

Checkliste Pressekonferenz

Die Pressekonferenz – oder Medienkonferenz, wie manche Radio- und Fernsehmacher lieber sagen – ist normalerweise der grösste Auftritt, den eine Firma oder Institution gegenüber den Medien haben kann. An einer Pressekonferenz entscheidet sich für eine Journalistin/einen Journalisten, ob die Firma oder Institution der Öffentlichkeit etwas zu sagen hat oder nicht.

Eine Pressekonferenz (oder PK, wie Journalisten und PR-Leute sagen) findet statt

- wenn man mit direkten Rückfragen interessierter Journalisten rechnen muss;
- wenn die üblichen Kommunikationsmittel wie Presstext und Pressebild keine genügend grosse atmosphärische Aussagekraft haben, wenn also eine Besichtigung oder eine Demonstration nötig sind, wenn eingeflogene Fachleute oder Prominente teilnehmen et cetera;
- wenn man einen prominenten, offiziellen Zeitpunkt schaffen möchte, auf den man sich später jederzeit berufen kann, wenn jemand sagt: «Wieso wurde die Öffentlichkeit in dieser Sache nicht informiert?»
- wenn man im Verdacht steht, der Öffentlichkeit etwas Wichtiges verschwiegen zu haben;
- wenn man Vertreter von mehr als vier Redaktionen im Umkreis von weniger als zehn Kilometer mit mehr als je zwei A-4-Seiten gleichen Inhalts beliefern muss;
- wenn die wichtigen Medien gleichzeitig anlässlich eines definierten Zeitpunkts informiert werden müssen

Doch für eine gelungene Pressekonferenz müssen auch firmen-/organisationsintern einige Kriterien erfüllt sein:

- die Verantwortlichen der Organisation/Firma haben sich für Öffentlichkeit und Offenheit entschieden;
- die Verantwortlichen sind bereit, selber den Kopf hinzuhalten. Stellvertreter – vor allem solche ohne Handlungskompetenzen – sind verboten;
- die Verantwortlichen sind bereit, nach der Pressekonferenz eine angemessene Zeit für Rückfragen erreichbar zu bleiben.

Die Reaktions-Pressekonferenz

Die Reaktions-Pressekonferenz drängt sich auf, wenn etwas Gravierendes – ein Unglücksfall, eine Katastrophe, folgenschwere Indiskretionen und ähnliches – passiert ist oder bei Veranstaltungen, an der unerwartet mehrere Journalisten auftauchen und berichten wollen.

Typische Merkmale:

- improvisierter, schlichter Eindruck
- fast nur die Aktualität zählt;
- Einladung per Telefon, Fax oder improvisiertem Plakat;
- Pressemappe nicht erforderlich; allenfalls ein bis zwei A-4-Blätter mit den wesentlichsten Erläuterungen sowie Namen, Telefonnummern et cetera.

Die Aktions-Pressekonferenz

Häufiger als die normalerweise improvisierte Reaktions-PK ist die von langer Hand vorbereitete Aktions-Pressekonferenz.

Termin und Dauer:

- Idealerweise beginnt die Pressekonferenz werktags (am geeignetsten sind Dienstag, Mittwoch und Donnerstag) um 10.30 Uhr;
- Eine für Journalisten angenehme PK bringt 30 bis 45 Minuten Informationen und lässt 20 bis 40 Minuten Zeit für Fragen.

Eine Pressekonferenz sollte an einem Ort stattfinden,

- der gut erreichbar ist (auch mit öffentlichem Verkehr);
- der ein möglichst öffentliches Image hat (in einem Saal beim Bahnhof, in einem Hotel; es sollten hier auch andere PKs stattfinden);
- der nur so gross ist wie nötig;
- der eine gute Akustik aufweist (vor allem für Radio- und Fernsehmacher wichtig).

Die Einladung sollte folgendermassen geschehen:

- schlichte Gestaltung;
- vom Inhalt so wenig wie möglich bekanntgeben, aber so viel wie nötig, damit die Journalistinnen und Journalisten kommen;
- bei wichtigen PKs fünf bis sechs Wochen vor dem Termin erste Ankündigung (eine A-4-Seite)
- für eine gewöhnliche Pressekonferenz reicht eine Einladung mit frankiertem und rückadressiertem Anmeldetalon zwei bis drei Wochen vor dem Termin; Variante mit ohne Apéro/Essen ankreuzen; eventuell Anfahrtskizze beilegen;
Vorsicht: Zeitschriften haben oft sehr lange Produktionszeiten! Sie müssen manchmal bis zu drei Monaten vorher informiert werden.
- eine Woche vor der PK nachfragen bei den Redaktionen, die keine Anmeldung/Abmeldung geschickt haben; Vorsicht: jede Art von Aufdringlichkeit vermeiden, keine Überredungsversuche, sondern fragen, ob die Informationen angekommen sind, und ob sie ausreichend sind; wenn die Redaktion kein Interesse am Besuch der PK zeigt, fragen, ob man nach der PK die Pressemappe oder eine vorbereitete Pressemitteilung schicken darf.

An einer PK wird gewöhnlich eine Pressemappe abgegeben. Sie

- liegt zu Beginn am Platz jedes Journalisten;
- liefert sauber gegliedert die wichtigsten Daten, Fakten und die zusammengefassten Ansprachen der Referenten; sie beantwortet die wesentlichen Fragen: wer? was? wie? wieso? wann? wo?
- Enthält korrekte und vollständige Angaben über wichtige Personen (Name, Vorname, Funktion, Telefonnummer usw.)
- hat einen Umfang zwischen acht und 20 Seiten;
- beinhaltet bei Bedarf Pressefotos (normalerweise schwarz/weiss für Tagespresse und farbig für Magazine/Fachpresse, 13x18 cm, mit angeklebter Bildlegende und Vermerk: «Abdruck honorarfrei»)
- wird normalerweise nicht vor der PK abgegeben; Ausnahmen gibt es für Medien mit kurzer Produktionszeit (wenn ein Radiomacher eine halbe Stunde nach Ende der PK seinen Beitrag abgeliefert haben muss) und nur, wenn ausgeschlossen werden kann, dass die Infos vor der PK an die Öffentlichkeit geraten.
- Die Mappe ist so beschaffen, dass Unterlagen nicht herausfallen, und dass sie auf Rundgängen als Schreibunterlage verwendbar ist.

Die Durchführung

- Bei der Programmgestaltung ist darauf zu achten, dass nicht nur die nackten Informationen zählen, sondern auch das psychologische Klima zwischen Informationsanbietern und Adressaten. Journalisten haben Erfahrung im Umgang mit Hochstaplern, Demagogen, Schauspielern, Worthülsen-Jongleuren und Interessenvertretern; was zählt, ist sachliche und freundliche Information.
- Alle, die Auskunft geben, werden schriftlich mit Vornamen, Namen und Funktion vorgestellt (Tafeln auf dem Tisch, eine Namenliste).
- Für die Anwesenden steht Mineralwasser, Kaffee und Salzgebäck auf dem Tisch.
- Während der Pressekonferenz geht eine Präsenzliste durch (mit den Rubriken Name, Medium).
- Eine möglichst neutrale Person moderiert die PK, begrüsst zu Beginn die Anwesenden, stellt die Referenten vor und sagt sie nachher einzeln an und ab.
- Die Referenten tragen ihre Ansprache frei vor und lesen auf keinen Fall einfach den Text ab, der in der Pressemappe liegt – tun sie das, beweisen sie, dass die PK überflüssig war und ein Versand von Pressematerial genügt hätte.
- Die Moderatorin/der Moderator beendet die PK, wenn alle Fragen beantwortet sind. Nicht alle Fragen werden gestellt werden, denn:
- Nach der offiziellen PK findet in kleiner Apéro statt, der Raum bietet für Zweiergespräche. Diese brauchen die Journalisten für exklusive Rückfragen (viele Journalisten wollen ihren Kolleginnen und Kollegen keinen Anhaltspunkt geben, in welche Richtung ihre Berichterstattung geht). Der Apéro sollte schlicht gehalten werden.
- Falls es ein Mittagessen oder Geschenke gibt, sollten sie angemessen sein und zum Thema der Pressekonferenz passen. Selbstzweck und Bestechungsversuche meiden.

Nach der Pressekonferenz

- Wer nicht gekommen kann, erhält schriftliche Unterlagen, wenn der Wunsch danach geäußert wurde.
- Die Verantwortlichen sind für eine gewisse Zeit erreichbar, falls den Journalisten beim Ausarbeiten der Beiträge zusätzliche Fragen gekommen sind (das geschieht nicht selten).

Die Pressekonferenz Punkt für Punkt:

1. Entscheiden, ob das Thema wichtig genug für eine PK ist.
2. Entscheiden, welche Referentinnen und Referenten eingeladen werden soll.
3. Entscheiden, welche Redaktionen und Freien Journalisten eingeladen werden (Nachrichten- und Bildagenturen nicht vergessen).
4. Entscheiden, ob Fachpresse getrennt von der Tagespresse eingeladen wird.
5. Termin festlegen.
6. Ort suchen.
7. Nach persönlicher Rekognoszieren geeigneten Raum buchen.
8. Einladungen versenden (an Strassenplan und Antwortcoupon denken).
9. Auf denjenigen Redaktionen nachfragen, die keine An-/Abmeldungen zurückgeschickt haben.
10. Referenten briefen und kontrollieren, ob sie das Briefing verstanden haben und sich seriös vorbereiten.
11. Pressemappe mit den Referaten zusammenstellen.
12. Überlegen und mit Referenten und weiteren Verantwortlichen besprechen, an welchen Punkten die Journalisten (kritisch) nachfragen könnten.
13. Moderator der Pressekonferenz festlegen.
14. Genauen Zeitplan für den Ablauf der Pressekonferenz erstellen und notfalls durchspielen.
15. Technische Hilfsmittel organisieren (Flip Chart, Hellraumprojektor, Video- und Fernsehapparat etc.).
16. Snacks und Getränke besorgen.
17. Tischordnung festlegen.
18. Namensschilder der Referenten herstellen. Wegweiser zum Pressekonferenz-Raum aufhängen.
19. Nach der PK Presstext an die nicht erschienen Redaktionen verschicken.
20. Am selben Tag: Radio-/Fernsehbeiträge aufnehmen. Am Tag darauf: Zeitungen kaufen und Beiträge über die PK ausschneiden.
21. Bericht mit Pressespiegel an die Verantwortlichen
22. Kritische Analyse des Anlasses, um die eigene Performance zu verbessern und Fehler zu vermeiden.