

Liebe Teilnehmer unseres Online-Seminars,

zu Beginn der Urlaubssaison möchten wir Ihnen eine relativ kurze, aber manchmal entscheidende Einheit unseres Online-Seminars vorstellen: Regeln für die Zusammenarbeit mit Journalisten.

Vieles davon wird Ihnen aus dem täglichen Umgang mit Ihren Geschäftspartnern selbstverständlich erscheinen. Dennoch gibt es einige Besonderheiten, auf die wir Sie gerne hinweisen möchten, um die Zusammenarbeit mit Medienvertretern zu erleichtern.

Viel Spaß beim Durchlesen und der Umsetzung wünscht Ihnen Ihr Zukunft Kino - ZPR-Team!

Teil IV – Thema dieser Einheit

Der Umgang mit Journalisten – Regeln für die Zusammenarbeit

Wir lüften sicherlich kein Geheimnis, wenn wir Ihnen sagen, dass Ihr wichtigstes Werkzeug in der journalistischen Zusammenarbeit der gute Ton ist. Neben **formalen Dingen**, die Sie einfach einhalten müssen, um mit Ihren Themen nicht aussortiert zu werden, ist **Sympathie** wie überall im Geschäftsleben ein wichtiger Faktor. Es gibt natürlich kein Patentrezept dafür, wie Sie bei Ihrem Gegenüber Sympathie erzeugen, aber auf folgende Punkte sollten Sie achten:

1. **Einen persönlichen Kontakt herstellen.** Natürlich ist es am einfachsten, jemandem Informationen per Post zu schicken oder einfach zu mailen, aber gerade wenn sich Ihre Zielmedien auf wenige entscheidende Kontakte konzentrieren, kommen Sie um einen persönlichen Draht nicht herum. Telefonieren Sie oder treffen Sie sich auch außerhalb anstehender Themen einmal persönlich. Dann gewinnt der Journalist nicht den Eindruck, dass Sie sich immer nur melden, wenn Sie etwas möchten.
2. **Genau hinhören und Service bieten.** Oftmals ergeben sich während eines Gesprächs Anknüpfungspunkte, die gar nichts mit Ihnen zu tun haben, z.B. wenn Ihnen der Journalist berichtet, was für Themen er gerade noch bearbeitet, zu welchen er Interviewpartner sucht, etc. Wenn Sie gut vernetzt sind, überlegen Sie doch einmal, ob Sie ihm da weiterhelfen können. Service erhöht Ihre Sympathiewerte schlagartig 😊 und hilft ganz bestimmt beim Unterbringen Ihres nächsten Themenvorschlags.

Neben diesen „weichen“ Faktoren gibt es ein paar **formale Regeln**, die Sie in jedem Fall beachten sollten:

1. Stellen Sie sicher, dass Ihre Kontaktdaten aktuell sind und in der Redaktion nicht eine falsche Person mit unnötigen Informationen „zugemüllt“ wird.
2. Achten Sie darauf, dass jeder Medienvertreter die Informationen in der von ihm gewünschten Form erhält. Wenn jemand auf Faxe schwört – auch das kommt ab und zu noch vor – wird er auf Emails nicht reagieren. Fragen Sie diese Dinge ab.
3. Halten Sie gemachte Zusagen unbedingt ein. Wenn Sie versprochen haben, Informationen zu einem bestimmten Zeitpunkt definitiv zu liefern, hat der Journalist sie vielleicht schon für ein terminiertes Thema eingeplant und kommt entsprechend in Schwierigkeiten, wenn er sie dann doch nicht erhält. So etwas kann man nur schwer ausbügeln.
4. Richten Sie sich bei Ihren Anrufen nach den Zeitfenstern des Redaktionsalltags. Im Tageszeitungsbereich erreichen Sie die Journalisten gut am Vormittag nach den Redaktionskonferenzen oder am früheren Nachmittag. Danach wird meistens im Endspurt an der nächsten Ausgabe gearbeitet.
5. Sorgen Sie dafür, dass nur die wirklich zuständigen und bei den Medien eingeführten Personen aus Ihrem Hause mit den Journalisten sprechen. Also bitte die Pressearbeit nicht an Praktikanten delegieren.
6. Bereiten Sie Informationen adäquat auf (siehe Teil I und II) und Termine gut vor. Im Zuge der Sparprogramme der Verlagshäuser in den letzten Jahren müssen immer weniger Mitarbeiter immer mehr Informationen bewältigen. Entsprechend sind Journalisten froh, wenn sie schnell und effizient an ihre Informationen kommen. Wenn sich ein Medienvertreter in diesem Punkt von Ihnen grundsätzlich gut „betreut“ fühlt, ist bereits viel gewonnen.
7. Bei der Wahrheit bleiben. Auch wenn man unangenehmen Themen manchmal gerne aus dem Weg geht, sollten Sie Journalisten nicht belügen. Das geht in Anbetracht so vieler Informationsquellen nur selten gut. Im Zweifelsfall heizen Sie das Interesse an einem kritischen Thema erst recht an.

Kritische Situationen

Sand im Getriebe der guten Beziehungen entsteht häufig, wenn trotz aller Mühe, die Sie sich gegeben haben, Veröffentlichungen platzen oder diese eine unerwartet andere oder negative Ausrichtung haben.

Hierzu folgende Hinweise:

Nachfassen - bei den Redaktionen oft unbeliebt, aber für Sie unerlässlich

Szenario: Sie halten ein Pressegespräch ab, Ihr wichtigster Medienvertreter ist zwar vor Ort, aber berichtet danach nicht.

Haken Sie nach – selbstverständlich professionell und freundlich – und klären Sie die Gründe. Es könnten z.B. tagesaktuelle Themen dazwischen gekommen sein. Fragen Sie offen, ob es einen alternativen Veröffentlichungstermin gibt oder wie die Veröffentlichung grundsätzlich noch „gerettet“ werden kann. Falls der Medienvertreter dazu evtl. einen neuen Anhänger oder weitere Informationen braucht, bieten Sie Ihre Unterstützung an. Dies wird Ihnen kein Journalist übel nehmen, letztendlich hat er ja auch Interesse daran, von ihm bereits recherchierte Informationen unterzubringen. Und bleiben Sie unbedingt dran. Irgendwann kommt die Veröffentlichung im Zweifelsfall durch die Aussicht zustande, dass Sie danach nicht mehr anrufen. ☺ Dies ist natürlich eine Gradwanderung.

Freigaben von Zitaten/O-Tönen und Artikeln

Hier liegt einiges an Konfliktpotenzial. Entschärfen kann man es ansatzweise dadurch, dass man im Vorwege klare Absprachen trifft. Grundsätzlich hat man gute Chancen, Zitate vor der Veröffentlichung noch einmal vorgelegt zu bekommen, den ganzen Artikel eher selten. Versuchen Sie daher aber zumindest, auf die Vorlage der Zitate zu bestehen. Damit steuern Sie schon einmal so weit wie möglich den Kontext der Veröffentlichung und senken das Risiko falscher Berichterstattung. Letztendlich haben auch die meisten Medienvertreter kein Interesse daran, Ihnen etwas Falsches in den Mund zu legen. Dies bedeutet aber natürlich auch, dass Ihre Aussagen grundsätzlich zitierfähig sein sollten. Wenn Sie selbst falsche oder kritische Informationen heraus geben, ist das Ihr Risiko.

Inhaltliche Vorbereitung

Bei schwierigen Themen sollten Sie den Journalisten bitten, Ihnen die Fragen möglichst vorab schriftlich zuzuschicken. Damit können Sie sich vernünftig vorbereiten und die Richtung des Interviews idealer Weise schon ein bisschen absehen. Dies ist eine realistische Bitte Ihrerseits, auf die Sie auch bestehen können. Sollte Ihr Gegenüber hierzu nicht bereit sein, sollten Sie intensiv überlegen, ob Sie das Interview geben wollen.

Wir hoffen, das Lesen dieser Einheit hat Ihnen Spaß gemacht.

Der **Telefontermin** zu diesem Teil findet am **Dienstag, 05.08.2008**, zwischen 11.00 – 13.00 und 15.00 – 17.00 Uhr statt. Sie erreichen uns unter den Telefonnummern 040-298135 -11/ -12/ -19. Sollten Sie verreist sein, können Sie uns selbstverständlich auch danach anrufen.

Ihnen eine schöne Urlaubszeit!

Ihr Zukunft Kino - ZPR-Team!