

So organisieren Sie eine Pressekonferenz

Eine Pressekonferenz zu organisieren, ist keine Hexerei. Lernen Sie, was es dazu alles braucht und wann der Versand einer Medienmitteilung der Pressekonferenz vorzuziehen ist. Wie Sie eigene, zeitungsgerechte Medienmitteilungen verfassen, verrät die Kurzanleitung «Einfach mediengerecht schreiben», welche auf www.praesenz-effizienz.ch ebenfalls gratis bezogen werden kann.

Bevor Sie sich überlegen, WIE Sie eine Pressekonferenz (PK) organisieren, müssen Sie sich ehrlich fragen, ob es sich überhaupt lohnt. Als Faustregel gilt:

- Können Sie Ihr Anliegen in wenigen Sätzen erklären, ist KEINE Pressekonferenz nötig.
- Müssen Sie mit zahlreichen Rückfragen von Medienschaffenden rechnen oder können vor Ort (der Pressekonferenz) mehrere Artikelthemen aufgenommen und auch fotografiert werden, lohnt sich eine PK.

Voraussetzungen für die PK

Auch wenn sich das jetzt banal anhört, bevor Sie eine Pressekonferenz organisieren, sollten Sie dafür sorgen, dass zum Termin ausreichend Auskunftspersonen verfügbar sind. Bei Veranstaltungs-PKs sollten möglichst mehrere Vertreter des Organisationskomitees anwesend sein, bei Bilanz-Pressekonferenzen sicher der Geschäftsführer und der Finanzchef, und so weiter.

Weiter brauchen Sie zahlreiche Zusatzinformationen, die Sie den Medien in schriftlicher Form abgeben können.

Zum Beispiel für Veranstaltungen:

- Korrekter Name + Kürzestbeschrieb der Veranstal-

tung

- Details zur Veranstaltung
- Veranstalterporträt
- Liste der Anwesenden, Name und Funktion
- Liste der Auskunftspersonen inkl. Erreichbarkeit
- Voten der Anwesenden
- geeignetes Bildmaterial

Und für Unternehmen:

- Korrekter Name + Kürzestbeschrieb der Unternehmung
- Details zur Unternehmung wie Name und Bild des Geschäftsführers, Standorte, Umsatz und Mitarbeiter, Projekte
- Firmenprofil (Unternehmensgegenstand, Produkte, Schwerpunkte)
- Liste der Anwesenden, Name und Funktion
- Liste der Auskunftspersonen inkl. Erreichbarkeit
- Voten der Anwesenden
- geeignetes Bildmaterial

Wichtig:

Je korrekter und detaillierter das abgegebene Material ist, umso leichter fällt es den Medienschaffenden, korrekt und detailliert Bericht zu erstatten. Das gilt übrigens nicht nur für Pressekonferenzen!



Dies ist eine Gratis-Dienstleistung der Firma **Präsenz und Effizienz in Printmedien (PEP)**. Sämtliche Copyrights liegen bei PEP. Alle Downloads sind nur für den Eigengebrauch freigegeben. Mehr Informationen zu Textdienstleistungen, Lehrgängen und Seminaren auf www.praesenz-effizienz.ch

Die Einberufung der Pressekonferenz

Sie haben also abgeklärt, wer am festgelegten Datum verfügbar ist und haben das Infomaterial organisiert, das Sie den Medien abgeben möchten. Nun können Sie geeignete Medien zur Pressekonferenz einladen. Bezüglich tageszeit wählen Sie am besten den späten Vormittag oder den frühen Nachmittag, weil zu diesen Zeiten das Arbeitsaufkommen in den meisten Redaktionen am kleinsten ist. Vergessen Sie jedoch nicht, dass Wochenzeitungen einen anderen Arbeitsrythmus haben als Tageszeitungen. Laden Sie Wochenmedien ein, wählen Sie am besten einen Tag kurz NACH der Erscheinung des Titels.

Wen einladen?

Grundsätzlich müssen Sie sich natürlich überlegen, welche Medien Sie einladen. Bei regionalen Medien wird das Echo grösser sein als bei nationalen, denen pro Tag zig solche Einladungen auf den Tisch flattern. Vergessen Sie bei den Einladungen keinesfalls die lokalen Radio- und Fernsehstationen. Ist Ihr Thema wirklich interessant und aktuell, sind diese froh, einen Ton- oder Bildbeitrag mit vielen Originaltönen erstellen zu können. Natürlich geben Sie auch den Radio- und TV-Machern die Zusatzinformationen in schriftlicher Form ab.

Per Post oder Mail einladen?

Haben Sie Datum und Uhrzeit festgelegt sowie die Medien ausgewählt, die Sie einladen möchten? Dann raus mit den Einladungen! Ob Sie Per Post oder E-

Mail einladen möchten, können Sie frei entscheiden. Beides stösst etwa auf gleich viel Beachtung. Auf jeden Fall müssen Sie sowohl im Mail als auch im Einladungsbrief in wenigen Sätzen erläutern, warum Sie zur Pressekonferenz einladen. Ergänzen Sie diese Einführung mit den Möglichkeiten zur Berichterstattung vor Ort. Zum Beispiel die möglichen Interviews mit Anwesenden, Foto- oder Filmsujets, Präsentationen oder Demonstrationen.

Neben dem Kurzschreiben versenden Sie idealerweise auch eine Antwortmöglichkeit. Also ein Formular, mit dem sich Redaktionsschaffende einfach an- oder abmelden sowie Infomaterial oder die Pressemappe bestellen können.

> Siehe Beispiel Antwortformular

Vermeiden:

- Sperrfristen, weil sie Journalisten und Redaktionen verärgern und es sowieso keine Garantie gibt, dass sie eingehalten werden.
- Vorzeitige Abgabe von Pressemappen/Texten an Journalisten, die an einer PK oder Veranstaltung nicht teilnehmen können. Verärgert anwesende Berichterstatter. Besser zeitlichen Verzug einplanen, damit Medien vor Ort als erste Bericht erstatten können.



Sie sitzen an einem Text und wissen nicht weiter?

Support-Hotline: +41 81 936 03 59

(CHF 3.50/min - EUR 2.40/min.)

Mehr Infos auf www.praesenz-effizienz.ch

Beispiel eines Antwortformulars:



Sie möchten Ihren Text vor dem Versand überprüfen lassen? Mailen Sie ihn einfach an:

info@praesenz-effizienz.ch

Professioneller Augenschein: CHF 2.50/min - EUR 1.70/min.

Mehr Infos auf www.praesenz-effizienz.ch

Veranstaltungsname

Tag, Datum, Zeit, Ort

Name des Mediums _____

Adresse _____

Postleitzahl, Ort _____

E-Mail _____

Wir senden _____ Personen

Name des/-r Redaktors/-in _____

Name des/-r Fotografen/-in _____

Weitere Anwesende _____

Wir wünschen zum Voraus eine Medienmitteilung zur freien Veröffentlichung.

Wir sind verhindert und wünschen den Nachbericht.

Lieferung Text- und Bildmaterial per

E-Mail

Post

Ausgefülltes Formular bitte baldmöglichst mailen/zusenden/faxen an: