

Vorwort

Der Umfang der Pressearbeit in Firmen, Organisationen und PR-Agenturen nahm in den vergangenen Jahren ebenso zu wie deren Professionalität. Gleichzeitig veränderte sich die Medienlandschaft und verändert sich weiter. Dadurch nehmen die internen und externen Anforderungen an die Pressearbeit weiter zu. Immer kurzfristiger muss auf Anforderungen und Entwicklungen reagiert werden.

In dieser Situation müssen Antworten auf handwerkliche Fragen griffbereit sein. „Das kleine A - Z der Pressearbeit“ informiert kompakt, praxisorientiert und übersichtlich über die 100 wichtigsten Begriffe: Über Abgabepflichten, Bildunterzeilen und Copyright ebenso wie über Vertraulichkeit, W-Fragen und Zitate. Berücksichtigt wurden auch die Begriffe, die im Internetzeitalter in der Pressearbeit wichtig sind, wie Dateiformate, Pressebereiche und -portale. Natürlich auch solche, bei denen es in der Praxis häufiger zu Mißverständnissen kommt, wie bei Berichtigungen und Gendarstellungen.

Wegen des chronischen Zeitdrucks in der Pressearbeit wurden die Angaben auf die drei Punkte komprimiert, die sich bei meinen Teilnehmern in weit über 100 Pressearbeits-Seminaren und in meiner Pressearbeit als die wichtigsten erwiesen. Beantwortet werden „wie ist die Reihenfolge“ und „was ist zu beachten“. Zahlreiche Querverweise stellen Zusammenhänge her und führen zu weiteren Facetten des Themas. Ziel war es, dass Antwort zur genauen Fragen möglichst schnell gefunden werden. Soweit möglich wurden diese ergänzt durch die Nennung von Synonymen, englischen oder deutschen Übersetzungen, Zahlen,

eine Adresse oder einen Hinweis auf weiterführende Informationen.

Auf vieles musste verzichtet werden, um hohen Nutzwert auf kleinstem Raum zu bieten. Nicht nur auf Definitionen und Anekdoten, sondern auch auf historische, medienpolitische und wissenschaftliche Einordnungen. Auf einiges schwereren Herzens. Aber wer sich über konkrete Arbeitsschritte schnell informieren und diese nachschlagen möchte, mag keine Umwege.

Wie ist nun die schnellste Reihenfolge?

1. Informationen zum Stichwort lesen.
2. Mit eigenen Erfahrungen und denen der Kollegen abgleichen.
3. Vorgeschlagene Reihenfolge berücksichtigen oder modifizieren.

Was ist zu beachten?

1. Zusammen mit den Medien entwickeln sich die Arbeitsweisen und Bedingungen der Pressearbeit weiter.
2. Langfristig gewinnt die Pressearbeit, die auf Informationen und Fairness statt auf verdeckte Werbung setzt.
3. Redaktionen sind unterschiedlich strukturiert, Medien und Journalisten arbeiten nach verschiedenen Kriterien: Abweichende Hinweise und Anforderungen einer Redaktion gelten im Zweifel zumindest für diese.

Viel Erfolg mit Ihrer Pressearbeit!

Viola Falkenberg