

*Katja Kraft
Münchner Merkur
Redakteurin Feuilleton*

*Tel.: 089/ 5306-429
Fax: 089/ 5306-8655
katja.kraft@merkurtz.de*

Pressearbeit – oder: wie gelingt es, dass über mein Haus berichtet wird?

Print - nicht zu verwechseln mit **ONLINE!**

Jedes Medienhaus hat inzwischen eigene Onlineredaktionen. Hier zählen vor allem KLICKS. Qualität fällt da oft hinten runter.

TIPP: Daher besser an die Printredaktion wenden, die ihren eigenen hochwertigen Artikel dann später selbst online stellt.

Der Redaktionsalltag. Oder: Wie gelingt es, nicht zu nerven?

Redakteure und Redakteurinnen sind keine Frühaufsteher. Die meisten Redaktionen starten am Vormittag zwischen 9 und 9.30 Uhr mit ihren Konferenzen.

SCHLECHTE ZEIT ZUM ANRUFEN!

Boulevardzeitungen drucken früher an als Tageszeitungen.

Das heißt: Bei einer Boulevardzeitung muss alles um 17 Uhr fertig sein, bei den Tageszeitungen gegen 18.30 Uhr.

Ab 16 Uhr deshalb wieder: **SCHLECHTE ZEIT ZUM ANRUFEN!**

Danach kann dann immer wieder aktualisiert werden. Die letzte Aktualisierung ist bei den meisten Zeitungen gegen 23 Uhr.

Am besten erreichbar und aufnahmefähig sind die Kolleginnen und Kollegen **zwischen 10 und 12 Uhr vormittags.**

Aber: Wie meldet man sich, um gehört zu werden?

- ➔ Am besten zunächst eine E-Mail schreiben (mit dem korrekten Empfänger! Schauen Sie sich die Zeitung, an die Sie sich wenden, vorher genau an.)
- ➔ Aber bitte nicht zwei Minuten später anrufen, um zu fragen, ob sie angekommen ist
- ➔ Wenn nach sieben Tagen noch immer keine Rückmeldung gekommen ist, telefonisch nachhören
- ➔ Generell gilt: jede E-Mail, die man sendet, sollte sein wie ein analoger Brief. Immer die Frage stellen: Hätte man das früher frankiert und zum Postkasten gebracht?

Und wie sollte eine solche E-Mail aussehen?

- ➔ War man bereits in Kontakt und möchte über eine generelle Veranstaltung informieren: Alle wichtigen Infos kurz an den Anfang stellen, weiterführende Informationen darunter.
- ➔ War man noch nicht in Kontakt, kurz und knapp das eigene Haus vorstellen und dann das Anliegen griffig umreißen.
- ➔ Wichtig: Melden Sie sich nicht zu knapp vor dem Termin, über den berichtet werden soll, aber auch nicht mit zu viel Vorlauf. Drei bis vier Wochen sind eine gute Zeitspanne.

Welche Themen könnten interessieren?

- ➔ Lokaler Bezug!
- ➔ Auch kleine, feine Randaspekte (Yoga im Museums-Ausstellungsraum, Drehen eines neuen Imagefilms), das, was nicht an den Litfaßsäulen steht
- ➔ Anlässe im Blick haben! (Karfreitag: Bild aus der Sammlung „Beweinung Christi“, Weihnachten: Mitgliedschaft im Freundeskreis, das perfekte Geschenk für Menschen, die neu in der Stadt sind)
- ➔ Interessante Personen mit Geschichten verbinden (Galerie der Künstler*innen: „Erste Jahre der Professionalität“, wie lebt es sich denn als junger Künstler/ als junge Künstlerin in München?) Merke: Über Menschen und Gefühle verkauft sich jede Geschichte am besten