

Pressekonferenzen

Die Pressekonferenz gehört zu den klassischen Instrumenten der Pressearbeit. Sie eignet sich besonders, um komplexe Sachverhalte zu vermitteln, Verständnis zu wecken und Vertrauen zu schaffen. Allerdings sollte sie sehr gezielt eingesetzt werden: Nur wirklich wichtige Ereignisse mit hohem Nachrichtenwert sind Anlass für eine Pressekonferenz. Die Journalisten und Redakteure müssen ihren Redaktionsleitern plausibel machen können, weshalb sie dafür unter Umständen weit reisen und einen halben oder ganzen Arbeitstag investieren sollen. Pressekonferenzen ohne hohen Nachrichtenwert betrachten Journalisten als „Zeitdiebstahl“: Im besten Fall kommt keiner, im schlechtesten gibt es eine „miese Presse“ und zukünftige Einladungen werden ignoriert. Deshalb selbstkritisch prüfen, ob bei einem Thema nicht doch Pressemitteilung und Einzelgespräche die angemesseneren Mittel sind.

In der Regel organisiert und gestaltet die Pressestelle Ihres Instituts oder eine Agentur die Pressekonferenz. Diese laden Sie als Experten für das Podium ein und/oder informieren sich vorab bei Ihnen über das Thema und weitere Experten.

Das Podium

In der Regel sitzen auf dem Podium nicht mehr als vier Experten, jeder vertritt dabei einen anderen Aspekt des Themas. Der Pressesprecher oder PR-Berater übernimmt die Rolle des Moderators. Sollten Sie selbst einmal diese Rolle übernehmen: Der Moderator einer Pressekonferenz sollte nicht gleichzeitig als Experte auftreten. Seine Aufgabe ist es vielmehr, für eine gelungene Kommunikation zu sorgen. Er stellt die Experten vor, sorgt durch Fragen und gezieltes Nachhaken dafür, dass alle wichtigen Aspekte des Themas klar werden. Er achtet auf die Zeit und stellt sicher, dass alle Experten ausreichend zu Wort kommen und den Journalisten genug Zeit für Fragen und Antworten bleibt. Er erteilt das Wort und „fängt“ charmant und freundlich Experten und Journalisten ein, die sich zu weitschweifig äußern oder sich in Details und auf Nebengleisen des Themas verlieren.

Der Ablauf

Eine Pressekonferenz dauert 60 bis 90 Minuten. Die Experten haben ein Statement von in der Regel fünf Minuten vorbereitet, in dem sie die wichtigsten Fakten pointiert darlegen. Anschließend stellen die Journalisten Fragen. Legen Sie sich Formulierungen zurecht, welche die Journalisten als „belebende Zitate“ in ihre Artikel einbauen können.

Die Pressemappe

Journalisten sollten die wichtigsten Fakten und Thesen zum Thema zusätzlich „schwarz auf weiß“ in Form eines „Fact sheets“ nach Hause tragen können. Dies stellt sicher, dass sie schwierige Sachverhalte und Zahlen nachlesen können. Legen Sie geeignete Hintergrundinformationen in die Pressemappe sowie eine vollständige Liste aller Experten mit ausgeschriebenen Vor- und Nachnamen, Titeln, Funktionen, Instituten, Telefon- und Fax-Nummern, E-Mail- und Internet-Adressen. All dies vermeidet Fehler in den Berichten.

Die Pressemappe kann darüber hinaus die Statements der Experten, das Programm der Tagung und ansprechende Fotos oder Grafiken als druckfähige Vorlagen enthalten (mindestens 300 dpi in der Endgröße).