

Allgemeine Einführung zum Umgang mit der Printpresse

Anna Schürch
10.02.2010 bytewerk

Wann kommt was in die Presse?

- Formale Kriterien -

- Legitimation des Absenders
- Verifizierbarkeit der Aussage
- Bereitschaft Nachrecherche der Redaktion zu unterstützen
- Kundenorientierung: Relevanz für Leser
- Differenzierte Berichterstattung in unterschiedlichen Medien

Augen offen Halten!

- strategische Ausgangspunkte -

- konsequent lokalisieren
- Aufmerksamkeit nutzen
- Authentizität
- langfristig planen
- richtige Ansprechpartner suchen

Wann wird's interessant?

- Kriterien für den Nachrichtenwert -

- Aktualität
- Nähe
- öffentliche Bedeutung
- Dramatik
- Kuriosität
- Fortschritt
- Konflikt
- Emotion
- Prominenz
- folgenschwere Konsequenzen

Was muss man beachten?

- Umgang mit Journalisten -

- Unwahrheiten oder halbe Wahrheiten
- andere Diskreditieren/ interne Probleme
- leere Versprechen
- Widersprüchliche Informationen / mehrdeutige Aussagen
- Infos „aus der Nase ziehen lassen“
- Schweigen
- Kritik übergehen
- Fachtermini

Worst Case Frage!

- Ausweichmanöver -

- Ich kenne mich nicht aus: Zugeben und auf richtigen Ansprechpartner verweisen
- Heikle Frage: „Damit hab ich mich nicht beschäftigt“ / „Das betrifft mich eigentlich nicht“ / „Darin bin ich gar nicht involviert“ Aber ich kann ihnen gerne
- Unsicher ob alles ok war: Journalisten um Absprache der Zitate bitten

Presse am Telefon?

- Grundregeln -

- Zuhören! Was soll das Thema des Gesprächs werden?
- Notizen machen
- Beginn der Gesprächs:
 - Spielregeln festsetzen
 - Alles gesagte ist erstmal nicht zitierfähig, Absprache am Ende