



Agenda 21-Medienworkshop

# Instrumente der Medienarbeit

# Ziele der Medienarbeit

Die Themen sollen ...

- in möglichst positiver Form
  - möglichst umfangreich
  - in möglichst vielen Medien
  - mit möglichst hoher Auflage/Reichweite
- ... kommuniziert werden.



# Medienarbeit

- Presseausendung
- Pressefoto
- Persönlicher Kontakt
- Pressekonferenz
- Pressereise



Warum gelangt eine Meldung in die Zeitung? Die Chance auf Veröffentlichung steigt, je mehr Nachrichtenfaktoren vorhanden sind.

## Nachrichtenfaktoren

- Nähe
- Aktualität
- Prominenz
- Spannung
- Kuriosität
- Gefühle
- Folgeschwere
- Konflikt
- Sex/Liebe



# Presseausendung

- Eine gute, interessante Geschichte
- Gute Fotos in guter Auflösung (ab 300 dpi) mit aussagekräftigem Bildtext
- Für klar definierte Medien (Tips, Bezirksrundschau, OÖN Lokal, Kronen Zeitung, ...)



# Presstext



- 1. Das Wichtigste zuerst
- 2. Die 5 W (Wer? Was? Wo? Wann? Warum?)
- 3. KISS-Formel (**K**eep **I**t **S**hort & **S**imple)
- 4. Verständlich schreiben
- 5. Lebendig schreiben

# Presstext



## 1. Das Wichtigste zuerst

Ein journalistischer Text vom Typ einer Nachricht besteht nicht aus Einleitung-Hauptteil-Schluss. Zeitungsläser/innen möchten schnell informiert werden. Den Kern der Botschaft sollen sie schon beim Durchblättern mit einem Blick erhaschen. Den Headlines und dem Vorspann kommen so entscheidende Bedeutung zu. Der Grundsatz lautet: Das Wichtigste zuerst! Ein journalistischer Text ist von hinten nach vorne kürzbar.

# Presstext



## 2. Die 5 W

Gute Presstexte beantworten die fünf W (Wer? Was? Wo? Wann? Warum?) gleich zu Beginn – im Idealfall bereits im ersten Satz, auf jeden Fall im Vorspann.

# Presstext



## 3. KISS-Formel

Das Angebot an Information für die Redaktionen ist groß. Der Umfang, diese im Medium zu platzieren, klein. Daher gilt für die Arbeitsweise der Journalisten/innen: **KISS** – **Keep It Short & Simple**. Das bezieht sich auf den Umfang der Schilderung, die Länge von Sätzen, auf Wortgruppen und auf einzelne Wörter. Je kürzer und prägnanter die Botschaft, desto willkommener ist sie.

# Presstext



## 4. Verständlich schreiben

Journalistische Texte sollen verständlich sein → Verzicht auf Fachchinesisch. Schwelle für Verständlichkeit so gering wie möglich ansetzen. Auf Fremdwörter weitgehend verzichten. Branchenübliche Abkürzungen sind Außenstehenden oft unbekannt. Faustregel: Abkürzungen ausschreiben, wenn sie zum ersten Mal verwendet werden. Erst in der Folge die Kurzformel benützen. Beispiel: Akademie für Umwelt und Natur (Uak).

# Presstext



## 5. Lebendig schreiben

- Zitate würzen den Text (sagt ...; betont ...)
- Aktiv statt Passiv
- Währungsbeträge, Prozentangaben, ... ausschreiben
- Zahlen bis zwölf ausschreiben
- Zuerst Vor-, dann Zuname
- Keine Titel wie Dr., Mag., Dir., KommR., ...
- „Frau“ und „Herr“ gibt es nicht

# Pressefoto



- Aussagekräftig
- Aktuell
- Dynamisch
- Mensch im Mittelpunkt
- Beschriftung
- Fotocredit

# Presseausendung: Do not ...



- Betreffzeile: Wichtige (!) Pressemitteilung
- Exotische Dateien oder Dateien in Horrorgrößen
- Fotodatei mit Ziffern versehen
- Links auf nichtexistente Internet-Seiten
- Alte Adress-Verteiler verwenden
- X-Mal nachrufen, ob das E-Mail angekommen ist

# Umgang mit Journalisten/innen



- Kurze, sachliche und prägnante Informationen
- Klare Sprache – Journalisten/innen sind selten Fachleute
- Veröffentlichung eines Artikels nicht zu verhindern versuchen
- Keine Bestechungsversuche
- Keinen Vorabdruck verlangen

# Zusammenarbeit mit **PLEON Publico**



- Erstkontakt über Regionalmanager/innen
- Input (inkl. Foto) kommt aus der Gemeinde
- Presseaussendung wird von Publico textiert oder redigiert
- Presseaussendung wird von Publico versendet



# Danke für Ihre Aufmerksamkeit!

**Kontakt:**

Christa Oberfichtner  
Senior Consultant

**PLEON Publico** – Public Relations & Lobbying

Stelzhamerstraße 2, 4020 Linz

Tel.: +43 (0) 732 / 784 777-15

Mobil: +43 (0) 676 / 837 864-15

E-Mail: [c.oberfichtner@pleon-publico-lz.at](mailto:c.oberfichtner@pleon-publico-lz.at)