Pressearbeit

Warum ist Pressearbeit so wichtig? Durch eine regelmässigen Berichterstattung über deine Ceviarbeit vor Ort, werden auch Personen angesprochen, die sonst nie mit dem Cevi in Kontakt kommen. Dadurch erhöht sich der Bekanntheitsgrad des Cevi. Menschen fällt es leichter, in einer Organisation mitzumachen oder diese zu unterstützen, die schon bekannt und etabliert ist. Zudem wird die Vielfälltigkeit des Cevi aufgezeigt.

Der Presseverteiler

Unter Presseverteiler versteht man eine Adressliste der Medien, denen du die Presseinformationen zukommen lassen willst. Am besten werden sich für dich Lokalzeitungen eignen. Diese sind in der Region verankert und dementsprechend empfänglich für Meldungen aus der Region. Für grössere, oder besondere Anlässe, kannst du auch eine Kantonale Zeitung oder Regionale TV-Station und Radiosender anvisieren. Letztere bieten sich für Meldungen an, welche sich akustisch oder visuell umsetzen lassen.
"Das neue Ten Sing Konzert – das Zeltlager mit warmer Dusche und 10meter Schaukel... ect."

Themen für Presseaktionen

Grundsätzlich kann man alle Themen anbieten. Denoch kannst du dir Gedanken darüber machen, ob das gewählte Thema auch in das Konzept des Mediums passt. Hier einige Fragen und Hinweise, die dabei helfen können:
Passt das Thema in die aktuelle gesellschaftliche, politische oder wirtschaftliche Diskussion? Wenn ja, sollte es nicht schon zu sehr verbraucht sein, sondern einen neuen Aspekt aufzeigen.
Geschichten in denen Menschen vorkommen sind immer besser geeignet als trockene Zahlen. Gibt es Geschichten, die die breite Öffentlichkeit interessieren könnte?
Wird eine Jubiläumsveranstaltung oder ein Werbenachmittag geplant? Auch eine gute Gelegenheit Medienvertreter einzuladen.

Inhalt der Presseinfo: Die 5W

Der Pressebericht sollte eine Anwort auf die 5W enthalten:
Wer? Was? Wie? Wann? Warum? z.B.:

Wer?
Cevi Ortsverein „Lueg“
Was?
Startet eine Fröschligruppe, Jungschar ab 5 Jahren
Wann?
Am Samstag, 18. Juni von 14.00 bis 15.30 Uhr
Wie?
Mit einem altersgerechten Programm
Warum?
Da das Bedürfnis der Eltern an die Jungschargruppe gelangt ist, die Jungschar auch für jüngere Kinder zu öffnen.

Natürlich darf der Bericht nicht so „sek“ rüberkommen. Es ist aber wichtig, dass du dir die Fragen so beantworten kannst.

Ein Pressebericht darf nicht als „Werbung“ verstanden werden. Wertende Ausdrücke sollten daher sparsam eingesetzt werden. Vielmehr ist die Präsentation von Fakten wichtig. So, dass die Lesenden selber denken, dass dieses "neue Angebot der Jungschar Lueg" ein guter und wichtiger Bestandteil der örtlichen Kinder- und Jugendarbeit ist.

Der Text sollte nicht länger als eine A4 Seite sein. Für die bessere Lesbarkeit, empfiehlt sich ein Zeilenabstand von 1.5 Punkt und ein breiter Rand von ca. 7 cm für Anmerkungen des Journalisten. Manche Journalisten wünschen sich den Pressetext als E-Mail, weil sie ihn dann besser bearbeiten können. Frag am besten vorher nach, wie sie die Daten gerne hätten.

Wird ein Foto digital dazugelegt – ob im Mail oder auf einem Datenträger – benötigt der Drucker dieses mit der höchsten Auflösung deiner Digitalkamera. (ca. 2200 x 1700 Pixel oder 300dpi). Auch hier ist es gut, wenn du Rücksprache hälst und die Bildqualität nicht dem Zufall überlässt.

Die Pressekonferenz

Eine Pressekonferenz ist ein guter Anlass um den persönlichen Kontakt mit den Medienvertretern zu pflegen. Dabei sollte es jedoch auch ein „würdiges“ Thema sein – damit das Interesse auch geweckt wird.

Die Vorbereitungen:

Einladung
+ Die Einladung soll ca. 3 Wochen vor dem Termin verschickt werden
+ Sie sollte die Antworten auf die 5W Fragen beinhalten, kurz den Anlass, sowie die Referenten vorstellen
+ Die Journalisten sollen sich anmelden können – dies gibt dir auch einen besseren Überblick über den zu organisierenden Anlass
+ Den Absagenden kann man auf dieser Karte die Option anbieten, schriftliche Unterlagen nachträglich per Post zu erhalten

Der Ablauf
+ Die Pressekonferenz soll nach Möglichkeit auf den Morgen gelegt werden, so besteht die Chance, am nächsten Tag in der Zeitung zu stehen
+ Die Pressekonferenz soll nicht länger als 1 Stunde dauern – denn die meisten Journalisten stehen häufig unter Zeitdruck
+ In den ersten 20 Minuten geben die Redner ein kurzes Statement ab, welches nicht länger als 5 – 8 Minuten dauern darf
+ Im Anschluss haben die Journalisten die Möglichkeit, Fragenzu stellen
+ Häppchen und Getränke sind immer gut, wenn es darum geht, dass sich die Menschen wohlfühlen. Veranstaltet also ein kleines Buffet.

Die Pressemappe

Anschliessend erhalten die Medienvertreter eine Pressemappe. Darin befinden sich Fotos, eine Liste mit den Rednern – Name, Titel und Funktion – eine Kurzfassung ihres Statements, ein ausformulierter Pressebericht zum Thema der Konferenz und ev. eine Broschüre über die Cevi Organisation. So hat es der Journalist leichter, einen Artikel zu schreiben.

Für den Inhalt: Patrick Schiess v/o flädu, Vorstandmitglied Marketing und Kommunikation