

Mitarbeiter-Info: Pressearbeit

In unserer Gemeinde gibt es verschiedene Anlässe für Pressemeldungen. Meistens sind es Veranstaltungsankündigungen, manchmal auch Berichte über Veranstaltungen oder Neuigkeiten.

Gute Pressearbeit ist ein wichtiger Baustein für die Außenwahrnehmung unserer Gemeinde. Diese Kurzanleitung soll haupt- und ehrenamtliche Mitarbeiter dabei unterstützen.

Wir laden Menschen ein, um ihnen etwas Gutes zu tun. Anders gesagt: Es geht uns nicht um volle Veranstaltungen, sondern um volle Herzen. Ob ein Veranstaltungsangebot angenommen wird, hängt in erster Linie von dessen Qualität und Relevanz für die Zielgruppe ab, weniger von der Zahl der Werbemaßnahmen.

Wer alle ansprechen will, erreicht oft niemanden mehr. Auch Zeitungsleser filtern und überspringen alles, was sie nicht interessiert. **Machen Sie sich bewusst, was Ihre Zielgruppe ist** und welche Bedürfnisse diese Menschen haben. Was sollte bereits in der Überschrift vorkommen? Wie beginnt der Artikel?

Es ist nicht überzeugend, wenn Sie schreiben, dass Ihr Angebot „fantastisch“ ist. Erlauben Sie dem Leser, sich selbst ein Bild zu machen. **Beschreiben Sie möglichst konkret und sachlich**, was die Besucher Ihrer Veranstaltung erwartet. Vermeiden Sie blumige Adjektive (wundervoll, romantisch, attraktiv, brandaktuell, einzigartig, erstklassig, wegweisend, traumhaft, ...).

Neben den wichtigen Fakten **wer, was, wann, wo** ist es für die Öffentlichkeit interessant, wenn es **Besonderheiten** gibt, zum Beispiel ein bekannter Referent, ein besonders aktuelles Thema, ein ungewöhnliches Produkt (z.B. Handtaschen aus Landkarten) oder eine innovative Aktion.

A. So kommt Ihre Veranstaltungsankündigung in die Zeitung

1. Stoffsammlung

Schreiben Sie alle Informationen über Ihre Veranstaltung auf und definieren Sie dabei grob den Aufbau des Artikels. Wichtiges (wer, was, wann) kommt an den Anfang, ergänzende Infos kommen zum Schluss. Seien Sie großzügig mit konkreten Informationen und vergessen Sie nicht, Besonderheiten zu erwähnen. Textlänge maximal 2 Seiten.

Geben Sie dabei auch Ihre **Kontakt Daten** (Telefon, Email, Anschrift) als Pressekontakt an, falls die Redaktion Rückfragen hat.

2. Ab damit zum Profi (entfällt derzeit)

Unser Journalist, der uns ehrenamtlich durch professionelle Pressemeldungen unterstützt hat, steht seit August 2020 nicht mehr zur Verfügung. Er erstellte bisher aus dem redigierten Rohmaterial den endgültigen Presstext. Dieser Schritt entfällt bis auf Weiteres.

3. Freigabe und Weiterleitung an die Presse

Wenn der Text aus Ihrer Sicht fertig ist, schicken Sie ihn rechtzeitig an Stefan Hradetzky (stefan.hradetzky@elkb.de), der einen letzten Blick darauf wirft und ihn dann in einheitlichem Layout mit dem Logo der Paulusgemeinde an die Presse weiterleitet.

Tipps zum Schluss:

Fangen Sie rechtzeitig an. Das erhöht fast immer die Qualität und sorgt dafür, dass alle Beteiligten entspannt arbeiten können.

Checken Sie evtl. im Vorfeld, ob es urlaubsbedingte Verzögerungen gibt – dann kann ein anderer Zeitplan oder Verfahrensweg sinnvoll sein.

B. So kommt Ihr Bericht in die Zeitung

Bei größeren Veranstaltungen, die für ein breites Publikum relevant sind, ist es sinnvoll, Pressevertreter (wie z.B. Frau Pia Mix) einzuladen, die sich dann vor Ort selbst ein Bild machen und darüber berichten. Bitte sprechen Sie Presseeinladungen vorher immer mit Stefan Hradetzky ab.

Denken Sie bereits während der Veranstaltung daran, möglichst **aussagekräftige Fotos** zu machen. Dabei kann Ihnen Markus Schicker, unser ehrenamtlicher Fotograf helfen, wenn Sie ihn frühzeitig ansprechen.

C. Weitere Möglichkeiten

Auf der **Website der Paulusgemeinde** gibt es ein umfangreiches Tutorial für Veranstaltungswerbung, das alle weiteren Möglichkeiten neben Zeitungsartikeln beschreibt:

<https://www.evangelisch-traunreut.de/cms/mitmachen/material-fuer-mitarbeiter/>

Stand: 3. August 2020
Erstellt von Stefan Hradetzky