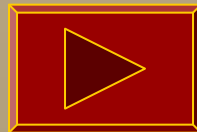


Öffentlichkeitsarbeit professionell gestalten

Regionale Pressearbeit

Feierabend-Seminar
Jugendförderung im Landkreis Gießen

Referentin: **Sara v. Jan**
freie Journalistin & PR-Beraterin



Seminarstruktur

- **Einführung**

- Was beinhaltet Öffentlichkeitsarbeit?
- Wozu brauchen wir PR?
- Zielgruppenbestimmung

- **Theoretischer Teil**

- Einführung in die Arbeit einer Redaktion
- Pressearbeit im Alltag
- Krisen-PR
- Event-PR

- **Praktischer Teil**

- Presseerklärungen und Artikel in Arbeitsgruppen erstellen
- Krisen-PR anhand von Beispielen
- Pressemappe erstellen



Öffentlichkeitsarbeit

- **Öffentlichkeitsarbeit**

ist das Management von Kommunikationsprozessen extern und intern

fördert das Verständnis und Sympathie für das Projekt/ die Institution -

oder provoziert um Wahrnehmung zu erzeugen

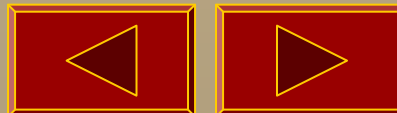
- **Pressearbeit**

ist, neben Marketing, Sponsoring und Events, ein Instrument der externen Öffentlichkeitsarbeit

Pressearbeit ist nicht mit Werbung zu verwechseln und verfolgt eher langfristige Ziele

stellt sich nicht in den Glanz der Repräsentation sondern erzeugt Transparenz durch Information

will Meinungen bilden, das Image fördern und Vertrauen schaffen zwischen Presse und Institution/ Träger/Unternehmen.



Wozu brauchen wir PR?

- **Tu Gutes und sprich darüber**

es ist nicht nur angemessen über soziale und politische Arbeit zu sprechen, sondern **essentiell**

nur durch das Know-How der aktiven Fachleute, kann die Öffentlichkeit an **Informationen** über den Ist-Zustand und über notwendige Neuerungen gelangen

Komplexe Sachverhalte brauchen gekonnte **Vermittlung**

Sie sind oftmals das einzige **Sprachrohr** ihrer Klientel

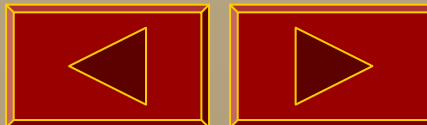
- **Aktuell**

in Zeiten knapper Kassen werden **Organisations--strukturen** verändert

Ihre Klienten sind von **Gesetzesänderungen** betroffen

die **Auswirkungen** der Umstellungen, positive und negative, müssen im **Bewußtsein** der Öffentlichkeit ankommen

Verankerung im öffentlichen Bewusstsein schafft mehr **Planungs- und Rechtssicherheit**



Zielgruppenbestimmung

- **Wen möchte ich erreichen?**

eine Fachöffentlichkeit

die einfache
LeserIn/HörerIn/ZuschauerIn

handelnde Personen, Ämter, Politik

das potentielle Klientel

- **In welcher Form?**

Meldung

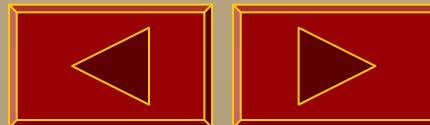
Bericht

Foto mit BU

Interview

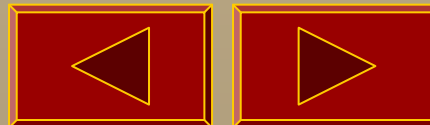
Reportage

Hintergrundstück



Redaktion intern

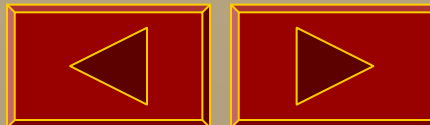
- **Redaktionsaufbau**
 - VerlegerIn/IntendantIn
 - ChefredakteurIn
 - RessortleiterIn
 - RedakteurIn
 - ReporterIn
 - VolontärIn
 - feste Freie
 - freie MitarbeiterIn



Mögliche Ansprechpartner

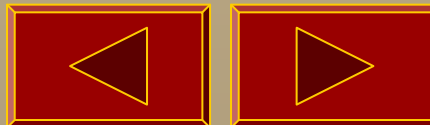
- **Wer macht was?**

RessortleiterIn	Koordination, Schwerpunktbestimmung
RedakteurIn	Seitenbauen (Überschriften), Terminvergabe, Übersicht Fachgebiet
ReporterIn	Recherche, Schreiben
VolontärIn	Seitenbauen, schreiben in verschiedenen Redaktionen
feste Freie	Seitenbauen, Schreiben, Fotografieren
freie MitarbeiterIn	Schreiben, Fotografieren



Redaktionsalltag

- **Redaktionskonferenz 10 Uhr**
- **Seitenspiegel**
- **Termine/Recherche**
- **Redigieren**
- **Seitenbauen**
- **Redaktionsschluss 18 Uhr**



Ansprechpartner

- **Finden und pflegen**

herausfinden, wer in den Redaktionen für ihren Bereich zuständig ist

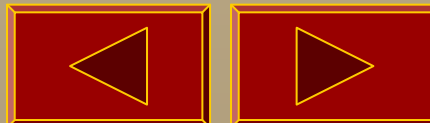
in Kontakt bleiben, freundlichen, nicht zu persönlichen Umgang pflegen

AnsprechpartnerInnen - selbst Freie- nicht außerhalb der Arbeitszeiten (10.00 - 18.00 Uhr) anrufen, es sei denn, es geht um Leben und Tod

- **Praxis**

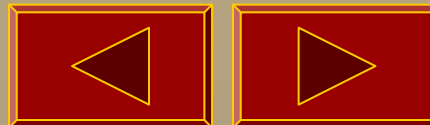
E-Mails grundsätzlich zunächst an **unspezifische Adresse** senden, z.B.. stadt@ und **zusätzlich an die AnsprechpartnerInnen**

es lohnt sich mitunter die **Jahresplanung** mit den **Journalisten** vorab zu **besprechen** und **Berichte** zu **Großprojekte** **persönlich** mit den **AnsprechpartnerInnen** zu **planen**



Pressearbeit im Alltag

- **Einladung der Presse**
- **Presseankündigung**
- **Pressetermin**
- **Pressemitteilung**
- **Pressekonferenz**
- **Hintergrundgespräch**
- **Pressemappe**



Fortsetzung im Seminar

