

Pressearbeit

Wie wir Journalisten
zufrieden gestellt
werden wollen

Die Grundlagen

- Wer, wie was? Wieso, weshalb, warum?
- Wer nicht fragt bleibt dumm.
- Und wer dumm bleibt, weiß auch nicht, auf welche Informationen es ankommt.

- Deshalb: Die großen W des Journalismus:
Wer? Was? Wann? Wo? Wie? Warum?
Woher/welche Quelle?

Was?

- Neuigkeiten
- Ankündigungen von Terminen
- Eher selten: Nachberichte (nur bei ganz besonderer Relevanz)
- Reaktionen auf politische Ereignisse (Kommentare zu lokalpolitischen Beschlüssen, Stellungnahmen zur Landespolitik). Dann aber sofort, am Tag danach ist zu spät. Merke: Tageszeitungen sind keine hundertjährigen Kalender.

Wer? Was? Wann?
Wo? Wie? Warum?

- Versteht sich von selbst, einfach die Fragen beantworten.

Woher/welche Quelle?

- Wer sagt etwas?
- Welche Funktion(en) hat derjenige
- Spricht er für den Vorstand, als Abgeordneter, Vorsitzender, amtierender Bürgermeister oder was?
- Wer ist für Nachfragen erreichbar, und zwar per Festnetz, Handy, Mail? Bitte immer alles angeben.

Technik

- Pressemitteilungen bitte möglichst immer per E-Mail übermitteln.
- In der Regel etwa zehn Tage vor dem Termin zusenden.
- Gern Fließtext, möglichst nicht in Tabellenform, bitte keine Tabs setzen, zerschlägt den Zeitungssatz.

Fotos

- Fotos im jpg-Format anhängen, nicht auf Textblatt „aufkleben“.
- Nicht zu viele Fotos, höchstens drei oder vier, besser nur eins.
- Fotos nicht zu groß, ideal sind 600 bis 700 kb.
- Bildtexte nicht vergessen.
- Fotos bitte nicht umbenennen, schon gar nicht mit langen Namen.
- Fotos immer mit IPTC-Köpfen versehen.

Was sollen Fotos zeigen

- Gruppenfotos (nicht so gerne): Niemand will sehen, was die Personen für Schuhe anhaben, vom Gürtel aufwärts reicht völlig.
- Nicht zu viele Leute auf dem Bild (Merke: Der Fliegenderreck hinten links bin ich).
- Besser als Gruppenfotos: Aktionen, Menschen im Gespräch, Menschen, die etwas tun.

IPTC-Köpfe (für Fortgeschrittene)

- Internationaler Standard für die Beschriftung von Fotos
- Nutzen fast alle Redaktionen

Pressegespräche

- Einladung etwa zehn Tage vorher
- Nur bei wirklich, wirklich relevanten Themen oder Ereignissen, Redaktionen sind heutzutage dünn besetzt und müssen genau schauen, wo sie hingehen.
- Bei gaaaanz großen Ereignissen mit sehr großem Medieninteresse sofort für einen Termin etwa ein- bis eineinhalb Stunden später einladen (Anreisezeit).

Was Journalisten beim Pressegespräch erwarten

- Ein Papier mit den wichtigsten Fakten
- Namensschilder mit Vor-, Nachname und Funktion der Sprechenden
- Hinterher Zeit für Einzelgespräche oder Fotos, Radio und TV möchten oft gern auch noch O-Töne haben.