

## Marketing Tipp



# Das Pressegespräch / Die Pressekonferenz

Keine Angst vor Journalisten!

Tipps zur Pressearbeit (3)



**Marketing ist unser Handwerk**

Marketing-Center Handwerk

## Das Pressegespräch/Die Pressekonferenz

# Keine Angst vor Journalisten!

Pressearbeit im Handwerksunternehmen??? Da mag mancher Handwerksunternehmer angesichts zusätzlicher Arbeit seufzen. Zu Recht, ist er doch mit dem Tageschäft und zahlreichen Aufgaben des Unternehmensmanagements mehr als ausgelastet. Wer garantiert schließlich für den Erfolg bei aller Mühe? Interessieren sich die Journalisten überhaupt für die Belange eines kleinen Handwerksunternehmens? Die Antwort lautet: Ja, aber es liegt an Ihnen, welche Themen Sie den Journalisten anzubieten haben und wie Sie Ihre Themen präsentieren.

Pressearbeit stellt gerade für kleine und mittlere Unternehmen eine kostengünstige Form der Eigenwerbung dar. Sie können damit auf Ihr Produkt- und Dienstleistungsangebot aufmerksam machen, den Bekanntheitsgrad Ihres Unternehmens erhöhen und ein positives Image erlangen. Damit die Pressearbeit auch von Erfolg gekrönt ist und sich die Mühe lohnt, bedarf es einer guten Vorbereitung.

Neben dem schriftlichen Versand von Pressemeldungen stellt das Pressegespräch bzw. die Pressekonferenz eine willkommene Gelegenheit dar, in ein persönliches Gespräch mit Medienvertretern zu kommen und die persönliche Kommunikation zu pflegen. Grundsätzlich sollten Sie je-

doch zu einem Pressegespräch nur dann einladen, wenn Sie etwas Außergewöhnliches zu bieten haben. Dies gilt umso mehr für die Pressekonferenz, die größere Version des Pressegesprächs. Mögliche Anlässe können eine außergewöhnliche Präsentation (z. B. fertig gestellte Renovierung eines denkmalgeschützten Bauwerks mit Führung/Rundgang), soziales Engagement (z. B. Spendenaktion für einen Kindergarten aus dem Ort), eine strategisch neue Ausrichtung Ihres Unternehmens (z. B. Schuhhol- und -bringdienst als innovative Serviceeinrichtung) oder die Präsentation neuer Maschinen sein.

### Bieten Sie attraktive Gesprächspartner!

Da sich das Pressegespräch – auch Round-Table-Gespräch genannt – als informelles Gespräch mit Journalisten als die am besten geeignete Presseveranstaltung für Handwerksunternehmen erwiesen hat, wird dieses im Folgenden näher vorgestellt.

Zu einem Pressegespräch können Sie – je nach Anlass – entweder allein oder mit einem Kooperationspartner gemeinsam einladen. Überlegen Sie vorher genau, was Sie zu sagen haben und wer den

Journalisten Rede und Antwort stehen soll. Für Ihre Gäste ist es immer besonders interessant, wenn Sie verschiedene Ansprechpartner zu unterschiedlichen Aspekten eines Themas anbieten.

Der Restaurator und Vergolder, der anlässlich der Präsentation eines restaurierten Gemäldes auch eine Kunsthistorikerin in das Pressegespräch einbindet, wird ebenso das Interesse an der Veranstaltung erhöhen wie der Schrei-

### Checkliste zur Vorbereitung eines Pr

- ✓ Themen, Teilnehmer und Moderatoren festlegen
- ✓ Zeitplan/Redezeit festlegen
- ✓ Ort auswählen (sowohl für das Gespräch als auch für die Präsentation)
- ✓ Einladungsliste/Verteiler erstellen
- ✓ Einladungsschreiben verfassen
- ✓ Antwortfax erstellen
- ✓ Telefonische Nachfassaktion einbauen
- ✓ Pressemappe erstellen
- ✓ Fotomotiv auswählen
- ✓ Technische Ausstattung prüfen (Ordnung, Beleuchtung, Ton)
- ✓ Imbiss organisieren (Kaffee, Kaltgetränk)
- ✓ Namensschilder für die Teilnehmer

ner, der ein Patent für besonders sichere Türen unter Einbeziehung eines Kriminalkommissars vorstellt. Wenn eine Geld- oder Sachspende an einen Kindergarten oder an eine andere soziale Einrichtung der Anlass Ihres Pressegesprächs ist (z. B. Malermeister Müller lässt die Kindertagesstätte in neuem Glanz erstrahlen), sollten Sie auch den Empfänger der Spende zu Wort kommen lassen und ihm ausreichend Gelegenheit bieten, sein Projekt

in angemessenem Umfang vorzustellen. Nur so können Sie beide von dem Pressegespräch profitieren!

Findet die Veranstaltung in einem größeren Rahmen statt, empfiehlt es sich, einen Moderator einzusetzen, der die beteiligten Personen vorstellt, Fragen der Journalisten entgegen nimmt und das Wort erteilt. Dies ist jedoch erst ab einer Teilnehmerzahl von mehr als drei Personen auf dem Podium sinnvoll. Be-

einem Antwortfax versehen, auf dem der Empfänger eintragen kann, ob er an dem Pressegespräch teilnimmt, ob er z. B. ein Radio-Interview mit O-Ton im Anschluss wünscht, ob ein Foto gemacht werden soll oder ob bei Nicht-Teilnahme die Zusendung der Pressemappe gewünscht wird.

Achtung! Überlegen Sie vorab, in welchem gesonderten Raum ein Interview stattfinden kann. Nichts ist stören-

der, als wenn z. B. der Geschäftsführer des Handwerksunternehmens vor der Kulisse klingender Gläser und „Partygemurmel“ Entscheidendes zur Geschäftsentwicklung von sich gibt. Auch sollten Sie vorab genau überlegen, welches Fotomotiv geeignet ist. Das kann ein Händedruck

zweier im Zusammenhang wichtiger Personen sein, eine symbolische Betätigung wie ein Spatenstich o. ä.. Achten Sie darauf, dass das Logo Ihres Unternehmens im Bild sichtbar ist und fertigen Sie ggf. vorher ein Banner oder eine Tafel mit ihrem Unternehmenslogo an.

Erstellen Sie einen Ablaufplan, wer was wann zu welchem Thema sagen soll bzw. möchte. Grundsätzlich folgt ein Pressegespräch folgen-

dem Schema:

1. Begrüßung und Vorstellen der Podiumsteilnehmer/Beteiligten
2. kurze Statements der Podiumsteilnehmer/Beteiligten
3. Fragen der Journalisten
4. Small talk und Imbiss

Bestens vorbereitet sind Sie, wenn Sie den Journalisten fertige Unterlagen in Form einer Pressemappe aushändigen können. Sie erleichtern ihnen damit die Arbeit, da diese später noch einmal Details nachlesen können. Die Pressemappe sollte die Pressemeldung zum Thema, ggf. ein Statement z. B. des Geschäftsführers sowie Informationsmaterial zu Ihrem Unternehmen und ggf. zu der beteiligten Organisation (z. B. Kindergarten) enthalten.

Einen Überblick darüber, wie viele Journalisten zu erwarten, wie viele Pressemappen daher vorzubereiten sind und wie viele Getränke und ggf. Brötchen bereit gestellt werden müssen, erhalten Sie am besten durch eine telefonische Nachfassaktion ca. ein bis zwei Tage vor dem Termin. Rufen Sie die Journalisten an und fragen Sie freundlich nach, ob die Einladung im Hause eingegangen bzw. mit einer Teilnahme zu rechnen ist.

Sie werden sehen: Durch diese freundliche Form des Erinnerns werden Sie den einen oder anderen Journalisten mehr bei Ihrem Pressegespräch begrüßen können!

## Pressegesprächs/einer Pressekonferenz

Information festlegen

(Pressegespräch als auch für Interviews)

bis zwei Tage vor dem Termin

(Overhead, Beamer etc. erforderlich?)

(Getränke und Brötchen reichen aus!)

des Podiums anfertigen

denken Sie dabei immer, dass eindeutig mehr Personen vor als auf dem Podium sitzen sollten!

### Die Vorbereitung

Versenden Sie ca. acht bis zehn Tage vor dem Termin die Einladung an die Journalisten. Nennen Sie in der Einladung Anlass, Ort, Zeitpunkt und Gesprächsteilnehmer der Pressekonferenz bzw. des Pressegesprächs. Gleichzeitig sollten Sie die Einladung mit

Herausgeber:

Marketing-Center Handwerk (MCH) der

Landes-Gewerbeförderungsstelle des NRW-Handwerks (LGH)

Geschäftsführer:

Dipl.-Kfm. Hans Hermann Beyer

Redaktion:

Dipl.-Ök. Jürgen-Johannes Lau

Autorin:

Claudia Stemick M.A.

Konzept und Produktion:

Wohlfeld und Wirtz, Duisburg

Fotos: PhotoDisc



Marketing-Center  
Handwerk der  
Landes-Gewerbe-  
förderungsstelle des  
NRW-Handwerks  
Mülheimer Str. 6  
46049 Oberhausen

Tel.: 02 08 / 8 20 55-20  
Fax: 02 08 / 8 20 55-25  
mch@mch.de  
<http://www.mch.de>