

Pressekonferenz/-gespräch

Grundlagen

Mit Hilfe einer Pressekonferenz bzw. eines Pressegesprächs wird ein konkreter Einblick in die Arbeit des Trägers gegeben. Darüber hinaus wird auf die (öffentliche) Förderung, auch des ESF in geeigneter Weise hingewiesen. Eine Pressekonferenz ist gegenüber dem Pressegespräch formeller organisiert und strukturierter in Ablauf, Statements und Frage-Antwort-Phase.

Tipp:

Prüfen Sie zunächst, ob eine Pressekonferenz wirklich notwendig ist. Wenn Sie das was Sie sagen wollen, auch schriftlich mitteilen können, dann tun Sie das. Es ist für Journalist/innen ein großer Aufwand extra anzureisen.

Aktuelle Anlässe können sein:

- Start eines Projektes,
- neue Räume,
- spannende Ergebnis Ihres Projektes,
- Anwesenheit eines hohen Gast in Ihrem Projekt, z.B. Minister/in, Landrat/Landrätin,
- Darstellung verschiedener Meinungen und die Anwesenheit verschiedener Expert/innen, das spart den Journalist/innen eigene Recherchearbeit,
- Stellungnahmen mit entscheidender politischer Bedeutung,
- Teilnehmende, Betroffene sprechen lassen,
- Vermittlung eines persönlichen Eindrucks vor Ort,
- Feste, Tage der offenen Tür.

Eine Pressekonferenz bzw. ein Pressegespräch kann zu unterschiedlichen Zeitpunkten eines Projektes durchgeführt werden. Häufig wird der offizielle Projektstart oder der Abschluss des Projektes genutzt.

Tipps zur Durchführung:

1. Einladung

- Personen werden eingeladen, nicht Redaktionen
- Legen Sie eine regionale Medienliste mit allen Redaktionen und freien Journalisten bzw. Journalistinnen an.
- Wichtige Medien sind:
 - Lokalpresse
 - Anzeigenblätter

- Regionalrundfunk
- Nachrichtenagenturen, wie dpa, KNA und epd
- Lokales Fernsehen
- Amtsblätter der Kommunen
- Stadtteilzeitungen
- Kirchliche Mitteilungsblätter
- Pressestellen von Verbänden.

Thema und Anlass nennen:

- Machen Sie Appetit, ohne bereits das Essen zu servieren.
- Gesprächspartner/innen nennen mit Namen und Funktion.
- Ort, Zeit und Datum, ggf. mit Anreisebeschreibung.
- Ihre Telefonnummer für weitere Informationen.
- 10 Tage vorher einladen.
- Günstige Termine sind der späte Vormittag von Dienstag bis Freitag, ausgenommen Termine in Ferienzeiten und langen Wochenenden.
- Rufen Sie einen Tag vorher bei der Redaktion an, ob eine Teilnahme möglich ist. Wenn niemand kommt bieten Sie die Informationen direkt an.

2. Die Vorbereitung

Für Journalist/innen ist es wichtig alles Wichtige schriftlich nachlesbar zu haben.

- Liste der Referenten bzw. Referentinnen mit Vor- und Familienname, ggf. akademischer und beamtenrechtlicher Titel sowie Funktionsbezeichnung,
- Statements der Redner/innen (max. 1 DIN A4-Seite).

Darüber hinaus können Sie eine **Pressemappe** mit ausführlichen Informationen aus diesem Anlass erstellen:

- Hintergrundmaterial (Zahlen, Fakten), wenn vorhanden,
- Presseinformation als ausformulierter Text zum Thema mit Zitaten aus den Statements der Redner/innen (max. 2 Seiten),
- Imageprospekt, Projektflyer, etwaige Publikationen usw.
- Pressefoto.

Das sind die wesentlichen **Aufgaben** im Hinblick auf die Vorbereitung der Pressekonferenz:

- Zuständigkeiten und Reihenfolge der Statements festlegen,
- Zu vermittelnde Informationen, Statements vorbereiten und dahingehend prüfen, welche weiteren Fragen, Missverständnisse, etwaige (kritische) Rückfragen der Journalist/innen entstehen könnten und entsprechend weiter ausarbeiten. Hierfür eignet sich ein Questions & Answers-Papier, welches alle potenziellen Fragen antizipiert und verbindliche Antworten auflistet,
- Räumlichkeiten für die erwartete Personenzahl wählen,
- Bestuhlung mit Tischen in U-Form,



- technische Ausstattung festlegen,
- für Bewirtung sorgen,
- Ausschilderung vom Eingang zum Raum der Pressekonferenz,
- Projektwerbeträger vorbereiten (ESF-Plakat, Projekt-/Träger-Roll-up...)
- Papier und Bleistift auslegen.

3. Durchführung eines Pressegesprächs

Wichtig die die Festlegung einer Moderation. Deren Aufgaben umfassen folgendes:

- Vorstellung der Teilnehmenden.
- Aufruf der Teilnehmenden.
- Kurzes Interview der Betroffenen.
- Moderation der Fragerunde der Journalist/innen.
- Sorge tragen, dass alle Fragen der Journalist/innen sofort beantwortet werden.
- Langredner/innen stoppen (kein Statement länger als 7 Minuten).

Rahmen

- Statements zeitlich genau planen. Das Vortragen eines normal beschriebenen DIN A 4-Blattes dauert mindestens 5 Minuten. Wer frei spricht, vergisst auf die Länge zu achten und spricht meist zu lange.
- Maximal 3 bis 4 Statements mit maximal 7 Minuten Redezeit einplanen.
- Expert/innen für Statements gut auswählen: Wer ist interessant, akzeptiert und agiert im Sinne des Projektträgers? Wo liegen jeweils inhaltliche Kompetenzen
- Betroffene bzw. Projektteilnehmende müssen kein Statement abgeben, aber auf Fragen antworten können.
- Das Pressegespräch muss möglichst nach 20 Minuten eingeleitet werden. Sobald die Fragen der Journalisten bzw. Journalistinnen weniger werden, sollte die Pressekonferenz offiziell beendet werden. Sie sollten aber darauf verweisen, dass anschließend die Möglichkeit besteht, Einzelgespräche und Interviews zu führen.
- Die Pressekonferenz sollte nicht länger als eine Stunde dauern.
- Nutzen Sie die Gelegenheit zu persönlichen Gesprächen mit einzelnen Journalisten bzw. Journalistinnen für weiterführende Kontakte.
- Fernseheteams wollen immer "Bilder einfangen". Klären Sie vorher ab, wo Drehorte sein können und holen Sie im Falle der Anwesenheit die Zustimmung der Personen ein.

4. Nachbereitung der Pressekonferenz

- Erstellen Sie einen Pressespiegel vom Presseecho (Artikel, Agenturberichte, Radio- oder Fernsehsendungen).
- Die Dokumentation der Medienarbeit ist nach der Förderbestimmungen des ESF Baden-Württemberg (N-BEST P-ESF-BW) Teil des Verwendungsnachweises. Die Unterlagen über die



Durchführung und die Medienresonanz müssen aufbewahrt und bei Prüfungen vorgelegt werden.

- Wenn etwas schief gegangen ist und Sie Fehler in der Berichterstattung feststellen, überlegen Sie in Ruhe, ob es sinnvoll ist sich zu beschweren. Ein erster Schritt ist die telefonische Klärung mit dem/der Verfasser/in des Artikels, laden Sie ihn/sie eventuelle zu einem weiteren Gespräch ein. Auch Leserbriefen gegenüber sind Journalist/innen normalerweise aufgeschlossen.

Tipp:

Regelmäßige Kontakte sind eine wichtige Voraussetzung für eine gute Pressearbeit. Pflegen Sie daher die bei der Pressekonferenz geknüpften Kontakte zu Journalisten bzw. Journalistinnen.

Weitere EPM-Arbeitshilfen zu diesem Thema:

- Journalistische Schreibregeln
- Pressearbeit
- Pressekonferenz/-gespräch
- Publizitätsvorgaben
- Social-Media-Marketing im Überblick