

Presse und Öffentlichkeitsarbeit

Henrik Heigl

*Pressesprecher und Public Relations Officer
bei
Fedora EMEA und CAcert.org*

Übersicht

- Wozu
- Wer
- Pressearbeit: Nachricht, Zeitplan, Pressekontakt, Pressemitteilung, Pressegespräch
- Marketing, Werbung, innen und aussen, Sponsoring

Was ist Öffentlichkeitsarbeit?

- Wenn ein Mann eine Frau kennenlernt und Sie ihm sagt, was für ein grossartiger Kerl er ist, dann ist das **Reklame**. Wenn er ihr stattdessen sagt wie reizend Sie aussieht, dann ist das **Werbung**. Wenn sich die Dame allerdings für ihn entscheidet, weil Sie von anderen gehört hat, was für ein toller Mensch er ist, dann handelt es sich um das Ergebnis einer guten **Öffentlichkeitsarbeit**.



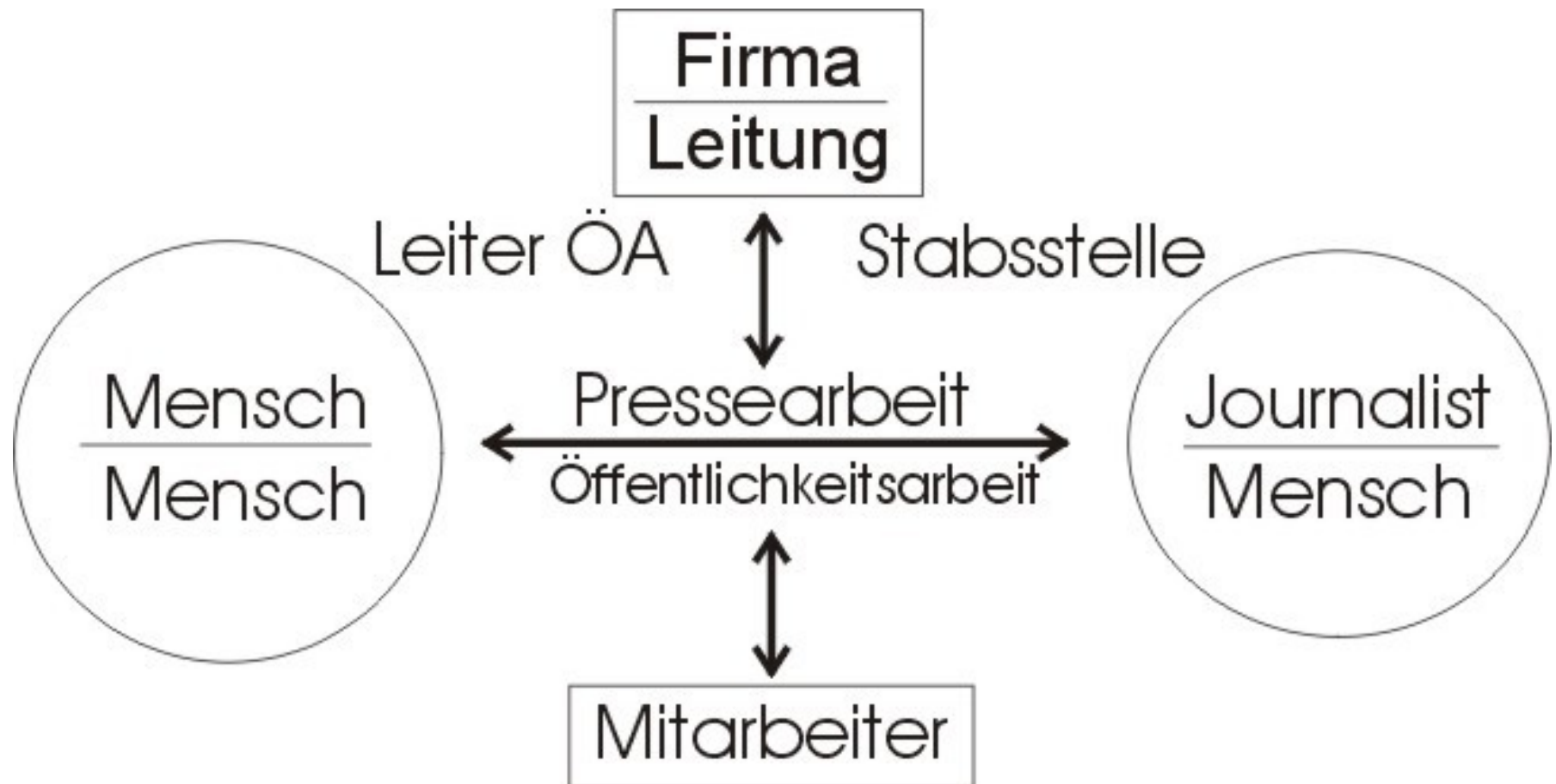
"On the Internet, nobody knows you're a dog."

© 2002 The New Yorker Collection from cartoonbank.com. All Rights Reserved.

Philosophisches und Grundsätzliches

- Man kann nicht nicht kommunizieren (Watzlawick) – Das Nichts gibt einen Raum für Gerüchte
- Aktiv
- Geplant
- Zielgerichtet
- Techniker vs. Journalisten

Der Aufbau



Nachricht und Information

- Was ist neu?
- Was ist wichtig?
- Was ist interressant?
- **Neu – wichtig – Interressant** : Grundlage des Nachrichtengeschäfts
- Tipp: Neuigkeiten und Wichtigkeiten so aufbereiten und präsentieren, das Sie zugleich interressant sind

Aufbau PM

- PM ist kein Aufsatz und folgt keinem zeitlichen Ablauf, sondern dem formalen Aufbau
- Das Wichtigste zuerst (Lead)
- Die ersten Sätze bringen die Antworten auf die W-Fragen
- DIN A4, einseitig beschriftet
- Kopf gestalten: Adresse, Telefon / Fax, E-Mail, Internetadresse
- Korrektur lesen lassen

Hund beisst Mann vs. Mann beisst Hund

- Wer hat wem was getan? Wer war daran beteiligt?
- Was ist wo passiert? Was ist an dem Geschehen wichtig?
- Wo ist an welchem Platz etwas passiert?
- Wie ist es passiert? Wie spielte es sich ab
- Warum ist es passiert? Wie kam es dazu?
- Welche Quelle? Wer hat es gemeldet?
- Wer hat was neu gemacht? Wo findet man es und wie geht es weiter?

Sprache und Verstand

- Grundsätzlich: 1-13 Wörter = leicht verständlich; 25-und mehr = schwer verständlich
(Bildzeitungssätze haben oft 4 Wörter, im Durchschnitt 12. Johannes-Evangelium hat 17 Wörter)
- Eigenen Stil entwickeln
- Füllwörter und Übertreibungen vermeiden
- Nur schreiben was man selbst verstanden hat
- Keine Abk. verwenden
- Zahlen bis 12 ausschreiben
- Namen vollständig ausschreiben
- Fremdwörter sparsam oder besser garnicht verwenden

Presseverteiler

- Mailingliste (User)
- Fachpresse
- Lokale Presse (Ansprechpartner in Redaktion)
- OpenPR, PRO-Linux, heise
- Blog, Twitter, Podcast
- Grundsatz: Immer die eigene Community zuerst informieren

Beispiel

Samstag, 16.05.2009

[STARTSEITE](#) | [WIRTSCHAFT](#) | [FINANZEN](#) | [POLITIK](#) | [SPORT](#) | [INTERNET](#) | [KULTUR](#) | [VERMISCHTES](#)

**Hier kostenlos
Meldung einstellen**

**Pressemeldungen
abonnieren**

**Tipps & Tricks für
Pressemitteilungen**

Top-Meldungen

Alle Themen

Archiv

RSS-Feed

Firmenverzeichnis

Pressemitteilung vom 15.05.2009 16:26 Uhr

Dieser Artikel wurde bisher 28xangesehen

 [Artikel drucken](#)

Thermoselektiver Vakuumverguss



absolut sicher

[Homepage](#)

<http://www.swr.de>

(pressebox) Mellenbach, 15.05.2009 - Extreme Bedingungen erfordern absolute Sicherheit. MTM Power hat durch jahrelange und intensive Forschung eine Vergusstechnologie entwickelt und patentiert: den weltweit einzigartigen THERMOSELEKTIVEN VAKUUMVERGUSS. So werden MTM Power Module resistent gegen Stoß, Schlag, Staub und Feuchtigkeit. Ihre extrem harte Schale - das Ergebnis des THERMOSELEKTIVEN VAKUUMVERGUSSES - macht sie absolut robust und widerstandsfähig. Sie sind unempfindlich gegen mechanischen

Stress und sind frei von Luftpfehlüssen. Durch die optimale gleichmäßige Erwärmung der Leistungshalbleiter ist eine langjährige Betriebsdauer gewährleistet. Diese speziell entwickelte Vergussmasse ist selbstverlöschend gemäß UL94-V0 und IP67 geeignet.

Quelle: [PresseBox.de](#)

Suchen

Service:



[Google-News](#)

[Korrekturlesen von
Pressemitteilungen](#)

[Lektorat von
Pressemitteilungen](#)

[Übersetzung von
Presseveröffentlichungen](#)

[Texter für
Pressemitteilung suchen](#)

Pressegespräch und Konferenz

- Dient zum Hintergründe erklären
- 10-12 Tage vorher schriftlich mit Rückmeldebogen einladen, teilnehmende Personen in PM erwähnen
- 2-4 Tage vorher nach haken, Anwesenheitsliste vorbereiten
- Licht und Raum, Podium, Badges, Infotisch, für einen werbenden Hintergrund sorgen
- Getränke und kleines Speisenangebot vorbereiten. Wer freundlich empfangen wird kommt gerne wieder.
- Pressemappe bzw. „Waschzettel“ erstellen und in ausreichender Menge dahaben

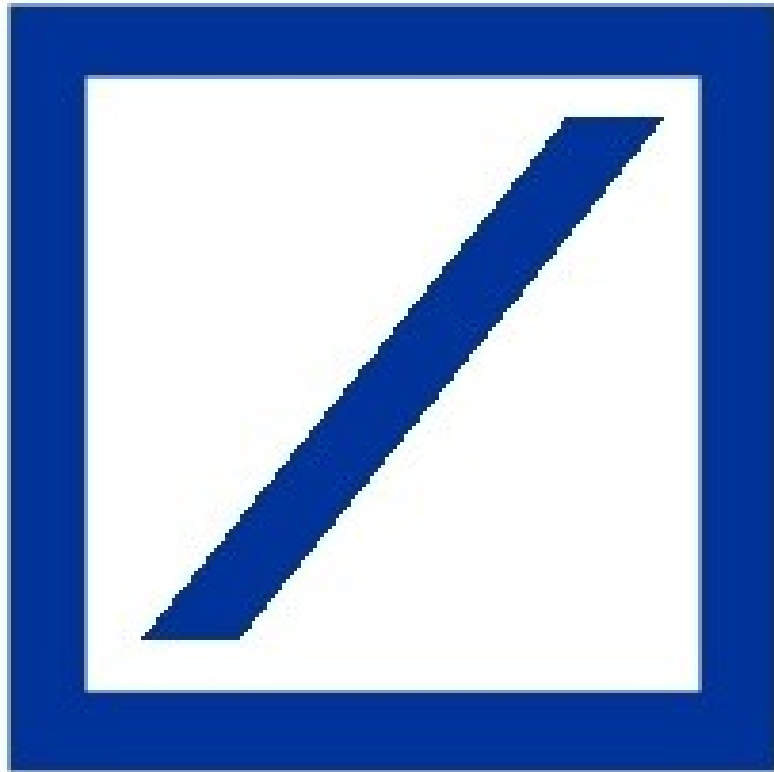
Pressemappe

- Aktuelle Pressemitteilungen zum Event/Produkt/Release
- Information über die Organisation/Unternehmen/Community
- Daten und Fakten
- Ansprechpartner
- Echte Mappe vs. CD/USB Stick vs. Download

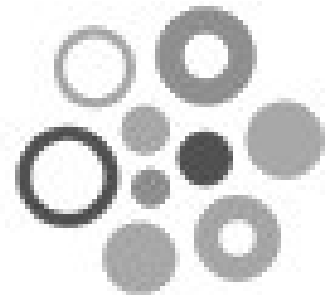
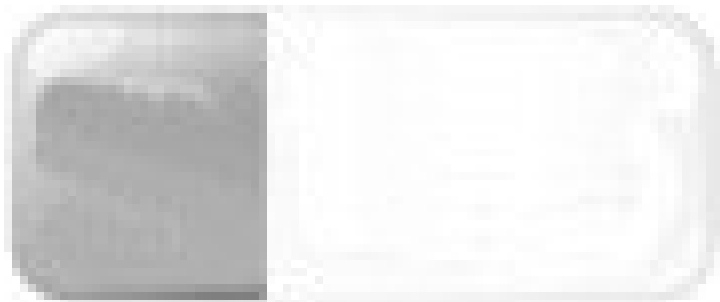
Praktische Öffentlichkeitsarbeit

- Einheitliches Erscheinungsbild (CI / CD) z.B. was ist blau wenn man die Strasse entlangfährt? [/]?
- Styleguide
- Regelmässige Kontakte pflegen
- In öffentliche Auftritte eingebunden, wenn nicht selbst organisiert
- Anlässe zur Selbstdarstellung schaffen









Regelmässige ÖA

- Ist Analyse: Wer sind wir? Was wollen wir? Was wollen wir wie und an wen vermitteln?
- **Mitarbeiter zuerst** informieren
- **Danach die Zielgruppe**
- Nacharbeit: Pressespiegel erstellen

Was fehlt?

- [Beschreibung] [Inhalt]
[Systemvoraussetzungen] [Download]
[Versand] [Lizenz] [Forum & Links] [Spenden]
[Disclaimer] [Hotline]
- Linux, Pulse, Store, Downloads, Support, Pro,
Community, Me

Innere vs. Äussere PR

- Foren
- Social Networks
- Presse
- Mailinglisten
- Private Blogs vs. Community Blogs
- Community einbinden (z.B. FWN)
- Community fördern (z.B. Ambassadors)



Krisenmanagement

- Kein Kommentar
- Negative Schlagzeilen und Konsequenzen sowie Vertrauensverlust und Imageverlust auffangen bzw. vermeiden
- Verhinderung der Ausbreitung
- Versuch der Beruhigung des Störenfrieds (Troll Alarm)
- Gegenoffensive durch positive Stellungnahme von Dritten
- Grundsatz: **ehrlich bleiben, nichts verschweigen, nichts dazu erfinden**

Krisen PR Planung

- IST-Situation analysieren
- Szenarien durchspielen (was wäre wenn?)
- Schlüsselpersonen und Zuständigkeiten benennen
- Eingestehen von Fehlern
- Informieren der Führungsebene über die geplante Vorgehensweise
- Hintergrundgespräche als vertrauensbildende Massnahme

Marketing ist keine PR

- Marketing = aktives bewerben; Public Relations ist die Innen und Aussendarstellung
- Nicht vermischen, nicht ausnutzen lassen
- Unabhängig bleiben
- PR ist ein Marketinginstrument (z.B. Sponsoring, Funding, etc.)

Adressen

- OpenPR - www.openpr.de
- www.presseguide.de und www.pressetreff.de
- Redaktionsadressen: www.stamm.de bzw. www.zimpel.de

Fragen? Fragen!

- Kontakt:
 - Wonderer @ fedoraproject . Org
 - Henrik @ cacert . Org
 - Fragen, Anregungen, Meinungen, konst. Kritik und Anfragen gerne Willkommen

