Wichtiges für den Umgang mit Journalisten

So gelingt der Medienkontakt!

Für den Sportverein ist es von großem Nutzen, die "Journalistenwelt" zu kennen und sich auf medienspezifische Verhaltensregeln bzw. Besonderheiten einzustellen. Wenn Sie diese berücksichtigen, werden auch Sie erfolgreich Medienkontakte aufbauen und pflegen.

Hier einige wichtige Faktoren für den Umgang mit Journalisten:

Arbeitszeit der Redaktion
Zur persönlichen, professionellen Kontaktpflege des Vereins mit Journalisten gehört es, auch deren Arbeitszeiten zu kennen. Die Sportredaktion erreicht man in der Regel montags bis freitags ab 10.30/11.00 Uhr (nach der Redaktionskonferenz) bis ca. 18.00/19.00 Uhr. Sonntags sind die Redaktionen normalerweise zwischen 12.00/13.00 und 21.00 Uhr erreichbar. Beachten Sie, dass z.B. die Fußball-Redakteure sonntags zwischen 14.00 und 17.00 Uhr bei den Spielen vor Ort und deshalb nicht zu erreichen sind. Gehen Sie auf Nummer sich und fragen nach, wann Sie eine Redaktion am besten erreichen!

Artikel & Pressemeldungen
Journalisten bekommen täglich mehr Inhalte angeboten als veröffentlicht werden können. Durch eine mediengerechte Ausarbeitung Ihrer Pressemeldungen erleichtern Sie den Journalisten die Arbeit. Tipps für eine professionelle **Pressemitteilung** gibt es hier.

Hochwertiges und aussagekräftiges Fotomaterial
Eine Pressemitteilung mit Foto(s) erhöht die Chancen einer Veröffentlichung. Gerade in Zeiten, in denen der Textanteil auch in Printmedien schrumpft sollte man großen Wert auf aussagekräftige Fotos und Grafiken legen. Diese animieren zum Lesen des Textes. Vermeiden Sie langweilige Personenfotos (z.B. steifes nebeneinanderstehen!).

Persönlicher Kontakt

Ein guter persönlicher Kontakt ist hilfreich! Stellen Sie sich persönlich per Anruf vor oder besuchen Sie die Redaktion. Kündigen Sie Ihren Besuch jedoch vorher an. Von Spontanbesuchen ist eher abzuraten. Es besteht die Gefahr, dass die Redaktion gerade im Produktionsstress ist und keine Zeit für Sie hat.

Form der Pressemitteilung
Wie ein Journalist Ihre Pressemitteilungen zugeschickt haben möchte ist z.T. sehr unterschiedlich. Ermitteln Sie daher z.B. in einem persönlichen Gespräch, wann und in welcher Form (z.B. ob als Word-

Datei, als nicht geschützte PDF oder reiner Text in einer E-Mail) der Redakteur Ihre Pressemitteilungen am besten zugeschickt haben möchte. Einige Redaktionen haben Informationen online gestellt, welches Format eine zugeschickte Pressemitteilung haben sollte.

Professionelles und kollegiales Verhältnis
Halten Sie sich an mit den Journalisten getroffene Absprachen, wie z.B. die Uhrzeit für ein Telefonat, das Format von Pressemitteilungen und das Liefern von Ergebnislisten. Zuverlässigkeit ist eine gute Basis für ein kollegiales Vertrauensverhältnis.

Zielgruppengerechte Formulierungen
Der PR-Verantwortliche des Vereins muss immer hinterfragen, wo der Nutzen für den Leser, Hörer, Zuschauer etc. ist. Seine Pressetexte sollten sprachlich und inhaltlich auf die Zielgruppe zugeschnitten sein. Eine zielgruppenspezifische Ansprache ist wichtig!

Unbedingt zu unterlassen sind:

- Nachfragen, ob ein Text angekommen ist und man auf eine Veröffentlichung hoffen darf!
- Bei einer Nichtveröffentlichung unfreundlich und unsachlich werden!
- Jeder Versuch der Einflussnahme auf die Berichterstattung!
- Falsche/geschönte Informationen!