

Tipps für Ihre Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Pfarrer Joachim Gerhardt, Referat für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, KK Bonn



Eine gute Pressemitteilung

- Geben Sie Ihrem Text eine kurze **Überschrift** und der Veranstaltung einen einprägsamen **Namen**. So kann der/die Journalist/in Ihre Pressemeldung schneller einordnen
- Stellen Sie das **Datum** (Wochentag ausschreiben!) mit Uhrzeit und Ort besonders deutlich heraus: z.B. fett und abgehoben vom Text
- **Adresse** immer vollständig, auch bei „an sich“ bekannten Orten wie Kirchen
- Kirchengemeinde und Kirche bitte immer mit „**evangelisch**“ bezeichnen
- Vergessen Sie nicht: kein Name ohne **Vorname!** - auch bei Johann Sebastian Bach. Ohne Vornamen erscheint kein Name in der Zeitung!
- Terminankündigungen sollten die Redaktionen in der Regel **eine Woche** vor Veranstaltung erreichen (Ausnahme: Anzeigenblätter, Stadtmagazine u.ä., hier oft drei Wochen vorher oder noch früher)
- In der Regel reicht es, Ihre **Pressemitteilung** zu **mailen**. Zu Großveranstaltungen sollten Sie neben der Pressemitteilung auch eine **offizielle Einladung per Post** schicken
- Notieren Sie deutlich eine/n dann auch rasch erreichbaren **Ansprechpartner/in** für Rückfragen
- Kleiner **Dank** am Ende der Pressemitteilung für die Zusammenarbeit schadet nie

Ein gutes Plakat

- **Datum** fett und groß und immer **mit Wochentag** (prägt sich besser sein)
- Geben Sie Ihrem Konzert ein ansprechendes **Thema**
- Wenn **Bilder**, dann besser nur eines und das muss richtig gut sein. Das Plakat muss sich im Vorübergehen einprägen
- **Wiedererkennung** hat einen großen Wert: Nutzen Sie immer dieselbe Formatvorlage (Corporate Design). Noch besser: Lassen Sie sich von einem Grafiker einmal eine ansprechende Plakatvorlage mit Ihrem Signet und Schmuckfarben basteln, in die Sie Ihre Veranstaltung nur noch einkopieren müssen
- Hinweis auf **Homepage**, eventuell mit **QR-Code** (für Smartphone-Nutzer, und das werden immer mehr)

Ein gutes Programmheft

- immer Vor- und Zunamen unter die Fotos
- **luftig gestalten**. Das Konzert will nicht erschlagen. Die Optik des Programmheftes sollte es auch nicht. Übersichtlich muss es sein, damit sich der Lesende auch im Konzert (und bei Schummerlicht) zurecht findet
- Auch hier empfiehlt sich wie beim Plakat ein **Corporate Design**. Also immer dieselbe optische Anmutung. Tipp: Mehrfarbige, ansprechend gestaltete Umschläge vordrucken, in die Sie dann das konkrete Programm einheften
- Gruß- oder **Leitwort** immer mit Foto und Funktion des Autors
- Kurze **Hintergrund-Informationen** zum Inhalt oder zur musik- oder sozialgeschichtlichen Einordnung werten ein Programmheft sehr auf
- Hinweis auf weitere Konzerte und auf die Homepage nicht vergessen
- Nicht nur Hinweis auf **Förderverein** geben, sondern einen einladenden Aufruf schreiben, die Arbeit zu unterstützen möglichst mit konkreten Beispielen, was aktuell mit dem Geld passiert (Faustformel: Je konkreter, umso mehr Spenden)