



Praktische Hinweise zur Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

- ? Was soll das Ziel unserer Öffentlichkeitsarbeit sein?
Wo wollen wir den Schwerpunkt setzen?
- ? Wollen wir überhaupt, dass noch mehr Menschen in unsere Gemeinde kommen?
- ? Wer von uns ist bereit, das Ziel mitzutragen?
Wer ist bereit, dafür Verantwortung zu übernehmen?
- ? Gibt es einen Verantwortlichen für die Öffentlichkeitsarbeit in unserer Gemeinde?
- ? Haben wir repräsentatives Material für die Öffentlichkeitsarbeit?
- ? Haben wir ein einheitliches Erscheinungsbild? ("Corporate design")?
- ? Gibt es ein Budget für die Öffentlichkeitsarbeit?
Was wollen wir dafür einplanen?
- ? Kennen wir alle Personen, Institutionen und Gremien, die für unsere Gemeinde und ihr Erscheinungsbild in der Öffentlichkeit wichtig sind?
- ? Kennen wir alle wichtigen Medien und andere wichtige Informationskanäle (zum Beispiel Stadtteilinitiativen und -zeitungen, öffentliche Feste, bei denen wir uns präsentieren können, Lokalradio, Mitteilungsblätter usw.)?
- ? Verfügen wir über eine Liste aller wichtigen Journalisten und anderer wichtiger Multiplikatoren mit Namen, Telefon-Durchwahlnummern, Telefaxnummer, E-Mail-Adresse?
Sind unsere Gemeinde und ihre Aktivitäten bei diesen Personen ausreichend bekannt?
- ? Haben wir Redaktionsbesuche bei wichtigen Tageszeitungen oder Hörfunksendern gemacht?
- ? Welche technische Ausrüstung (Telefax, Computer, Kopierer) steht uns für die Öffentlichkeitsarbeit zur Verfügung (privat, in Gemeinschaftsräumen oder am Arbeitsplatz)?



- ? Gibt es ein Mitteilungsblatt unserer Gemeinde
Ist die Verteilung so organisiert, dass alle Mitglieder / Besucher und alle für die Gemeinde wichtigen Personen die Information erhalten?

- ? Laden wir Journalisten zu Gemeindeveranstaltungen ein, damit diese unsere Arbeit einmal unmittelbar und hautnah erleben können?

- ? Nehmen wir die Gelegenheit wahr, um uns in unserer Umgebung bekannt zu machen und darzustellen (Dorffest, Bürgerversammlungen)?
Bietet sich die Gelegenheit mit anderen Initiativen (zum Beispiel Institutionen und andere Gruppen) zusammen zu arbeiten?



Sieben Tipps aus der journalistischen Praxis

1. "Only bad news are good news"
("Nur schlechte Nachrichten sind gute Nachrichten")
 - ⇒ "Hund beißt Mann" nicht so interessant wie "Mann beißt Hund"
 - ⇒ "Attraktion" schaffen, damit Presse kommt
 - ✓ Bekannte Person aus dem Ort einladen zum Referat in der Gemeinde
 - ✓ originelle Aktionen organisieren
2. Unterlagen (Pressemappe) zusammenstellen
 - ✓ Prospekt der Gemeinde / Gemeinschaft
 - ✓ Statistik
 - ✓ attraktive Fotos bereitstellen, die "Action" zeigen, keine Gruppenbilder, auf denen man niemanden erkennen kann
3. Ansprechpartner auswählen, der (telefonisch) rund um die Uhr erreichbar ist
4. Kontakt mit Journalisten
 - ✓ persönlich in Redaktion mit Pressemappe erscheinen (nur nach Anmeldung!)
5. auf Sprache / Wortwahl achten, sensibel werden
 - ⇒ "Welt", "Bekehrung", "Weihestunde"
 - Artikel kritisch "gegenlesen" lassen
 - Lebensbericht ("Zeugnis") auf einer Seite einmal notieren und so verfassen, dass ihn auch Nichtchristen verstehen
 - Leitfragen:
 - ⇒ Wie ich Christ wurde
 - ⇒ Warum ich Christ bin / was mich an Jesus fasziniert
6. Offen und ehrlich sein, lieber schlechte Presse, als Unwahrheit gesagt
7. Artikel selbst verfassen und unangefordert zusenden



Aufbau einer Pressemitteilung

- ✓ DIN-A4, einseitig bedruckt
- ✓ Textlänge: 1 bis 1 1/2 Seiten
- ✓ Zeilenabstand eineinhalb
- ✓ Breiter rechter Rand (rund vier Zentimeter)
(für Bearbeitung / Anmerkungen durch den Redakteur)
- ✓ Gut lesbare Schriftart und -größe, zum Beispiel Times New Roman, Arial
in 11 oder 12 Punkt
- ✓ Linksbündige Textausrichtung
- ✓ mögliches Logo und Absenderangabe auf der ersten Seite
- ✓ Datum und Ort nicht vergessen
- ✓ Direkte Rede deutlich als Zitate kennzeichnen
- ✓ Komplette Nennung von Namen: Vor- und Zuname und Funktion
in der Gemeinde
- ✓ Keine Abkürzungen, Übertreibungen und Füllwörter verwenden
- ✓ Objektive Schilderung unter Berücksichtigung der so genannten
W-Fragen:
⇒ **Wer** ⇒ **Was** ⇒ **Wann** ⇒ **Wo** ⇒ **Wie** ⇒ **Warum**
- ✓ Pressemeldung objektiv und nicht werblich verfassen!
- ✓ Informationen nach dem Prinzip der abnehmenden Wichtigkeit gliedern
- ✓ Übersichtlicher Aufbau
- ✓ Am Schluss: Hintergrund- und Zusatzinformationen über die Gemeinde /
Gemeinschaft:
Gründet wann von wem, wie viele Mitglieder, Angebote
- ✓ Kontaktadresse: Ansprechpartner mit Postanschrift, Telefon, Telefax,
E-Mail und Internetadresse