

# PRESSE- & ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

---

Infos, Checklisten & Planungshilfen

# PRESSE- & ÖFFENTLICHKEITSARBEIT



## **Was ist eigentlich Pressearbeit?**

- über Medien bestimmte Zielgruppen anzusprechen
- redaktionelle Präsenz bietet hohe Glaubwürdigkeit



## **Wo finde ich Themen?**

- sorgfältige Planung ist wichtig
- welche Themen lassen sich ableiten aus
  - einem neuen Projekt
  - einer Auszeichnung
  - einer interessanten Personale
  - bevorstehenden Veranstaltungen



## **Welche Werkzeuge gibt es?**

- Pressemitteilung
- Presseverteiler
- Newsletter

# MEDIENTAUGLICHE THEMEN FINDEN PLANUNG



	JAN	FEB	MAR	APR	MAI	JUN	JUL	AUG	SEP	OKT	NOV	DEZ
✓ Start eines neuen Projekts												
✓ Auszeichnungen												
✓ Innovationen												
✓ interessante Personalie												
✓ bevorstehende Veranstaltungen												
✓ Jubiläum												
✓ wichtige Wettbewerbe												
✓ Fachpublikationen												

# DIE PRESSEMITTEILUNG

# DIE PRESSEMITTEILUNG

## NACHRICHTENWERT



### Nachrichtenelemente

#### Checkliste

Entscheidend für die Veröffentlichung ist der Nachrichtenwert.  
Dazu ordnen Journalist:innen eingehenden Meldungen Nachrichtenelemente zu.

- Aktualität
- Zeitgeist
- Nähe/Regionalität
- Fortschritt
- Prominenz
- Öffentliche Bedeutung
- Konflikte
- Emotionalität

### Hintergrundinformationen

#### Checkliste

Hintergrundinformationen können durchaus die Arbeit für Redakteur:innen erleichtern.  
Folgende Punkte sollten beachtet werden.

- die Information steht im Kontext zur Nachricht
- kurze Selbstdarstellung des Verbandes
- Übersicht der Hauptaktivitäten des Verbandes
- Nachrichtenwert steht über der „Imagepflege“

# DIE PRESSEMITTEILUNG

## AUFBAU



**familien selbsthilfe  
psychiatrie**  
Bundesverband der Angehörigen  
psychisch erkrankter Menschen e.V.

### PRESSEMITTEILUNG

Bonn, 10. November 2021

#### Postpartale Depression ist heilbar!

*15-20 Prozent aller Mütter erkranken an einer postpartalen Depression. Die Dunkelziffer ist hoch.*

Erschöpfung, tiefe Traurigkeit, Suizidgedanken: Für Mütter, die von einer postpartalen Depression betroffen sind, geht eine Welt unter. Ihre Partner:innen und Freund:innen sind verunsichert und ratlos. Mit diesem Projekt will der BApK betroffene Eltern und Angehörige unterstützen.

Mütter, Väter, Familienangehörige und Freunde finden auf der Webseite des BApK ab sofort umfangreiche Informationen. „Wir möchten mit unserem Projekt dazu beitragen, dass das Thema enttabuisiert wird und Betroffene und Angehörige schnelle und effiziente Hilfe erhalten“, sagt die Britta Scheufens, die selbst von einer postpartalen Depression betroffen war und heute als psychologische Beraterin Mütter und Angehörige unterstützt. „Die wichtigste Nachricht aber ist: Postpartale Depressionen sind fast zu 100 % heilbar!“

Das neue Angebot des BApK reicht von Selbsteinschätzungstests und bundesweiten Listen mit Fachberater:innen, bis hin zu Videos, in denen Betroffene, Angehörige und Profis offen über das Thema sprechen. Auch eine telefonische Beratung wurde eingerichtet.

Weiter Informationen: [www.bapk.de/projekte/postpartale-depression.html](http://www.bapk.de/projekte/postpartale-depression.html) .

Video betroffene Mutter ([Link zum Video](#))

Video betroffener Vater ([Link zum Video](#))

Video Hebamme ([Link zum Video](#))

Beraterin ([Link zum Video](#))

*Der BApK e.V. ist eine Selbsthilfeorganisation und Solidargemeinschaft von Familien mit psychisch erkrankten Menschen. Als Familien-Selbsthilfe Psychiatrie setzt sich der Bundesverband gemeinsam mit seinen Mitgliedern in Landesverbänden auf allen politischen und gesellschaftlichen Ebenen für die Verbesserung der Situation psychisch kranker Menschen und ihrer Angehörigen und Freunden ein.*

#### Kontakt:

Kerstin Trostmann

Leiterin Kommunikation und Projekte

mail: [trostmann.bapk@psychiatrie.de](mailto:trostmann.bapk@psychiatrie.de)

fon: 0228 71002404 oder mobil 0160 93896285

Oppelner Str. 130, 53119 Bonn  
Fon: 0228/71002400, Fax: 0228/71002429  
[bapk@psychiatrie.de](mailto:bapk@psychiatrie.de), [www.bapk.de](http://www.bapk.de)

IBAN: DE12 3705 0198 0002 2520 54  
Sparkasse KölnBonn, BIC: COLSDE33XXX  
VR-Nr. 20 VR 5250

--- **Headline**

--- **Subheadline**

--- **Teaser**

--- **Mitteilungstext**

--- **Abbinde**

--- **Kontakt-  
informationen**

--- **Briefpapier**

# DIE PRESSEMITTEILUNG

## FORMULIERUNGSSTIL



### Was Sie beachten sollten

#### Checkliste

- einfacher, sachlicher Ausdruck
- journalistischer Schreibstil
- mit Blick auf Leser:innen schreiben
- Stil des Mediums beachten
- nur vollständige Fakten kommunizieren
- aktive Formulierungen nutzen
- besser Verben statt Substantive
- Namen bei der ersten Erwähnung vollständig, dann nur noch den Nachnamen
- kein Eigenlob und Insiderwissen
- Verzicht auf Fremdwörter und unnötige Adjektive

**Viel Erfolg!**

# DIE PRESSEMITTEILUNG

## NICHT VERÖFFENTLICHT



### Welche Gründe gibt es und was können Sie tun?

Checkliste

1

#### Informationsflut in den Postfächern

- Termine (z.B. Redaktionsschluss) erfragen und beachten
- in der Redaktion nachfragen, welche Versandform bevorzugt wird
- eher vormittags versenden
- auf Größe der E-Mail achten
- auf unnötige Dateianhänge verzichten

2

#### Falsche Ansprechpartner:innen

- die richtigen Journalist:innen finden
- Informationen über Ansprechpartner:innen sammeln
- Beziehungspflege zu Redakteur:innen



# DER PRESSEVERTEILER

# DER PRESSEVERTEILER

## PRESSEKONTAKTE RECHERCHIEREN



### Recherchieren von geeigneten Medien

#### Checkliste

- Zeitungen
- Fachzeitschriften, Magazine
- Online-Portale
- Fernseh- und Radiosender
- freie Journalist:innen und Blogger:innen
- Medienvertreter:innen, z. B. Influencer:innen

### Die richtigen Ansprechpartner:innen finden

#### Checkliste

- Kontaktdaten über Website ermitteln
- zuständige Journalist:in erfragen
- ggf. kostenpflichtige Datenbanken nutzen

# DER PRESSEVERTEILER

## WICHTIGE INFORMATIONEN



### Welche Informationen sind wichtig?

#### Checkliste

Für jeden Kontakt empfiehlt es sich, die folgenden Informationen zu speichern. Nutzen Sie einheitliche Begriffe, damit Sie den Presseverteiler besser nach Schlagworten filtern können.

- Name der Journalisten
- E-Mail
- Telefonnummer
- Kontakte über Social Media
- Name der Zeitung, des Magazins, Senders oder Online-Portals
- Postanschrift
- Medientyp (Print, Online, TV, Radio)
- Ressorts, Themen und Zielgruppen
- Reichweite (regional, deutschlandweit, international)
- Veröffentlichungsturnus (täglich, monatlich usw.)
- Redaktionsschluss

# DER PRESSEVERTEILER

## VERTEILER PFLEGEN



### Beziehungspflege

#### Checkliste

Gute Beziehungen zu Journalist:innen sind sehr hilfreich. Versuchen Sie, aktiv Kontakte aufzubauen, ohne dabei aufdringlich zu sein. Zum Beispiel durch:

- telefonische Nachfrage, wenn keine Reaktion auf Pressemitteilung kommt
- im Gespräch weitere Interessen erfragen
- privatere Themen mit einfließen lassen (Familie, Urlaub, Hobby)

### Verteilerpflege

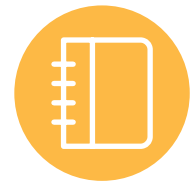
#### Checkliste

Ein aktueller Presseverteiler ist wichtig und sollte keine veralteten Informationen erhalten.

- neue Kontakte direkt in den Verteiler aufnehmen
- Änderungen von Daten direkt in der Verteilerliste aktualisieren
- einmal im Jahr alle Kontakte anschreiben und Kontaktdaten bestätigen lassen

# DER PRESSEVERTEILER

## VERSANDFORM



### Welche Versandform ist die richtige?

Versandform	Vorteile	Nachteile
Versand per Mail	<ul style="list-style-type: none"><li>• geringer Aufwand</li><li>• niedrige Kosten</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• E-Mail-Flut</li><li>• geringere Aufmerksamkeit</li></ul>
Versand per Briefpost	<ul style="list-style-type: none"><li>• für besondere Themen geeignet</li><li>• persönlich</li><li>• hochwertig</li><li>• aufmerksamkeitsstark</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• hoher Aufwand</li><li>• hohe Kosten</li><li>• zeitaufwendig</li><li>• für regelmäßige, aktuelle Pressearbeit wenig geeignet</li></ul>
Versand per Fax	<ul style="list-style-type: none"><li>• aufmerksamkeitsstark</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• deutlicher Mehraufwand</li></ul>
Mailing-Tool	<ul style="list-style-type: none"><li>• Versand an viele Adressat:innen</li><li>• Versand von Serienmails</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• persönliche Ansprache schwieriger</li></ul>

### Was ist noch zu beachten

#### Checkliste

- Größe der E-Mail
- keine unnötigen Dateianhänge
- Bildmaterial zum Download bereitstellen

# DER NEWSLETTER

# DER NEWSLETTER

## FORMALER AUFBAU



1

### Vertrauensvoller Absender

- direkt als Verbands-Newsletter erkennbar
- gleichbleibende Ansprechpartner:in

2

### Die Betreffzeile

- Neugier wecken
- auf Inhalt aufmerksam machen
- max. 80 Zeichen
- wichtige Informationen in den ersten 30 – 40 Zeichen

3

### Die Kopfzeile

- steht direkt unter dem Absender
- ist Verlängerung der Betreffzeile

# DER NEWSLETTER

## FORMALER AUFBAU



4

### Newslettergestaltung

- Template im Corporate Design verwenden
- Erscheinungsbild des Verbandes beachten
- gleichen Aufbau verwenden

5

### Persönliche Anrede

- Empfänger:innen mit Namen ansprechen
- passende Anrede wählen

6

### Der Teaser

- Thema ansprechen
- auf Highlights hinweisen
- nicht länger als 3 – 4 Sätze



# DER NEWSLETTER

## FORMALER AUFBAU



7

### Call to Action

- konkrete Handlungsaufforderung verwenden

8

### Die Fußzeile

- Impressum
- Abmeldelink
- Datenschutzerklärung
- Kontaktmöglichkeiten
- vertrauensschaffende Elemente
- Permission

9

### Zusätzlich zu beachten

- echte E-Mailadresse als Absender
- keine No-Reply E-Mailadresse

# DER NEWSLETTER

## NEWSLETTER-VERSAND



### Versandformen im Vergleich

Überblick

Versandform	Vorteile	Nachteile
Versand über E-Mail-Programm	<ul style="list-style-type: none"><li>• einfach</li><li>• kostenneutral</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• unkomfortabel</li><li>• rechtliche Grauzone</li></ul>
Versand über E-Mail-Dienstleister	<ul style="list-style-type: none"><li>• Vorlagen nutzen und erstellen</li><li>• Verteiler anlegen und pflegen</li><li>• Kampagnen vorplanen</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• evtl. monatliche Gebühr fällig</li></ul>
Versand über Website	<ul style="list-style-type: none"><li>• keine monatliche Gebühr</li><li>• ähnlich wie Mailing-Dienstleister</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• viel technischer Aufwand</li><li>• technisches Wissen notwendig</li></ul>

**Viel Erfolg!**

Oppelner Str. 130, 53119 Bonn  
Tel.: 0228 71002400  
bapk(at)psychiatrie.de

[www.bapk.de](http://www.bapk.de)

