

# „Akzeptanz und Vertrauen schaffen durch erfolgreiche Pressearbeit“

Themenhaus Christina Noky-Weber

Schulleiterdienstbesprechung am 3. September 2018

## 1. Allgemeines

Pressearbeit beruht immer auf Gegenseitigkeit. Große Firmen, Ministerien, Schulen brauchen die Medien als Multiplikator, um ihre Botschaften zu vermitteln. Journalisten brauchen Informationen, Stellungnahmen, um Stoff für Artikel, Film- bzw. Hörfunkbeiträge zu bekommen.

## 2. Aktive Pressearbeit

bedeutet: aktiv werden von der Schule Informationen an die Medien verbreitet

**Wichtige Grundlagen guter aktiver Pressearbeit sind Akzeptanz und Vertrauen:**

**Akzeptanz** hängt davon ab, wie gut es gelingt fachliche Entscheidungen und ihre Hintergründe zu vermitteln und nachvollziehbar zu machen.

**Vertrauen** in dem Sinne, Sympathie und Verständnis für sein Anliegen zu erzeugen, aber umgekehrt auch, dass sich die Schule auch bei Journalisten darauf verlassen kann, dass diese verantwortungsvoll mit vertraulichen Hintergrundinformationen umgehen.

**Was wollen wir mit aktiver Pressearbeit erreichen? :**

Positives Image: was sollen die Zielgruppen denken:

Journalisten: „Die Informationen der Schule sind gut aufbereitet, glaubwürdig und interessieren unsere Leser.“

Eltern: „Die Schule ist eine engagierte Schule und nimmt den Bildungsauftrag auf vielfältige Weise wahr.“

Erhöhung des Bekanntheitsgrads: Wenn oft über eine Schule in den Medien berichtet wird, ist es viel einfacher, Kooperationspartner oder Sponsoren für schulische Projekte zu finden.

Kontinuität Medienarbeit muss kontinuierlich sein, kleine Schritte, immer dann wenn ein aktueller und wichtiger Anlass besteht. Aber: nicht enttäuscht sein, wenn aus einer

Pressemeldung kein Artikel entsteht. Es besteht kein Anspruch auf Veröffentlichung, manchmal sind die „Seiten voll“ und andere Themen sind wichtiger. Nicht aufgeben!

### **Zielgruppen:**

- Medien als Multiplikatoren, eher lokal als Spiegel oder FAZ
- Eltern
- Entscheidungsträger in der Kommune. Nicht zu unterschätzen: bei Entscheidungen des Finanzausschusses in einer Kommune über Investitionen oder Zuwendungen spielt oft der Bekanntheitsgrad (häufig auch im Unterbewusstsein ) eine Rolle

### **Medien**

wichtig: einen Verantwortlichen/Stellvertreter für Pressearbeit auswählen, der/die dann persönlichen Kontakt zu Journalistinnen und Journalisten aufbaut.

Am besten bereits schon Kontakt, bevor es brennt. Einladung zur Schulbesichtigung, Einladung zum Kaffee etc.

Nicht unterschätzen: netter Kontakt auch auf persönlicher Ebene erschwert Artikel mit Zerriss.

PM bzw. Einladung immer per Mail. Wenn keine Reaktion auf mehrere Pressemitteilungen, telefonisch nachfragen.

Verteiler: wichtig: Anzeigen/Wochenblätter nicht vergessen, oft dankbar für Themen

### **Anlässe schaffen**

Immer überlegen: was macht mein Thema interessant? (Nachrichtenwert)

Beispiele: Schulwettbewerbe (Inklusiver Schulpreis, Schülerzeitungswettbewerbe), soziale Aktionen (Spendenlauf, Aktion Tagwerk, hier: immer Schülerinnen und Schüler miteinbeziehen! Besondere Leistungen von Schülerinnen und Schülern außerhalb der Schule z.B. im Sport oder Musik.

### **Gute Pressemitteilung**

Grundsatz: KISS (keep it short and simple), Wiedererkennbarkeit von der Optik maximal 1 Seite

- Journalisten kürzen Texte von hinten nach vorne. Deshalb: die Information, die lanciert werden soll, zuerst nennen.
- Verständlichkeit und Lesbarkeit ganz wichtig, also: kurze Sätze, wenige Kommata und Relativsätze, plastische Verben und keine Substantivierungen, keine Fremdworte oder Fachchinesisch.
- wörtliche Rede und Zitate lockern den Text auf

- Sie wollen informieren, nicht agitieren. Kritische Anmerkungen können im Zitat untergebracht werden.
- Ansprechpartnerin oder Ansprechpartner sollte für Rückfragen schnell und leicht durch den Journalisten erreichbar sein.

## 2. Reaktive Pressearbeit

bedeutet: Journalisten rufen an und bitten um eine Information oder eine Stellungnahme.

Grundlage ist Artikel 5 GG, der zahlreiche Grundrechte zur freien Kommunikation enthält. („Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten...“ Schranken: allgemeine Gesetze, Jugendschutz etc.

Pressefreiheit: beinhaltet auch Auskunftsansprüche der Medien gegenüber staatlichen Stellen.

**wichtig:** bei Anfragen nach Stellungnahmen: im Zweifel nicht sofort liefern, Rückruf anbieten, im Zweifel bei ADD nachfragen, rückversichern.

**Bei kritischen Situationen:** schriftliche, nicht telefonische Stellungnahme abgeben.

**Bei Interviews :** vor Abdruck autorisieren lassen.

**Bei vertrauenswürdigen Journalisten:** auch Äußerungen „off record“ möglich, um Hintergründe zu erläutern.

### Rechtsmittel „scharfe Munition“:

Gegendarstellung: verankert im Presserecht, Redaktion ist verpflichtet, GD abzdrukken innerhalb von drei Monaten, unverändert, an der Stelle, wo der Artikel abgedruckt war. Redaktion darf aber dazuschreiben, dass sie an ihrer Darstellung festhält.

wichtig. GD nur bei Tatsachenbehauptung, nicht bei Meinungsäußerung.

Unterlassungsanspruch: kann sowohl gerichtlich gegen bereits erfolgte Veröffentlichungen, als auch gegen erstmalig bevorstehende Veröffentlichungen geltend gemacht werden.

### Beschwerde Presserat:

Bei berechtigten Beanstandungen (unfaire, unwahre Berichterstattung) kann der Presserat eine Rüge aussprechen, die das gerügte Medium in seiner nächsten Ausgabe abdrucken muss.

## **Wichtig zu wissen:**

a. Bildnisschutz: Jeder/Jede kann grundsätzlich bestimmen, ob sein Bild in der Öffentlichkeit gezeigt werden darf.

### Ausnahmen:

- Personen der Zeitgeschichte,
- -Personen nur Beiwerk,
- Bilder von Versammlungen und Aufzügen
- Personen im Blickpunkt der Öffentlichkeit, bedeutet Personen, die in Bezug auf ein bestimmtes Geschehen punktuell in den Blickpunkt der Öffentlichkeit treten. Aber auch hier sind nur Bilder zulässig, die die Person im sachlichen und räumlichen Zusammenhang zeigen.

Bei Minderjährigen Einwilligung der Eltern notwendig.

b. Verletzung der Vertraulichkeit des Wortes: unzulässige Tonaufnahmen

c. Hausfriedensbruch: Straftatbestand