicht: „Wir möchten ein Produkt verkaufen“) in entsprechender Form an die Presse weitergegeben werden. Falls das über das Telefon geschehen soll, gilt allerdings: „Je später der Tag, umso hektischer das Redaktionsgeschäft“ und umso weniger Zeit hat der einzelne Journalist für Ihre Belange.

Den richtigen Ansprechpartner bieten

Das A und O einer gelungenen Zusammenarbeit ist die grundsätzliche Bereitschaft mit der Presse zu kooperieren. Dazu zählen Kontinuität, und das Bewusstsein, dass derjenige, der den Kontakt zur Presse aufnimmt, gleichzeitig den Verein repräsentiert. Deshalb ist die Auswahl eines passenden Ansprechpartners, der nicht nur angenehme Umgangsformen, sondern auch fachliche Kompetenz besitzt, unumgänglich. Journalisten sind die Partner des Vereins und sollten auch so behandelt werden. Am liebsten möchten sie ihre Informationen direkt von der Quelle erhalten, d.h. die Aussage eines Vorstandes oder Geschäftsführers ist in der Beliebtheitsskala ganz oben angesiedelt, die von Mitarbeitern, die sich erst vergewissern müssen, was sie sagen dürfen, recht weit unten. Der Journalist sollte im Laufe des Kontaktes das Gefühl haben, sich auf sein Gegenüber verlassen zu können.

Gut vorbereitet ins Gespräch

Im Dialog mit der Presse sollte der Verein seine Bereitschaft zur Transparenz verdeutlichen. Zwar sind dem Journalisten Informationen wichtig, allerdings ist es nicht ratsam, beim Reden abzuschweifen und sich in Einzelheiten zu verlieren. Eine Konzentration auf die wesentlichen Punkte ist die Maxime. Dies gilt ebenfalls für die Darstellung eigener Standpunkte. Das Ziel ist eine klare Darstellung der augenblicklichen Situation, der eigenen Ideen und Perspektiven. Es schadet nicht, wenn der Verein dabei einen Blick über den Tellerrand hinaus wagt. Allerdings sollte dann nicht das Interesse des Gegenübers aus dem Blick verloren werden. Eine Atmosphäre des Austausches kann dann entstehen, wenn Offenheit für das Gegenüber erhalten bleibt. In letzter Hinsicht gilt: Weniger ist mehr. Gezielt aufgearbeitete Informationen eignen sich besser als eine Informationsflut. Ehrlichkeit ist gefragt, Anpreisungen sind für jeden offensichtlich und stören nur den Austausch. Für denjenigen, der auf einem unsicheren Fuß erwischt wird, gilt: „Schweigen ist oft genauso dumm wie lügen.“ (John F. Kennedy). Geschickter ist es, sich gut vorzubereiten und dabei mögliche Problemfelder mit zu bedenken. Falls trotzdem einmal Unsicherheiten bestehen, ist es besser, diese nicht zu vertuschen. Die Beantwortung kann dann später erfolgen. Möchte man derartige Zwischenfälle vermeiden, ist es sinnvoll den Journalisten von Anfang an Zusatzinformationen anzubieten, die im Hinblick auf ihre Bedürfnisse zusammengestellt wurden.

Noch einige Tipps

Journalisten arbeiten unter hohem Zeitdruck. Angeforderte Informationen sollten deshalb schnellstens geliefert werden. Eine längerfristige Verzögerung hat zur Folge, dass das Interesse des Mediums verblasst und die Information veraltet.

Gut vorbereitet bedeutet auch, dass man Termine, Aktivitäten, Chronik, Fotos oder weitere Daten und Fakten, die relevant sind, schnell zur Verfügung stehen, am besten auch in digitaler Form.

Meldungen sollten darüber hinaus gezielt verschickt werden. Dazu ist es notwendig, sich Gedanken zur Zielgruppe zu machen. Die Einbindung in eine PR-Strategie erlaubt einen breiteren Spielraum für eine qualitativ bessere Berichterstattung und ermöglicht darüber hinaus Synergieeffekte durch aufeinander abgestimmte Schritte des Vereins.

Eine überbordende Informationsfülle schmälert die Möglichkeit einer Veröffentlichung. Stattdessen ist eine klar aufbereitete Darstellung ein größerer Garant, dass der Text auch akzeptiert wird.

Eine gute Unterstützung bei der Arbeit mit Medien und ihren Vertretern, bietet das Anlegen einer entsprechenden Kartei. In dieser sollten alle wichtigen Daten wie die Adressen, die Ansprechpartner und die Herausgeber der einzelnen Medien enthalten sein. Wenn dazu noch das Zwischenmenschliche nicht vergessen wird, ist das eine gute Basis für die Kontaktpflege.

Durch personelle Kontinuität kann Vertrauen aufgebaut werden, das dann die Pressearbeit erheblich erleichtert und Arbeitsprozesse verkürzt.

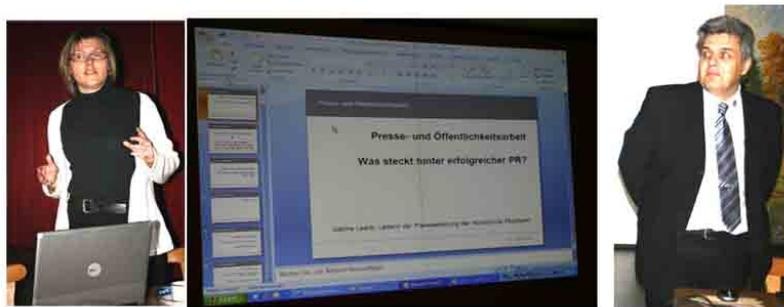
Eine weitere Unterstützung für die Presse kann auf der Internetseite zur Verfügung gestellt werden:

Ein Pressebutton, unter dem sowohl die Vereinssorganisation, Daten, Termine und Ansprechpartner zu finden sind. Hier können auch Pressemitteilungen eingestellt werden – aber Achtung, es sollte nicht der Aktualitätsbezug verloren gehen. Schön ist es auch, wenn Fotos zum Verein (z. B. Portrait der Vorstandschaft, Vereinslogos, etc.) heruntergeladen werden können. Dabei ist wichtig, dass diese Fotos für den Druck in mindestens 300 dpi Auflösung vorhanden sein müssen. Unter den Pressebutton gehören keine Belegsammlungen veröffentlichter Texte, diese können als Referenzen verwendet werden.

Abschließend ist zu sagen: Wer selbst begeistert von seiner Arbeit ist, sie so gut wie möglich ausfüllen möchte und genau dies auch seinem Gegenüber unterstellt, wird eine authentische Einstellung zur Presse finden und sich die richtigen Gedanken zum Umgang mit den Medien machen. Wichtig ist dann nur noch, dass genügend Zeit vorhanden ist, um diese Aufgaben erfolgreich umzusetzen.

Kurt Franke

Ref. f. Öffentlichkeitsarbeit



Sabine Laartz & Kurt Franke



Uli Hartmann bei der Begrüßung



...mit Spannung zugehört



es blieben keine Fragen offen...



Sabine Laartz



Hansjörg Opala übergab Sabine Laartz zum Dank für ihren Vortrag einen Blumenstrauß.

[Umgang mit der Presse \(Power Point Präsentation\)](#)
von Sabine Laartz

[Anleitung Datensicherung, Anleitung Outlooksicherung](#)
von Kurt Franke

Text u. Bilder: Kurt Franke

[zurück](#)