

Präsent sein in Medien

Informationen, ihre Aufbereitung
und ihr Transport in die Redaktionen

- 2001 freier Journalist, Online
- 2004 Kleine Zeitung, Graz
- 2008 Die Presse, Wien
- 2009 WOCHE, Graz

Zur Person: Klaus Krainer

- Kurze Einführung
- Informationen und ihr Transport
- Nützliche Tipps für die Praxis
- Diskussion und Fragen

Zum Ablauf

- Geld verdienen
 - durch bezahlte Inserate.
- Mehr Geld verdienen
 - durch bessere Reichweiten und teurere Inserate.

Was wollen Zeitungen?

- Neuigkeiten und Aktuellem
- mit in der Zeitung abgebildeten Lesern
- Service für die Leser
- Spektakulärem

Reichweite entsteht mit ...

- Vereine bieten viel von dem, was lokale Medien *auch* wollen.

Die gute Nachricht ist:

- Journalisten können nicht alle Vereine im Auge behalten.

Stichwort: **BRINGSCHULD**

Die schlechte Nachricht ist:

- Sagen Sie, was Sie tun.
- Sagen Sie es richtig.
- Sagen Sie es rechtzeitig.
- Pflegen Sie Ihre Kontakte.

Deshalb: Einige Grundregeln

- Seien Sie aktiv, aber nicht lästig.
- Machen Sie keine Vorschriften.
- Seien Sie zuverlässig.
- Seien Sie ehrlich.

Aber Vorsicht!

- Nützlich sind nur
 - neue Informationen
 - richtige Informationen
 - vollständige Informationen
 - rechtzeitig verbreitete Informationen

Informationen, die nützen

- Beachten Sie die „fünf W“:
 - **Wer** macht
 - **was,**
 - **wo,**
 - **wann** und
 - **wie?**

für „Warum“ und „Wohin“ (geht die Reise, Strategie) gibt es ein Plus.

vollständige Informationen

*„Der TSC-FORUM GRAZ
beginnt eine neue
Trainingsaison für Anfänger,
keine Vorkenntnisse nötig: 27.
Februar, Freitag, 17 Uhr.
Fortgeschrittene immer
Mittwoch 18.30 - 20 Uhr
Standard und 20 -21 Uhr Latein.
Einstieg jeder Zeit möglich. Wir
bitten um Anmeldungen und
freuen uns auf euch.“*

So nicht.

WER?

WO?

PREIS?

KONTAKT?

ZU VIEL!

- Beachten Sie:
 - Planungszeit
 - Recherchezeit
 - Redaktionsschluss

- Vermeiden Sie:
 - zu frühe Lieferung
 - zu späte Lieferung
 - Unvollständigkeit

rechtzeitige Weitergabe

- Ein Thema nach dem Anderen.
- Konzentrieren Sie sich auf das Wesentliche.
- KISS-Prinzip:
 - „Keep it short and simple.“

Was ist die Botschaft?

- Pressekonferenz
- Presseausendung
- persönliches Gespräch

Transportmittel für Infos

- große Neuigkeiten:
 - große Veränderungen, große Veranstaltungen, etc.
 - politische Aussagen
- nur dann, wenn sehr viele Menschen betroffen sind

Pressekonferenzen

- Wen wollen Sie dabei haben?
- Sagen Sie, warum.
- Sagen Sie, mit wem.
- Überlegen Sie sich Zeit und Ort:
 - Arbeitszeiten der Journalisten
 - Konkurrenzveranstaltungen

Einladungen zur PK

- Schriftliche Unterlagen.
- Einen Zeitplan.
- Ausgewählte Ansprechpartner.
- Die Möglichkeit zum Austausch.

Das braucht eine PK

- Grundinformationen
 - Worum geht es (Thema)?
 - Wer sind Sie (Kurzinfo Verein)?
 - Was wollen Sie (Botschaft)?
- wörtliche Statements der Redner
- druckfähiges Fotomaterial

Presseunterlagen

- Wenn sich eine PK nicht lohnt
- Wissen, wem man sie schickt
- **JA:** E-Mail (**naja:** Fax)
- **NEIN:** telefonisch, per Post
- Immer **Kontakt für Rückfragen**

Presseausendung

„Was als ein **Strom** nützlicher
Informationen begann, hat sich
inzwischen in eine **Sturzflut**
verwandelt.“

Neil Postman, Medienkritiker

Jetzt wird es schwierig

- In der Regel gilt:
„Eine Story gibt es nur einmal,
und jede Story gab es schon.“

Alles war schon einmal da

- Überlegen Sie:
 - Was ist an meiner Meldung das Neue?
 - Was ist daran das Außergewöhnliche?
 - Welches Medium nützt mir am meisten?
 - Kann ich mein Thema aufsplitten?
 - Bin ich sogar für alle interessant?

Was ist außergewöhnlich?

- Geschwindigkeit von Medien
 - Tages-/Wochen-/Monatszeitung bzw. Internet/Radio/TV
- Blattlinie und Zielgruppe
 - redaktionelles Umfeld
 - wer liest das, wen will ich erreichen?

Wohin gehört welche Story?

- Persönlich besprochen wird
 - Exklusives
 - Ausführliches
 - Brisantes
 - Hintergründiges
 - Geheimes
 - Ein Selbstversuch

Exklusivität als Trumpf

- Größe der Bilder
- Herkunft der Bilder
- Qualität der Bilder
 - maximal fünf Personen, eng zusammen
 - Hintergrund und Licht beachten
- Wer ist Wer?

Das Thema Fotos



www.bilderbox.com

So nicht.



www.bilderbox.com

Von links: Norbert Huber, Eleonore Huber, Zeitungsredakteurin Martina Moser.

So schon.

- Werden Sie ein „Regionaut“:
 - Kostenlose Registrierung auf www.woche.at.
 - Berichten Sie über Ihren Verein, soviel sie wollen: Texte, Fotos, Termine etc.

Unbegrenzte Möglichkeiten

- Aussagekräftige Betreffzeile.
- Alle Informationen in einem Mail.
- Nie mehr als eine Seite A4.
- möglichst mehrere Fotos liefern.

Ein paar nützliche Tipps

- Erwarten Sie sich nie zu viel.
- Geben Sie ein Feedback.
- Schreiben Sie Vor- und Nachnamen.
- Schreiben Sie die Namen richtig.

Ein paar nützliche Tipps

- Schreiben Sie nur Berufstitel.
- Nicht nur Dateianhänge schicken.
- Benutzen Sie die BCC-Funktion.
- Aktualisieren Sie Ihren Verteiler.

Ein paar nützliche Tipps

- Fragen Sie mich.

JETZT.

Ein paar nützliche Tipps

Graz und Umgebung:

Klaus Krainer

Belgiergasse 3/II

8020 Graz

klaus.krainer@woche.at

(0664) 80 666 – 66 12

Rest der Steiermark:

Roland Reischl

Belgiergasse 3/II

8020 Graz

roland.reischl@woche.at

Rückfragehinweis 😊
