

Grundlagen der Öffentlichkeitsarbeit

Ziel: Unterstützung der Werbung, Werbung und Öffentlichkeitsarbeit greifen ineinander und steigern damit ihre Wirkung. Im Endeffekt wird der Umsatz des Unternehmens gesteigert.

Die einfachste Form der Öffentlichkeitsarbeit ist ein **redaktioneller Bericht** in einer (lokalen) Tageszeitung. Dazu ist eine erfolgreiche **Pressearbeit** notwendig:

Gedanken zur Pressearbeit

Damit die Lokalpresse über unser Anliegen berichtet, müssen folgende **Voraussetzungen** erfüllt sein:

- zeitnahe Ereignis
- ortsnahes Ereignis
- Neuigkeit
- Sensation, Skandal
- Erfolgs- oder Misserfolgsgeschichte
- öffentliches Interesse

Informationen an die Presse in Form einer **Pressemitteilung**

Dabei ist folgendes zu beachten:

- Die Redakteure müssen täglich aus einer Flut von Pressemitteilungen **auswählen**.
- Die Redakteure stehen häufig unter **Zeitdruck** (anfertigen von mehreren Zeitungsberichten pro Tag).
- Redakteure sind meistens **bequem** (menschlich).
- häufig wird montags auf einer Redaktionskonferenz entschieden, welche Inhalte im Laufe der Woche erscheinen sollen (neben ganz aktuellen Berichten).

Daraus folgt:

- Die Pressemitteilung muss so gestaltet sein, dass **sofort klar** ist worum es geht.
- formaler Aufbau wie Geschäftsbrief, mit Betreffzeile: Presseinformation + Anlass
- Es müssen alle **W-Fragen** beantwortet sein.
- Abfassung im **sachlichen** Stil.
- Handelnde Personen mit **Vor- und Nachnamen** nennen.
- Fotos **veranschaulichen** den Sachverhalt und haben schon Zeitungsqualität.
- **Ansprechpartner** sind benannt .
- Telefonnummern, Faxnummern und e-mail Adressen der Ansprechpartner sind vorhanden.
- **Kennzeichen für Fotos** in Zeitungsqualität
 - Darstellung von Menschen in Aktion bzw. Gesichtern
 - Kein unnötiger Hintergrund, Menschen bzw. Personen so groß wie möglich
 - Wenn passend, immer lachende, Gesichter, die in die Kamera schauen
 - Tiere haben neben Menschen einen hohen Aufmerksamkeitsgrad
 - Bei Gebäuden sollten Fenster und Türen geöffnet sein, Menschen im Vordergrund
 - Fotos in digitaler Form mit 300 dpi im Format jpg. oder tif auf CD-ROM, Versand als e-mail kann bei der häufig großen Dateigröße (mehr als 2 MB) - problematisch sein, zu jedem Foto eine Bildunterschrift mit Vor- und Zunahmen der abgebildeten Personen mitliefern