

● „... aus Anlass unseres
neuen Streetwork-
Projekts...“

Die Pressekonferenz



Damit die Pressekonferenz kein Flop wird

Anlass: Achten Sie auf Ihr Thema

Ist das Thema wichtig genug? Ist es so komplex und für die breite Öffentlichkeit von solcher Bedeutung, dass es einer derart ausführlichen Präsentation bedarf? Denken Sie daran: Eine Einladung zur Pressekonferenz sendet das Signal: Hier wird etwas von großem Interesse und großer Tragweite vorgestellt. Wenn Sie zudem zu häufig Pressekonferenzen einberufen, verliert Ihr Signal an Dringlichkeit. Diese Form der Pressearbeit sollte nur sehr dosiert eingesetzt werden.

Gründe für eine Pressekonferenz

Das können sein: Auftakt einer Kampagne, Veranstaltung eines Kongresses, Einmaligkeit eines Projektes, Beginn einer kontinuierlichen kulturellen, sozialen oder politischen Arbeit und vor allem Krisen-PR. Das Schlimmste, was Sie in einer Krise tun könnten, wäre, den Kopf in den Sand zu stecken. Zu Ihrer Glaubwürdigkeit gehört nämlich auch, wie Sie in der Öffentlichkeitsarbeit mit Krisen und Problemen umgehen. Immer vorausgesetzt, diese sind wirklich relevant für die Öffentlichkeit.

Inhalt: Bereiten Sie sich gut vor

Was ist Anlass? Auf welche Situation beziehen Sie sich? Wie lautet Ihre Analyse? Auf welche Quellen stützen Sie sich? Wen machen Sie verantwortlich, was fordern Sie, was werden Sie tun? Seien Sie knapp, klar und konkret. Keine epische Länge. Keine Grundsatzerklärung. Bleiben Sie nicht im Abstrakten. Eine Lieblingsfrage von Journalisten und Journalistinnen lautet: Haben Sie dafür ein Beispiel? Also: Liefern Sie Beispiele, Fakten, Zahlen. Und: Lassen Sie sich nicht überraschen und aus dem Konzept bringen. Das beinhaltet auch, sich vorher auf mögliche, sehr kritische Fragen einzustellen, und festzulegen, wie und mit welchen Statements Sie darauf reagieren wollen.

Ablauf: Sprechen Sie sich unbedingt vorher ab

Vor Beginn der Veranstaltung sollten Sie intern festlegen, wer was zu welchem Thema sagt und wer die Moderation übernimmt. Für alle gilt: Halten Sie sich kurz! Auf keinen Fall aus Manuskripten ablesen! Das sollten Sie besonders Ihren Gästen eindringlich klarmachen, da diese oftmals vor lauter Begeisterung am eigenen Thema und auch angesichts der „großen“ Presse in einen Rederausch verfallen. Seien Sie nach der Pressekonferenz unbedingt erreichbar für Rückfragen, Interviewwünsche.

Organisatorisches: Achten Sie auf den „Service“

Bester Zeitpunkt: Immer der Vormittag. Es sei denn, Sie müssen auf ein brandaktuelles Ereignis sofort noch mit einer Stellungnahme reagieren. Dann spielt die Zeit keine Rolle. Kaffee und kalte Getränke sind immer gern gesehen.

Die Pressemappe ist wichtigster Bestandteil einer Pressekonferenz, da die Presseleute oftmals nicht bis zum Ende bleiben können. Je besser Sie die Pressemappen vorbereiten, desto weniger Fehler schleichen sich hinterher in die Berichterstattung ein. Aber bitte auch nicht überladen.



Checkliste Pressekonferenz

Vorbereitung

- Auswahl der Themen und der Redner/innen sowie der Moderation
- Auswahl eines möglichst zentralen Ortes und Raumes
- Verteilerliste für Presse, TV, Hörfunk
- Einladungsbrief mit Fax-Rückantwort
- acht bis zehn Tage vor der Pressekonferenz Versand der Einladungen
- telefonische Nachfassaktion ein bis zwei Tage vor dem Termin, gegebenenfalls Einladung noch mal in die Redaktion faxen
- Pressemappe fertigstellen und an die im Vorfeld verschicken, die nicht kommen können, aber Interesse zeigen
- technische Ausstattung (Mikrophon, Beamer etc.) beschaffen
- Getränke und eventuell Imbiss organisieren
- Namensschilder für die Teilnehmenden auf dem Podium

Am Tag der Pressekonferenz

- Pressemappen vor Beginn auslegen.
- Anwesenheitsliste herumgehen lassen (so bekommen Sie einen Überblick, wer da war, wer nicht. Außerdem sind vielleicht neue Journalisten und Journalistinnen dabei, die Sie noch nicht in Ihrem Presseverteiler hatten)

Nachbereitung

- Presseauschnitte für den Pressespiegel sammeln (oder bei einer Agentur im Vorfeld in Auftrag geben)
- Analyse der Veranstaltung und der Presseresonanz.