

Grundlagen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Uder, 2. Oktober 2017

Dr. Sigrid Arnade
ISL-Geschäftsführerin

Überblick

1. Öffentlichkeitsarbeit allgemein
2. Pressearbeit insbesondere

1. Öffentlichkeitsarbeit allgemein

Tue Gutes und rede darüber

Was ist Öffentlichkeitsarbeit?

- Beziehung zur Öffentlichkeit
- = PR - Public relations
- hat viel mit Kommunikation zu tun
- „man kann nicht nicht kommunizieren“ (Paul Watzlawick)

Ziele von Öffentlichkeitsarbeit zum Beispiel:

- aufklären, informieren
- Vorurteile abbauen
- Entwicklungen beeinflussen
- Lobby gewinnen
- Spenden akquirieren

Teilbereiche der Öffentlichkeitsarbeit

- Einheitliches Erscheinungsbild
 - Name, Logo
 - Gestaltung des Briefpapiers barrierefrei!
 - Gestaltung eines Flyers barrierefrei!
 - Gestaltung einer Publikation barrierefrei!
 - Gestaltung von Broschüren barrierefrei!
 - Gestaltung der Website barrierefrei!
- Aktionen/Veranstaltungen barrierefrei!
- Pressearbeit
- Spendenmarketing

Was gehört zur barrierefreien Öffentlichkeitsarbeit?

z.B. Flyer in unterschiedlichen Versionen

- „Normalversion“
- leichte Sprache mit Bildern
- in Großschrift
- in Braille
- wissenschaftlich
- eventuell gestylt für Sponsoren

Was gehört zur barrierefreien Öffentlichkeitsarbeit?

z.B. barrierefreie Aktionen/Veranstaltungen

- Bedenken der ganzen Servicekette:
- Informationen/Website
- An-/Abreise
- Orientieren und Teilhabe bei der Aktion/Veranstaltung
- ev. Übernachtung

2. Pressearbeit insbesondere

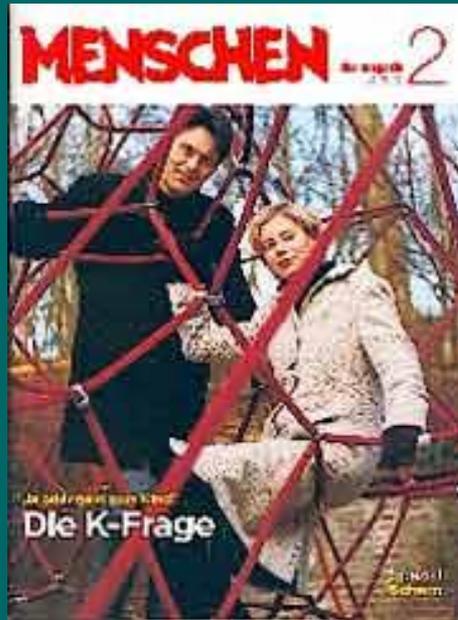
Was ist vorab zu beachten?

- systematisch und kontinuierlich arbeiten!
- wer ist für Pressearbeit zuständig?
- wer ist meine Zielgruppe?
- was will ich mitteilen?
- welche Medien kommen in Frage?
- Analyse des lokalen Medienmarktes
- Aufbau eines Presseverteilers

4 Bereiche der Medienlandschaft

- Printmedien
 - Zeitungen
 - Zeitschriften/Magazine
 - Anzeigenblätter etc.
- Hörfunk und TV
- Digitale Medien
 - Communities, Blogs, Foren
 - Online-Zeitungen
 - Presseportale
- Agenturen

Spezifische Medien



- Behindertenzeitschriften
- Hörfunk/TV-Sendungen (ZDF, mdr etc.)
- www.kobinet-nachrichten.org

Wann und wie?

- Aktuellen Aufhänger nutzen oder einen schaffen (z.B. Podiumsdiskussion, Start eines Projekts, Tag der offenen Tür)
- Thementage nutzen (z.B. 5. Mai oder 3. Dezember)
- eventuell Prominente einbinden
- zeitnah, aktuell berichten
- Kontaktperson benennen

„Was immer du schreibst,
schreibe **kurz**
und sie werden es lesen,
schreibe **klar**
und sie werden es verstehen,
schreibe **bildhaft**
und sie werden es
im Gedächtnis behalten.“

Joseph Pulitzer (1847–1911),
Journalist und Zeitungsherausgeber

Tipps zum Schreiben

- Einfach und verständlich
- Kernaussage an den Anfang (hierarchisch, nicht chronologisch aufbauen)
- aktiver Stil mit Verben statt Substantiven, kurze Sätze
- geschlechtergerechte Sprache
- einfache Schriften; >12 pt; Abstand 1,5

Nachrichtenpyramide

- Kern der Nachricht an den Anfang!
- Antwort auf 5 Ws: wer? wo? was? wann? warum?
- 1. Satz nicht mehr als 15 Wörter
- aktiv, verbal, kein Konjunktiv
- Abbinder (Info z. Absender)
- zum Schluss Kontaktdaten nennen

**Vielen Dank für die
Aufmerksamkeit!**