

Richtlinien für produktive Pressearbeit

- 1.) Gute Kontakte sind das A&O für Öffentlichkeitsarbeit. Also: Kontakte in die Redaktionen sind Voraussetzung für ein „gedeihliches Miteinander“. Es ist von Vorteil, einen festen Ansprechpartner zu haben. Wenn Redakteur Meyer zuständig ist für Volleyball oder Interesse an dieser Sportart hat, sollte auch Redakteur Meyer angesprochen oder angeschrieben werden.
- 2.) Die Vorberichterstattung (Vorschau) auf eine Veranstaltung, z.B. ein Beachturnier, ist wichtiger als die Nachbetrachtungen. Mit Informationen v o r h e r wird Interesse geweckt, durch sie besteht die Möglichkeit, Zuschauer zu gewinnen, was wiederum für Teilnehmer und Sponsoren von Vorteil ist.
- 3.) Die Redaktion muss auf den Termin r e c h t z e i t i g hingewiesen werden – und nicht zwei Tage vor Beginn einer Veranstaltung. Hilfreich: Einen Terminplan mit allen geplanten Aktivitäten in der Redaktion einreichen – und jeweils am Montag vor dem Turnier-Wochenende noch einmal Kontakt aufnehmen.
- 4.) Die Presstext-Rohlinge sind nichts anderes als Text-Vorschläge. Die Chancen auf eine Veröffentlichung sind bei kleineren Zeitungen sicherlich größer als bei Regionalzeitungen oder überregionalen Blättern. Die Chancen steigen aber in jedem Fall, wenn die Redaktion wenig Arbeit mit dem eingereichten Manuskript hat. Also: In der Kürze liegt die Würze; und alle wichtigen Informationen (wann, wo, wer...) nach vorne.
- 5.) Bestehen gute Kontakte zu einem Redakteur oder einem Mitarbeiter der Redaktion, sollten diese auch genutzt werden. Es gibt genügend Journalisten, die auch an Volleyball Interesse haben. Sie müssen nur mit Infos gefüttert werden.
- 6.) Zuverlässigkeit ist alles: Wer einer Redaktion Informationen, Fotos, Ergebnisse etc. zusagt, muss sein Versprechen auch halten. Die Planung der Zeitung zielt darauf ab, wer einmal Absprachen nicht einhält, weil das Turnier vielleicht erst spät beendet war und die Müdigkeit größer war als die Lust auf Öffentlichkeitsarbeit, der muss sich nicht wundern, beim nächsten Mal auf Granit zu beißen.
- 7.) Bei größeren Veranstaltungen und entsprechendem Interesse einer Redaktion kann es ratsam sein, nach und nach neue Informationen weiterzugeben. Die Brisanz im Blatt steigt dann. Beispiel: Ein Vorbericht auf ein Beachturnier am Mittwoch, und am Freitag noch einige interessante Spielernamen, um die Veranstaltung noch einmal auf die Sportseite zu bekommen.
- 8.) Die Ansprechpartner für die Redaktion sollten vor einer Veranstaltung nicht zu oft wechseln. Wenn Herr Schmidt in Sachen Beachturnier dreimal mit Redakteur Meyer gesprochen hat, sollte beim vierten Mal nicht unbedingt Frau Müller bei Redakteur Meyer anrufen.
- 9.) Wenn Veranstalter das Interesse einer Zeitung nicht rigoros ausschließen können – Beispiel: die Neue Presse Hannover wird sicherlich keinen Fotografen zum D-Turnier schicken – dann sollten Redakteur/Mitarbeiter/Fotograf eingeladen werden. Hilfreich: Ansprechpartner nennen, eventuell einen groben Zeitraum für ein Foto angeben (beispielsweise Siegerehrung mit Sponsoren, Eröffnung). Absprache treffen: Ergebnisse des Turniers wann/wohin durchgeben?

Bitte um Mithilfe

Zum Aufbau eines Volleyball-Presseverteilers brauchen wir die Unterstützung vor Ort: Teilt uns bitte die Zeitung/en in eurem Verbreitungsgebiet mit. Dabei geht es nicht nur um Tageszeitungen, sondern auch um Anzeigenblätter.

Nennt uns bitte

- Name und Anschrift der Zeitung
- Ansprechpartner in der Sportredaktion
- Telefonnummer (Durchwahl)
- Faxnummer

Vielen Dank dafür!