

# **Gründerabend**

**11. Februar 2009**

gate – Garchinger Technologie- und  
Gründerzentrum GmbH

## **Presse-, Öffentlichkeitsarbeit und Marketing in der Praxis**

Ein Vortrag von  
Elke Opitz

PR-Akademie Süddeutschland

[opitz@pr-aka.de](mailto:opitz@pr-aka.de)

# Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Wenn Sie einen Dollar in Ihrem Unternehmen investieren, dann müssen Sie einen zweiten Dollar bereithalten, um das öffentlich zu machen.

# Marketing

Wer aufhört zu werben, um Geld zu sparen, kann ebenso seine Uhr anhalten, um Zeit zu sparen.

Henry Ford

1863-1947

# Grundsätzlich gilt:

Marketing verkauft (in erster Linie)  
Produkte oder Dienstleistungen.

Medien verkaufen (in erster Linie)  
NACHRICHTEN oder Storys.

# Die Nachricht

Entscheidend für den Journalisten in der  
Redaktion:

Die Nachricht (in einer Presseinformation)!

Pressemitteilungen, die für den Journalisten  
keinen Nachrichtenwert haben, werden –  
selbst wenn sie perfekt getextet sind – nicht  
gedruckt.

Merke:

Die Nachricht  
ist das Gegenteil  
von einem  
Witz

# Struktur und Elemente einer Presseinformation

- **Die Optik**
- **Die Gliederung**
- **Der Titel / Die Headline**
- **Die Nachricht**
- **Die W-Wörter: Wer/Was, Wann, Wo, Warum, Wie,  
gegebenenfalls: Was (kostet.../Preisangabe)**

**Wichtig:**

**Immer einen Ansprechpartner mit Telefon-Durchwahl und  
Mail-Adresse angeben !**

Für den Texter einer  
Presseinformation gilt:

**Eine**

**EINFACHE**

**Sprache ist keine**

**EINFÄLTIGE**

**Sprache !**

# Die 10 goldenen Regeln erfolgreicher Pressearbeit

- **Der PR-Berater ist ein Verbindungsglied und der Vermittler zwischen einem Unternehmen und der Öffentlichkeit.**
- **Verständlichkeit und Sachlichkeit ist das A und O guter Presse-Infos.**
- **Die Informationen müssen „echte“ Neuigkeiten sein.**
- **Das Unternehmen muss glaubwürdig und authentisch in der Öffentlichkeit stehen.**
- **PR-Arbeit zählt zum Entscheidungsbereich des strategischen Managements.**
- **PR-Arbeit als Vertrauensarbeit zielt auf Kontakt und Dialog.**
- **Kontinuität im Umgang mit der Öffentlichkeit ist wichtig.**
- **PR-Berater müssen die wichtigsten Journalisten-Regeln beachten – Aktualität, Schnelligkeit und umfassende Infos.**
- **Die Pressestelle übernimmt eine wichtige Vorarbeit für die Medien/Redaktionen.**
- **PR-Arbeit basiert auf Beziehungsarbeit.**

# Tipps & Tricks

**Journalisten brauchen Nachrichten.**

**Das heißt:** Welche Information ist wirklich NEU.

**Journalisten wollen Infos.**

**Das heißt:** Alle W-Fragen müssen in der Meldung beantwortet sein.

**Journalisten haben selten Zeit.**

**Das heißt:** Der Ansprechpartner richtet seine Arbeitszeiten auch nach den Abläufen in den jeweiligen Redaktionen.

**Journalisten sind stets auf der Suche.**

**Das heißt:** Für eine wirklich gute Story/Nachricht sind Medienmacher zu jeder Tages- und Nachtzeit offen und ansprechbar.

**Journalisten wittern „Marketing“.**

**Das heißt:** Image-Broschüren, Flyer, allgemeine Kundeninformationen etc. interessieren Journalisten selten und machen sie oft sogar wütend. Derartige Unterlagen gehören NICHT in eine Pressemappe

**Journalisten sind auch nur Menschen.**

**Das heißt:** Wer einen guten, freundlichen und fairen Kontakt pflegt, wer „Mehr-Wert“ bietet, ist vorn.

# Und schließlich: Der Verteiler

Ohne einen auf das Unternehmen und die Zielgruppe perfekt abgestimmten Presseverteiler, ist erfolgreiche PR-Arbeit nicht möglich.

# Unser Angebot nach diesem Gründerabend:

- Werden Sie Ihr eigener Pressechef.
- Werden Sie Profi in Sachen Öffentlichkeitsarbeit.
- Lernen Sie, Presse- aber auch Marketing-Aktionen kennen, die Ihrem Unternehmen „gute Presse“ garantiert – auch bei kleinem Budget.

Kommen Sie zum Workshop am  
Dienstag, den 10. März 2009 ins

**gate – Garchinger Technologie und  
Gründerzentrum GmbH**