

**Diakonie** 

Berlin-Brandenburg-  
schlesische Oberlausitz

# Wie funktioniert Öffentlichkeitsarbeit - Ein kleiner PR-Workshop

14:15 – 15:45 Uhr

Gästehaus Lazarus, Tagungsraum Bernauer Str. 118

Susanne Gonswa

Diakonisches Werk Berlin-Brandenburg-schlesische Oberlausitz/ nak

06.11.2018

## Was bedeutet eigentlich PR?

- Park & Ride? Nein
- Presse & Rundfunk?

Definition: PR bedeutet Public Relations

Auf deutsch: Öffentlichkeitsarbeit

Im Gegensatz zum Marketing wird hier keine Gegenleistung gekauft wie bei Werbung/Anzeigen, sondern: wir bieten Nachrichten an.

**PUBLIC RELATIONS...ist eine Dienstleistung!**

Sie muss ehrlich und authentisch sein.

Kommunikation ist immer nur so gut, wie sie verstanden wird. Machen Sie den Test!

PR ist zielorientierte Kommunikation.

## Was ist Public Relations genau?

Imagepflege, Vertrauenswerbung

Man will die Meinung über ein Unternehmen, eine Person oder ein Projekt, ein Anliegen, ein Netzwerk positiv beeinflussen

Instrumente: Geschäftsberichte, Flyer, Vorträge, Filme, Kundenzeitschriften, Veranstaltungen, Social Media, Homepage, Pressemitteilungen etc.

## Hintergrundwissen & Grundlagen

### **Berliner Pressegesetz vom 15. Juni 1965**

**Journalisten unterliegen der Pressefreiheit, d.h. sie wählen selbst, worüber sie berichten, wie sie berichten und berichten dabei unabhängig.**

Wie kommen dann meine Nachrichten in die Presse?

Sie müssen Ihre Nachrichten so interessant und verständlich wie möglich machen!

à Beispiel Pressemitteilungen

Bieten Sie sachlich und klar verständlich, kurz, Ihre Information an. Die Ausformulierung obliegt den Journalisten. Journalisten mögen kein „Werbegespräch“, blumige Umschreibungen, keine Wertungen wie „das beste Auto seit der Einführung des Airbags“, „die qualifizierteste Sprecherin seit Bestehen der nak“ oder ähnliches disqualifiziert Ihre Nachricht schon im ersten Satz.

Bleiben Sie sachlich und neutral, kurz und knackig!

## Die Nachrichtenwerte: Suchen Sie einen aktuellen Bezug

Journalisten bekommen täglich rund 40-50 Pressemeldungen auf den Tisch, dazu noch Anrufe, Emails, Social Media Posts etc.

### NACHRICHTENWERTE, diese helfen Ihnen bei Ihrer PR-Arbeit, um Ihre Nachricht zu platzieren

- Regionalität
- Prominenz
- Zeitfaktor (Jahrestage, Anlässe etc): 17.10 Internationaler Tag zur Beseitigung der Armut
- Krise, politische Brisanz, Wahl
- Kurioses
- Erotik
- Menschelnde Geschichten (Weihnachtszeit!) Beispiel heute morgen: Wunschzettel „ältere Menschen wünschen sich zu Weihnachten Lebensmittel und Gebäck“

## Wie schreibt man eine Pressemitteilung?

- 7 W-Wörter: Wer, Was, Wann, Wie, Wo, Warum, Woher
- Kurze, klare Sätze: 13-18 Wörter (ab 19 Wörter werden Sätze schwer verständlich)
- Keine Schachtelsätze
- Subjekt, Prädikat, Objekt
- Jeder Satz nur ein Gedanke
- Beginnen Sie mit einem Hauptsatz: Barbara Eschen wurde zur Sprecherin der Nationalen Armutskonferenz gewählt! (Das ist die Kernbotschaft, die Sie vermitteln wollen)
- Aktiv statt passiv: Statt „es wird ... durchgeführt werden“ besser: „es wird ...durchgeführt“

## Wie schreibt man eine Pressemitteilung? Zusätzliche Tipps:

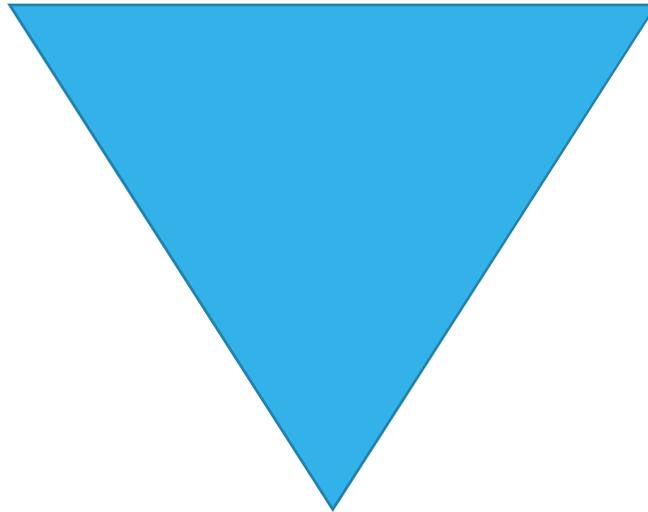
- Bei langen Sätzen: Subjekt/Hauptwort an den Anfang stellen
- Zahlen bis 12 werden ausgeschrieben: eins, zwei,... zwölf, 13, 14
- Monate ausschreiben: nicht Aug. sondern August
- Fachjargon vermeiden: „Die Lehrerschaft fordert zur Verbesserung des Umweltverständnisses bei Schüler\*innen die Schaffung von Möglichkeiten der Wissensvermittlung außerhalb schulischer Institutionen.“  
à Besser: „Lehrer möchten mehr Unterricht in der Natur abhalten, damit Schüler\*innen die Umwelt praktisch erfahren und verstehen lernen“



# Wie schreibt man eine Pressemitteilung? Möglichst auf einer Seite!

## Das Nachrichtendreieck

Leadsatz  
Quelle  
Einzelheiten  
Vorgeschichte  
Details



## Denken Sie an die 7 W's

1. WER
2. WAS
3. WANN
4. WIE
5. WO
6. WARUM
7. WOHER



## Wie verschicken Sie eine PM?

- Als Email
- kopieren Sie den Text in die mail
- vermeiden Sie Ansprachen wie: „Sehr geehrte Redaktion, mein Name ist Susanne Gonswa, ich bin Pressesprecherin... und bitte Sie um Abdruck dieser Pressemeldung. Bitte lassen Sie mir Belegexemplare zukommen und schicken mir den Text vor Drucklegung zur Freigabe nochmal zu“ Das ist unnötig, Journalisten wissen, was Sie mit der Zusendung der PM von ihnen wollen
- hängen Sie ein Foto an mit max. 3 GB
- kennzeichnen Sie in Ihrer PM das Foto mit Copyright und einer Bildunterschrift (BUZ), z.B.: „Barbara Eschen (l) wurde zur Sprecherin der Nationalen Armutskonferenz gewählt“,  
Copyright: nak/S.Gonswa
- hängen Sie die PM nicht nochmal extra an (Datenmüll)

## Wann versenden Sie eine PM?

08:30/ 9 Uhr eine Redaktionssitzung mit Themenverteilung  
10 Uhr beginnt die Recherche, Außer-Haus-Termine  
14/15 Uhr Rückkehr in die Redaktion und schreiben  
16/17 Uhr: Drucklegung

Tipp:

- Versenden Sie möglichst nicht Freitagnachmittags eine PM
- Bedenken Sie die Zeit der Berichterstattung
- Eventeinladung für Presse: 7-10 Tage eine Vorabesinladung versenden, 2-3 Tage vorher erneut eine Einladungserinnerung
- Frage: Nochmal Anrufen oder nicht? Bitte nicht! Nur, wenn Sie eine neue Nachricht haben, die Sie nachkommunizieren wollen. Bitte nicht anrufen und fragen „ob die Mail angekommen ist“

## Pressemitteilung: Die Checkliste

### Was muss formal noch rein?

- Datum, Ort
- Ansprechpartner mit Telefonnummer und Emailadresse
- Name und Funktion (wenn vorhanden) des Absenders
- Überschrift fett gedruckt
- Betreffzeile in Email: nicht länger als 24 Zeichen (= Vorschauansicht bei Outlook)
- Möglichst: nicht länger als 1 Seite! (je kürzer, desto besser)
- Datum leserlich schreiben: nicht 01.01.2018 sondern 1. Januar 2018

## An wen versenden Sie eine Pressemitteilung? (Der Presseverteiler)

- Aufbau eines Presseverteilers: Es besteht Impressumspflicht, schauen Sie in Zeitungen/ Zeitschriften ins Impressum, hier finden Sie öffentlich zugängliche Emailadressen
- Sammeln Sie vor allem auch Kostenlosblättchen/Wochenblättern: hohe Reichweite, hohes Interesse an Themen, regionaler Bezug
- Pressestellen der Rathäuser online auf der Webseite nach Ansprechpartnern aus der Politik suchen, die für Sie relevant sind
- Kostenlose Plattform zum Versand von PMs: [www.openpr.de](http://www.openpr.de)

**Tipp:** Notieren Sie zum Kontakt die Redaktionsschlüsse der Zeitungen, z.B. „Am 10. des Vormonats“, diese finden Sie manchmal im Impressum oder telefonisch (bei Monatsmagazinen, Straßenmagazinen etc.)

## Beispiel einer Pressemitteilung

30.04.2009

### **Catch your Cab! Der Biermix Cab geht mit der Cab Tour an den Start**

Krombach – Laue Sommernächte, rhythmische Beats unter freiem Himmel und erfrischend fruchtige Biermix-Getränke. Im Sommer haben es Nachtschwärmer leicht, die Nacht zum Tag zu machen. Denn ob Open Air Festival oder Beachclub – das Angebot an Partys und Events ist riesig. Auch das Cab Taxi wird an den angesagtesten Locations parat stehen. Unter dem Motto „Catch your Cab“ bringt Euch das Cab Cab den Sommer über durch die Nacht und sorgt für jede Menge Spaß. Eizenbier trifft Banana – Das Cab catcht Dich!

Insgesamt 11 Wochen cruisen die Cab Taxen immer an je einem Freitag und Samstag von 20:30 Uhr bis 1:30 Uhr durch 9 Städte in ganz Deutschland. Und zwar von München bis Münster und von Aachen bis Hamburg. Die Tour startet am 22. Mai in München und endet am 1. August in Hamburg. Also Augen au: Die original britischen Taxen im Cab-Style gibt es wie das neue Cab Banana & Beer direkt im Sixpack und sind nicht zu übersehen. Die Chance ist daher sehr groß, eines der sechs coolen Cab Cabs zu erwischen und eine Runde mitzuspielen... (Quelle: Cab Drings GmbH, Kreuztal)

## Beispiel einer Pressemitteilung

06.05.2009

### **Börse Hannover mit neuer Führung**

Hannover. Martin Halblaub repräsentiert ab sofort als Vorsitzender des Börsenrats die Niedersächsische Börse zu Hannover. Die Mitglieder des Börsenrats wählten ihn am 29. April zum Vorsitzenden. Halblaub übernimmt das Amt von Jürgen Kösters, der zehn Jahre als Vorsitzender des Gremiums war. „Jürgen Kösters hat als Vorsitzender des Börsenrats hervorragende Arbeit geleistet. Er steht für die Kontinuität des Handelsplatzes und hat als einer der Architekten die erfolgreiche Implementierung der Börsen AG 1999, der Trägergesellschaft der Börsen Hamburg und Hannover, initiiert“, sagt Halblaub. Die Börse Hannover werde sich auch in Zukunft mit innovativen Angeboten und einer hohen Servicequalität profilieren.

Pressekontakt: XYZ

## Zum Abschluss noch: Die schönsten Fehler der Pressemitteilung! Vermeiden Sie bitte Folgendes:

- Nicht erreichbar sein nach dem Versand einer PM
- PM nicht im Korrekturmodus versenden
- Offene Verteiler (bitte setzen Sie Emailadressen immer in „Blindcopy“)
- Telefonische Nachfrage, ob PM angekommen ist
- PM mit „Wichtigkeit hoch“ versenden
- Inhaltsleere Zitate möglichst vieler Akteure
- Zu lang und zu viele Details
- Superlative verwenden
- Zu werbelastig: die schönste, innovativste, modernste ...
- Schlechte Rechtschreibung (Nutzen Sie die Rechtschreibfunktion bei WORD)
- Betreffzeile im Emailversand nicht ausgefüllt: 24 Zeichen !
- Zu große Anhänge (3 GB maximal!)
- Keine Kontaktdaten angeben

**Diakonie** 

Berlin-Brandenburg-  
schlesische Oberlausitz

**Vielen Dank!**

Susanne Gonswa

DWBO

© 06.11.2018