

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Unternehmen

Der Weg
in die Medien

Astrid Kehsler, Saulheim

Presse- oder Öffentlichkeitsarbeit?

- PRESSEARBEIT richtet sich an Redaktionen von Medien bzw. freie Journalisten und Medienbüros.
- ÖFFENTLICHKEITSARBEIT wendet sich an ein frei definiertes Publikum.

Die Ausgangsfragen

Die beiden wichtigsten Fragen lauten:

- **Was möchte ich mitteilen (BOTSCHAFT)?**
- **Wen möchte ich erreichen (ZIELGRUPPE)?**

Daraus ergibt sich die Wahl

- des passenden Informationswegs
- des richtigen Mediums

Die Botschaft

- **Aktuelle Ereignisse:**
Jubiläen, Tage der offenen Tür, Auszeichnungen
- **Unternehmensentwicklung:**
Expansion, neue Geschäftsfelder, neue technische Entwicklungen etc.
- **Vermittlung von Wissen:**
Informationen für die Branche, an Politik oder Institutionen, an Endverbraucher.

Die Zielgruppe

Die **grundsätzliche Ausrichtung** des Unternehmens und die **aktuelle Botschaft** (Anliegen) entscheiden über die Frage:

Wen will ich erreichen?

- **Kunden** (B-to-B, B-to-C)
- **Lieferanten und Partner**
- **Öffentliche Stellen und Institutionen**

Ergänzende Kriterien

Neben der Botschaft und der Zielgruppe sind für die Wahl des Informationsweges wichtig:

- **Thema** (wer berichtet üblicherweise darüber)
- **Termin** (Redaktionsschluss beachten)
- **Wirkungskreis** (regional, landesweite, bundesweite, international)

Auswahl des Informationsweges

Pressearbeit

- Printmedien
- Rundfunk
- Online-Medien

Öffentlichkeitsarbeit

- Handzettel, Plakate, Mailings
- Anzeigen
- eigene/fremde Website
- eigenes Kundenmagazin
- Messeauftritte
- Vorträge etc.

Printmedien

Zu den Printmedien gehören Zeitungen und Zeitschriften.

- **Zeitungen:** unabhängige Tages- und Wochenzeitungen, Anzeigenblätter, Nachrichtenblatt
- **Zeitschriften:** Publikums-, Spezial-Interest- und Fachzeitschriften

Rundfunk

Für viele Themen bietet auch der Rundfunk Sendepplätze.

- Öffentliche-rechtliche und private Radiosender,
- Öffentliche-rechtliche und private Fernsehsender.

Entscheidend ist die Recherche nach dem passenden Sendepplatz und dem richtigen Ansprechpartner.

Online-Medien

Als zusätzliche Informationsquellen haben sich u.a. etabliert:

- eigenständige Webmagazine
- Websites von Zeitungen und Zeitschriften
- Websites von Rundfunksendern
- Websites von Interessenvertretungen

Presseinformation

Für kleinere Nachrichten genügt eine
Presseinformation mit:

- Nachricht
- Foto
- Absenderkennung und Kontakt für Rückfragen
mit Telefon, Mobiltelefon, E-Mail
- ggf. separates Anschreiben

Pressemappe

Zu wichtigen/überregionalen Themen empfiehlt sich eine komplette Pressemappe mit:

- Anschreiben mit Ansprechpartner
- Kontakt für Rückfragen
- Presstext (Lang- und Kurzfassung)
- Bildmaterial
- Hintergrund zum Unternehmen (Eckdaten)

Basismaterial Text

Basistexte für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit:

- Kurze Unternehmensgeschichte (tabellarisch)
- Kurzbeschreibung des aktuellen Unternehmens(ziels)
- Vorstellung der leitenden Personen
- Vorstellung der wichtigsten Produktgruppen/Dienstleistungen

Basismaterial Bild

Grundlegendes Bildmaterial/Fotos:

- vom Unternehmen oder Unternehmensgebäude
- von leitender Personen
- von Produkten/aus dem täglichen Geschäftsgeschehen

Tipps für die Umsetzung

- Dokumentieren Sie alle wichtigen Anlässen in Ihrem Unternehmen mit guten Fotos.
- Nutzen Sie Profis für Texte und Bild, wenn Sie selbst nicht über professionelle Fähigkeiten bzw. Ausrüstung verfügen.
- Suchen Sie den persönlichen Kontakt zu Redaktionen.