

## Projektleitfaden

# [Wie mache ich Öffentlichkeitsarbeit?]

Klappern gehört zum Handwerk. Das sagt schon ein altes Sprichwort. Auf eure Aktivitäten übertragen heißt das: Was nützt eine tolle Aktion, Projekt oder Veranstaltung, wenn nicht darüber berichtet wird? Ihr müsst "Öffentlichkeit schaffen".

Stellt euch vor, es würde tatsächlich etwas über eure Umfrage, eure Wohltätigkeitsveranstaltung oder über eure Unterschriftenaktion in der Zeitung stehen, oder sogar im Fernsehen berichtet werden. Das macht die ganze Sache doch noch spannender, oder?

Besser als jeder andere können dies Reporter. Also braucht ihr kein komisches Gefühl dabei zu haben, wenn ihr die Öffentlichkeit sucht. Es gibt keinen Grund, verlegen zu reagieren, wenn tatsächlich Zeitungsreporter erscheinen. Sie brauchen gute Storys. Und wenn euer Vorhaben der Gemeinschaft dient, sollten so viele Menschen wie möglich davon erfahren.

### 1. Wie fangen wir an?

- Schaut in die Gelben Seiten oder ins Internet und sucht euch dort die für euch wichtigen Radiosender, Fernsehstationen und Zeitungen heraus. Macht eine Liste mit deren Adressen, Telefon- und Faxnummern, E-Mail-Adressen sowie deren Ansprechpartnern für euer Anliegen. Oftmals heißen solche Resorts „Lokales“ oder „Schule und Jugend“.
- Um Kontakt aufzunehmen, gibt es zwei Wege. Ihr hängt euch ans Telefon und hofft, dass jemand mit euch spricht. Der bessere, professionellere Weg ist, eine Pressemitteilung herauszugeben. Eine Pressemitteilung (PM) ist eine schriftliche Information, welche die Veranstaltung/das Projekt beschreibt und an die Medien geht.

### 2. Wie schreiben wir eine Pressemeldung?

- Wichtig ist, dass ihr den Medienleuten genügend zeitlichen Vorlauf vor der stattfindenden Veranstaltung gebt. Sie sollten eure PM mindestens ein bis zwei Wochen vorher erhalten. Sendet eine Kopie eurer PM an jeden Reporter auf eurer Liste.
- Am Anfang oder am Ende eurer PM steht der Name der Kontaktperson, am besten mit Telefonnummer. Dort können die Reporter mehr oder genauere Informationen über den Event von euch erfahren.
- Der Text eurer PM sollte folgende inhaltliche Fragen beantworten:  
*Wer?* – Wer ist der Veranstalter? Wer seid ihr? Kontaktdaten angeben  
*Was?* – Was wollt ihr an? Art der Veranstaltung  
*Wann?* – Wann findet die Veranstaltung statt? Datum und Uhrzeit  
*Wo?* – Wo findet sie statt? Ort und Adresse der Veranstaltung  
*Wie?* – Wie läuft die Veranstaltung ab? Kurze Beschreibung des Zeitplans  
*Warum?* – Was wollt ihr erreichen? Ein paar kurze Sätze zur inhaltlichen Ausrichtung

- Ihr solltet eure Aussagen in jedem Fall kurz fassen, ganz eng an die Fakten orientieren und euch ganz klar ausdrücken. Grundsätzlich gilt: je kürzer, desto besser! Mehrere kurze Sätze sind besser als wenige lange verschachtelte Sätze. Presseleute bekommen jeden Tag unzählige Pressemitteilungen zugeschickt. Sie haben gar nicht die Zeit, sich lange Texte durchzulesen. Daher müssen die wichtigsten Informationen knapp dargestellt werden.
- Wenn ihr schon auf professionelle Weise eine PM verschicken wollt, dann sollte sie auch so aussehen. Daher ist es am besten, wenn ihr sie im Computer schreibt. Wenn es irgendwie geht, sollte alles auf eine Seite passen! Die PM sollte auch übersichtlich gestaltet und nicht zu eng geschrieben sein.

### 3. Und wenn die Pressemitteilung verschickt ist?

- **Telefonkontakt.** Ein paar Tage bevor eure Veranstaltung statt findet ruft ihr die angeschriebenen Medien noch einmal an, die sich noch nicht zurückgemeldet haben. Das werden in der Regel die Meisten sein.
- **Antworten üben.** Auch wenn Reporter keine auswendig gelernten Antworten mögen, übt schon mal, was ihr auf Fragen antworten könntet wie: "Was macht ihr bei der Aktion?" "Warum macht ihr das?" „Wie seid ihr überhaupt auf die Idee gekommen?" usw. Auf diese Weise kommt ihr vor lauter Aufregung nicht durcheinander oder wisst am Ende gar nicht, was ihr sagen sollt.

### 4. Am Tag der Veranstaltung

- Wenn eingeladene Medienleute nicht erscheinen, selbst wenn sie vorher zugesagt haben, ist das leider nicht zu ändern. Vergesst nicht, dass Reporter über viele Ereignisse berichten müssen. Manchmal kommt auch ein aktueller Anlass dazwischen.
- **Seid ganz entspannt.** Es ist völlig normal, dass ihr vor einem Interview aufgeregter seid. Und es ist überhaupt nicht schlimm, wenn ihr bei der Aufzeichnung eines Gespräches ins Stottern kommt. Ihr wisst ja, dass vor der Ausstrahlung in Funk und Fernsehen die Beiträge noch einmal bearbeitet und zusammengeschnitten werden. Eure Stotterer oder Versprecher werden also nicht an die Öffentlichkeit gelangen.
- **Bereitet Infomaterial vor.** Es macht sich sehr gut, wenn ihr Infomaterial zu eurem Vorhaben vorbereitet, das ihr den interessierten Medienleuten an die Hand geben könnt. Also, am besten eine Seite mit den wichtigsten Infos schreiben und kopieren. Das ist dann so eine Art Pressemappe ganz einfacher Art. Eine Pressemappe ist eine Zusammenstellung von Infomaterial für Medienleute, die auch oft schon vor einer Pressekonferenz verteilt wird.
- **Platz reservieren.** Sorgt auf jeden Fall dafür, dass Presseleute und Fotografen einen guten Platz haben, von dem aus sie alles gut sehen und hören können. Bei Veranstaltungen mit Sitzplätzen wäre es gut, einige Plätze speziell für sie zu reservieren.
- **Wer ist da gewesen?** Schreibt auf, wer von der Presse da gewesen ist und vor allem auch, wer über euch berichtet hat. Diese Leute könnt ihr wieder anschreiben, wenn ihr eine andere Veranstaltung macht. Am professionellsten ist es, eine Presseliste vorzubereiten, in die sich die Medienvertreter nur noch mit ihren persönlichen Daten (Name, Medium, Telefon, E-Mail) eintragen müssen.
- **Bedankt euch.** Wenn alles gelaufen ist, schickt ein kurzes schriftliches Dankeschön an die Medienleute, die über euch berichtet haben. Das ist sehr höflich und die Reporter werden sich eher wieder an euch erinnern.

## 5. Was können wir sonst noch tun?

- Neben einer Veröffentlichung in der Presse gibt es auch noch zahlreiche andere Wege, die Öffentlichkeit zu erreichen:
- **Veranstaltungskalender.** In vielen Städten/Gemeinden/Stadtteilen gibt es Veranstaltungskalender. Wenn hier dort eure Veranstaltung ankündigt, erreicht ihr sowohl zuständige Mitarbeiter von Ämtern/Behörden/Institutionen als auch die breite Bevölkerung. Diese Kalender werden entweder in den Stadtteilzeitungen veröffentlicht, hängen am schwarzen Brett der Bücherei, oder im Supermarkt oder aber sie sind auf der Website deines Ortes abgebildet.
- Finde heraus, wann Redaktionsschluss für einen Eintrag in den Kalender ist und schreibe dann an die jeweilige Redaktion eine Kurzdarstellung der Veranstaltung (wer, was, wann, wo, warum) und nenne eine Kontaktperson mit Telefonnummer oder E-Mail-Adresse.
- **Newsletter.** Vereine, Kirchengemeinden und andere Organisationen geben oft einen regelmäßigen Newsletter an ihre Mitglieder heraus. Auch hier könnt ihr eure Veranstaltung ankündigen (oder darüber berichten).
- **Offener Kanal.** Einige Rundfunk- und Fernsehsender haben eine bestimmte Sendezeit für Menschen aus der Stadt/Gemeinde reserviert. Fragt einmal bei eurem Regionalfernsehsender nach, wann es solche Sendezeiten gibt und wie man dort einmal auftreten kann. Ihr könntet zum Beispiel persönliche Interviews und Talkshows dort senden, die mit eurem Anliegen zu tun haben.
- **Flyer.** Durch das Verteilen von Flyer könnt ihr ebenfalls eine große Menge von Leuten über eure Veranstaltung informieren. Flyer kann man entweder per Post, per Fax, per E-Mail oder durch Handverteilen in den Umlauf bringen.
- So ein Flyer sollte nicht größer sein als ein halbes DIN A4-Blatt und sollte Antworten auf die Fragen (ihr ahnt es schon!) wer? was? wann? wo? und warum? enthalten. Ihr solltet auch einen Grund aufschreiben, warum die Leute dort hingehen sollten. Was sie davon haben.
- So ein Flyer muss Interesse durch sein Aussehen wecken. Am besten nehmt ihr buntes Papier, benutzt große Buchstaben für die Überschrift und wenn möglich, verwendet ihr eine Zeichnung, eine aussagefähige Statistik oder Ähnliches, was die Leute zum Durchlesen des Flyers bringt.
- Hier entstehen allerdings Kosten für euch.