

# Pressearbeit für Stiftungen

Notizen zum Vortrag von Dr. Eva Wodarz-Eichner am 25.03.2015

## Die Zeitungsredaktion

- Lokalredaktion ist grundsätzlicher Ansprechpartner für Stiftungen
- Jeder Redakteur hat sein spezielles Aufgabengebiet: Schritt 1 zur erfolgreichen Veröffentlichung: Jede Stiftung kennt „ihren“ Redakteur
- Der Redaktion / dem Redakteur Arbeit abnehmen: Je besser der Text ist, desto größer ist die Chance, dass er (unverändert) erscheint

## Ideale Organisation der Pressearbeit

- Idealerweise ist immer die gleiche Person Ansprechpartner der Presse
- Kontaktaufnahme per Telefon und E-Mail; kein Brief, kein Fax!
- Betreffzeile: Veranstaltung und Datum nennen („Sommerfest des Rudervereins Schierstein am 15.7.“)
- Eigenen Name und Kontaktdaten in jeder Mail wieder nennen; die Telefonnummer(n) nennen, unter der man zwischen ca. 10 und 19 Uhr auch wirklich erreichbar ist
- Frühestens zwei Wochen vor dem Termin einladen / Kontakt aufnehmen; ideal sind 10 Tage vorher

## **Verfassen eines Presstextes**

### **Ankündigung:**

- „5 W“ einer Nachricht (Wer, Wann, Wo, Was, Wie); eventuell noch Warum
- Kein anderer Einstieg, sondern die 5W gleich in den ersten Zeilen unterbringen

### **Fotos:**

- Nach Möglichkeit druckfähige Fotos (300 dpi) beifügen (nicht mehr als 3, nicht größer als jeweils 1 MB)
- Fotos mit „Action“ sind besser langweilige Gruppenfotos
- Gute Bilder haben einen Vorder-, einen Mittel- und einen Hintergrund

## **Organisation eines Pressetermins**

- Pressemappe: Infos zum Verein, zur Veranstaltung, ggf. bereits erschienene Zeitungsartikel, Liste Vorstand mit Kontaktdaten, Ansprechpartner mit Kontaktdaten (alles ausgedruckt zum schnellen Durchblättern)

## **Eigener Bericht**

- wenn die Zeitung keinen eigenen Berichtersteller zum Termin geschickt hat: Freundlicher Anruf beim Redakteur, warum nichts erschienen ist. Aktiv das Angebot machen: „Ich schicke Ihnen noch einen kurzen Presstext“
- Presstext verfassen und schicken