

Pressekonferenzen

Verfasser: Sabine Teigelkämper
Erstellungsdatum: Februar 2009
Umfang: 3 Seiten
Inhalt: Checkliste

Pressekonferenzen lohnen sich nur bei besonderen Anlässen, oft erzielen auch Presseerklärungen die gewünschte Wirkung oder es reicht aus, ein Pressegespräch mit einer begrenzten Zahl von Journalisten durchzuführen. Pressekonferenzen sollten gut vorbereitet und organisiert sein, um die gewünschte Wirkung zu erzielen.

- > Vorlaufzeit: ca. 4-6 Wochen
- > Ziel und Anlass klären, mögliche Anlässe sind:
 - Eröffnung oder Wiedereröffnung der Bibliothek
 - Neukonzeption eines Teilbereiches (z.B. Kinderbibliothek, Jugendbereich)
 - Beginn oder Abschluss einer Veranstaltungsaktion
 - Präsentation einer neuen Dienstleistung/eines neuen Angebotes
 - Darstellung wichtiger Entwicklungen
 - Richtigstellung von Falschmeldungen etc.
- > Zielgruppe (welche Medienvertreter sind relevant), Teilnehmerzahl (nicht mehr als 20-25 Teilnehmer) festlegen
- > Geeigneten Zeitpunkt festlegen: am besten Dienstag bis Donnerstag ca. von 10.30 Uhr bis zum frühen Nachmittag
- > Ort, Zeit- und Ablaufplan festlegen
- > Programm entwerfen, Checkliste erstellen (nicht mehr als 3 Referenten einplanen)
- > Reden und Statements vorbereiten (Achtung auf die Wortwahl, da z.T. direkte Wiedergabe in der Presse)
- > Technische Organisation und Raumgestaltung: geeigneten Raum mit angemessener Größe sowie guter Akustik und Stromanschlüssen (für Hörfunk und Fernsehen) vorsehen, für Tische und ausreichend Sitzmöglichkeiten sorgen, Räumlichkeiten für Folgeinterviews vor oder nach der Pressekonferenz bereitstellen, Getränke und einen kleinen Imbiss organisieren
- > Pressemappe zusammenstellen:
 - Teilnehmerliste
 - Programmablauf
 - Presseinformation zum Thema
 - Redetexte und Statements (Hinweis: es gilt das gesprochene Wort)
 - zusätzliche Informationen (Zahlen, Diagramme etc.)
 - Pressefoto
 - Selbstdarstellung der Einrichtung (enthält die wichtigsten Daten und Informationen in Stichworten)
 - Weitere Materialien (z.B. Aufkleber)
 - Schreibblock und Kugelschreiber als Service für die Journalisten
- > Die Einladung sollte folgende Angaben enthalten:
 - Veranstalter, Adresse
 - Thema, aktueller Anlass (die Informationen werden erst auf der Pressekonferenz bekannt gegeben, um alle Pressevertreter gleichzubehandeln)

- Programmablauf, Zeitplan
- Referenten (Name, Funktion)
- Datum, Uhrzeit, Dauer, Ort
- Ansprechpartner

Beigefügt sein sollten ein Faxvordruck zur Teilnahmebestätigung und ein Anfahrtsplan/Hinweis auf Parkplätze.

Die Einladung sollte mindestens 3 Wochen vor der Pressekonferenz an die entsprechenden Medien-Ansprechpartner, Ressorts und Redaktionen verschickt werden. Auch Gäste (Freundeskreise, andere Bibliotheken und Partner) können eine Einladung bekommen.

Falls keine Reaktion auf die Einladung folgt, empfiehlt es sich, ca. 1 Woche vor der Konferenz nochmals nachzuhaken.

- > Am Tag der Pressekonferenz möglichst schon eine kurze Information in der Zeitung lancieren
- > Durchführung vorbereiten:
 - Ort der Pressekonferenz ausschildern
 - Raum vorbereiten
 - Namensliste / Anwesenheitsliste der Pressevertreter auslegen
 - (Kontaktdaten der Journalisten, von welchem Presseorgan?)
 - Pressemappe bzw. zumindest geheftete Infos, Fotos und Bildmaterial,
 - Informationen zur Bibliothek sowie Schreibmaterial bereithalten
 - Namensschilder und Visitenkarten auslegen
- > Ablauf der Pressekonferenz:
 - Gesamtdauer einer Pressekonferenz: 45 bis 60 Minuten
 - persönliche Begrüßung der Teilnehmer
 - ggf. Einsatz eines Moderators
 - Vorstellung des Themas, Anlasses
 - Vortragsdauer: nicht länger als ca. 30 Minuten
 - anschließend Diskussionszeit und Zeit für Fragen einplanen:
 - ca. 30 Minuten
 - gute Vorbereitung auf kritische Fragen, souverän und sachlich bleiben
 - bei Beteiligung von Sponsoren (Veranstaltungen) sollten diese namentlich genannt werden
 - Beendigung der Veranstaltung und Dank an die Anwesenden
- > Nach der Pressekonferenz:
 - Zeit einplanen für Einzelgespräche mit Pressevertretern und für Einzelinterviews (soweit nicht schon vor der Pressekonferenz geführt)
 - schriftliche Unterlagen der Konferenz an nicht anwesende Medienvertreter übermitteln (Pressemappe)
- > Presseveröffentlichungen sammeln und dokumentieren
- > Manöverkritik

Literatur:

Lux, Claudia: Presse- und Medienarbeit. In: Die moderne Bibliothek – ein Kompendium der Bibliotheksverwaltung, Kapitel 13: Öffentlichkeitsarbeit, hrsg. von Rudolf Frankenberger/Klaus Haller. München: Sauer, 2004, S. 322-327.

Reden ist Silber, Schweigen ist Schrott: Handbuch zur Öffentlichkeitsarbeit. Deutscher Bundesjugendring (Hg.), Red.: Wolfgang Peschel. Münster: Votum-Verlag, 1996, 2001

Reifsteck, Peter: Handbuch Lesungen und Literaturveranstaltungen: Konzeption, Organisation, Öffentlichkeitsarbeit. Reutlingen: Verlag Peter Reifsteck, 2000, 2005