

## Weiterführende Lektüre

Norbert Franck: Praxiswissen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Ein Leitfaden für Verbände, Vereine und Institutionen. Wiesbaden 2017 (dritte Auflage).

Jürgen Holtkamp: Fit für die Öffentlichkeitsarbeit. Das Praxishandbuch. Münster 2008.

Angela Kreis-Muzzolini: Medienarbeit für soziale Projekte. Ein Leitfaden für die Praxis. Frauenfeld 2000.

Impressum

Texte: Edith Siegenthaler

Übersetzung: Verena Ginobbi

Layout: Anne Sardemann



**Evangelische Frauen Schweiz (EFS)**  
**Femmes Protestantes en Suisse (FPS)**

Evangelische Frauen Schweiz (EFS)

Scheibenstrasse 29, Postfach 189, 3000 Bern 22

Tel. 031 333 06 08

E-Mail: [geschaeftsstelle@efs.ch](mailto:geschaeftsstelle@efs.ch)

Webseite: [www.efs.ch](http://www.efs.ch)



**Evangelische Frauen Schweiz (EFS)**  
**Femmes Protestantes en Suisse (FPS)**

## Merkblatt

### Öffentlichkeitsarbeit

September 2017

# Merkblatt

Haben Sie auch schon gedacht, dass es ihrem Verein helfen würde, wenn er bekannter wäre? Der einfachste und günstigste Weg dahin ist erfolgreiche Medienarbeit. Wir zeigen Ihnen in diesem Merkblatt wie Ihr Verein in die Zeitung, ins Radio und ins Fernsehen kommt.

## Wie funktionieren Medien?

JournalistInnen interessieren sich für alles was...

...**aktuell** ist, momentan in der Öffentlichkeit diskutiert wird.

...**neu** ist, die Öffentlichkeit bisher nicht wusste.

...**interessant** ist, den Leserinnen und Lesern wichtig erscheint.

Oft sind das Dinge, die dramatisch, emotional, folgenswer oder kurios sind.

... Leserinnen und Leser **persönlich angeht**, zum Beispiel regionale oder für sie nützliche Informationen.

## Wen kontaktiere ich?

Stellen Sie eine eigene Liste von E-Mail-Adressen von Medien zusammen. Die Adressen finden Sie auf den Websites oder in den Zeitungen unter „Impressum“. Überlegen Sie sich beim Sammeln der Adressen Folgendes:

- Welche Informationen möchte ich weitergeben? Lokale? Nationale? Zu einem bestimmten Thema?
- Gibt es auf diese Informationen spezialisierte Medien? Zum Beispiel Lokalblätter, Kirchenblätter, Fachzeitschriften, Zeitschriften mit Frauenthemen, Radio- oder Fernsehsendungen mit diesem Fokus etc.
- Welche Medien lesen, hören und schauen Sie selber? In welchen Medien müsste ihre Information stehen, damit Sie sie bemerken würden?
- In welchem Rhythmus erscheinen die Medien? Haben Sie Redaktionsschlüsse, die eingehalten werden müssen?
- Welche Journalistinnen und Journalisten haben schon einmal etwas zu ihrem Thema geschrieben?

## Wie ist eine Medienmitteilung aufgebaut?

- Datum und Logo
- Kurzer, prägnanter Titel
- Unter dem Titel in 3-4 Sätzen den Inhalt der Medienmitteilung zusammenfassen
- Im Lauftext Antworten auf die Fragen: Wer? Was? Wann? Wo? Wie? Warum? Wieviel?
- Im Lauftext ein direktes Zitat von der Kontaktperson
- Name, Funktion und Handynummer der Kontaktperson für weitere Auskünfte
- evtl. am Seitenende in einer Box in 2-3 Sätzen die wichtigsten Informationen zu Ihrer Organisation oder der Hinweis auf die Website Ihrer Organisation

## Was ist wichtig beim Schreiben einer Medienmitteilung?

- das Wichtigste an den Anfang
- kurze Sätze und kurze Wörter
- Verben brauchen, Nomen vermeiden
- Aktive Sätze („Wir organisieren“ statt „Es wird organisiert“)
- maximal eine A4-Seite
- konkret und anschaulich schreiben für Menschen, die das Thema gar nicht kennen

### Tipp: Erleichtern Sie JournalistInnen die Arbeit

JournalistInnen haben wenig Zeit. Sie sind darauf angewiesen, dass sie rasch verstehen, worum es geht.

Schicken Sie JournalistInnen Ihre Medienmitteilung als Word-Dokument. Dann können sie gute Sätze direkt daraus kopieren und weiterverarbeiten für einen Artikel.