

## INFO-BLATT: „PRESSEEINADUNG“

Einige Medien, wie Tageszeitungen, Fernsehen oder Hörfunk, planen in der Regel kurzfristig. Viele Faktoren, wie die tagesaktuelle Nachrichtenlage, spielen eine Rolle bei der Entscheidung, ob über ein Projekt oder eine Veranstaltung berichtet wird. Auch der Zeit-

punkt einer Veranstaltung spielt eine Rolle: Am Vormittag, um die Mittagszeit oder am frühen Abend können JournalistInnen in der Regel eher vor Ort Besuche einrichten als am Nachmittag (da zu dieser Zeit häufig die Produktionszeit für die Zeitung am Folgetag erfolgt).

### Tipps & Tricks

Es reicht aus, die Veranstaltungsankündigung oder Presseeinladung etwa eine Woche bis zehn Tage vor dem Veranstaltungstag zu versenden. Es ist üblich, die Einladung per E-Mail zu versenden. Neben den wichtigsten Fakten ist für JournalistInnen auch interessant, welche Personen vor Ort evtl. sprechen werden bzw. für Interviews bereitstehen (z.B. Personen aus Politik, Kultur, von Kolping ...). Bitten Sie um eine Rückmeldung zur Teilnahme.

## INFO-BLATT: „NACHBEREITUNG“

Sämtliche Informationen wie Pressemitteilungen und auch Fotos zu Aktionen und Veranstaltungen auf der Webseite veröffentlicht (bzw. als Download anbieten).

Überprüfen Sie welche Medien über Ihre Aktivitäten berichtet haben. Sammeln Sie die Artikel. Sie sind eine wichtige Dokumentation ihrer Aktivitäten. (Pressespiegel)

### Erfolgskontrolle:

- **Kontaktmessung**  
Anzahl der Teilnehmerinnen und Teilnehmer an Veranstaltungen, Entwicklung der Zahl der Newsletter-Abonnenten, Klicks auf die Website
- **Clippings**  
Dokumentation von Artikeln und ggf. TV- und Hörfunkbeiträgen (Clippings). Durch die Auswertung bekommt man einen Eindruck davon, wie eine Organisation in den Medien dargestellt wird.