



Checkliste: Voraussetzungen für gute Pressearbeit

Kurs Pressearbeit

- Einen oder zwei Vereins-Pressesprecher bestimmen**
 - > Hauptverantwortliche für Pressearbeit & Ansprechpartner
 - > Kontakt im Pressebereich der Homepage
- Eigene Informationskanäle (Homepage, Blog, Social Media) gut pflegen**
 - > muss immer aktuell sein
 - > Findbarkeit in Suchmaschinen (SEO)
 - > stimmige & aktuelle Außendarstellung auf allen Kanälen
 - > Stichwort: User First (Was erwarten meine Besucher?)
- Einen Presseverteiler erstellen**
 - > Übersicht über wichtige, potentiell interessierte und aktive Kontakte
 - > regelmäßige Pflege und Aktualisierung des Verteilers
 - > einzelne Personen als Ansprechpartner notieren und Kontakt aufbauen
- Einen eigenen Pressebereich auf der Homepage einrichten**
 - > Jeder gut organisierte Verein verfügt über einen digitalen Pressebereich
 - > Dazu gehört: ein Archiv aktueller und früherer Pressemitteilungen, die Pressemappe mit wichtigen allgemeinen Informationen zum Verein, das Vereinslogo zum Download, Links zu Social Media und der Kontakt zum Pressesprecher des Vereins
- Den Nachrichtenwert von Informationen kennen**
 - > Bevor Journalisten über ein Thema berichten, prüfen sie den Nachrichtenwert.
So bestimmen sie, ob die Information die Zielgruppe interessiert
 - > Auch Pressesprecher sollten davon Gebrauch machen
- Einen guten Kontakt zu JournalistInnen pflegen**
 - > kenne den richtigen Ansprechpartner (Ressort + Redakteur)
 - > zuverlässig und schnell Informationen weitergeben
 - > das Wesentliche kommunizieren
 - > sich auch in stressigen Phasen Zeit nehmen, hinterlässt in Zukunft einen guten Eindruck
- Rechtzeitig informieren**
 - > Presseinfos so früh wie möglich verschicken
 - > nachmittags ist für Journalisten Endspurt zum Redaktionsschluss!
- Mediengerecht schreiben**
 - > mit journalistischem Schreibstil vertraut machen
 - > prägnante und präzise Formulierungen
 - > Worthülsen und lange Sätze + Eigenwerbung vermeiden
- Medienauswertung machen**
 - > Besonderheiten einzelner Medien kennen und Informationen gezielt verteilen
 - > lernen, welche Medien zum Verein und zum eigenen Anliegen passen