

Anette Schnoor
Coaching & Kommunikation
www.anette-schnoor.de

Kommt das in die Zeitung?

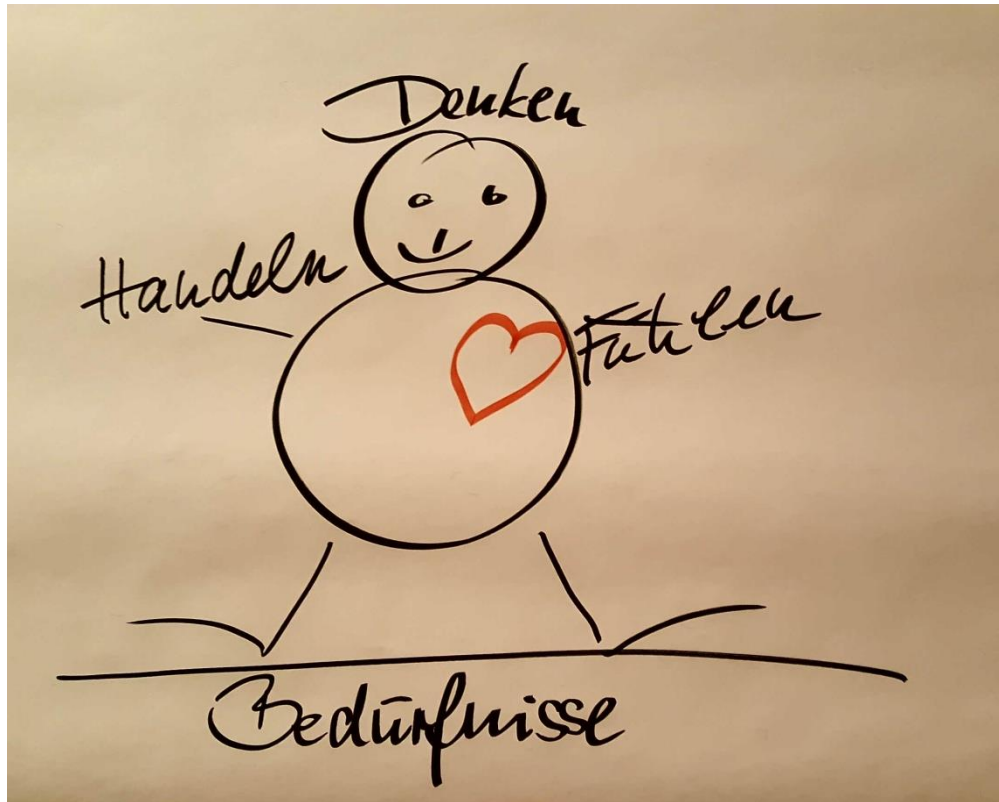
Klar kommunizieren für die Presse –
Respektvolle Pressearbeit ist wirksam

Anette Schnoor
Coaching & Kommunikation:

Kommt das in die Zeitung –
klar kommunizieren für die
Presse

Inhalt

Einige Gedanken vorweg
Begriffsklärung
Zielsetzung
Ansprache
Motivation
Fazit



Einige Gedanken vorweg

„Wir können nicht nicht kommunizieren.“ (Paul Watzlawick 1921 - 2007)

> Jede Regung zeigt Wirkung

„Der Mensch kann zwar tun, was er will, aber er kann nicht wollen, was er will.“

(Arthur Schopenhauer 1788 - 1860)

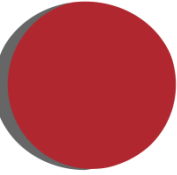
> Mit jeder Wirkung beeinflussen wir den Willen



Anette Schnoor
Coaching & Kommunikation:
Respektvolle Pressearbeit

Begriffsklärung

Pressearbeit &
Respektvolle Kommunikation



Kultur gegen Landflucht

Kreis Nordfriesland bewirbt sich um millionenschweres Modellprojekt des Bundes

HUSUM Wie können Kulturangebote im ländlichen Raum helfen, die Landflucht einzudämmen? Dieser Frage geht das Modellvorhaben „Kultur stern Nordfriesland“ im Rahmen der Bundes-Initiative „Trafo - Modelle für Kultur im Wandel“ nach. Auftraggeber ist der nordfriesische Kreistag. Unterstützung wird das Projekt von den Musikern Kalle Johansson, Ulf Meyer und Lar Hansen, die fünf „Sternstunden“-Konzerte geben werden.

„Wir bereiten gerade ein ziemlich spannendes Projekt vor.“

Schleswig-Flensburg

Junge Wilde und alte Hasen

Glashaus-Konzerte bringen Nachwuchsmusiker und Showprofis auf eine Bühne



Richard Wester und Taty Großmann freuen sich auf das Glashaus-Koncert 2019.

Von Anette Schnoor

STEINBERGERICHTE Die sind Kult und weit über das Kreisgebiet hinaus bekannt: Die Glashaus-Konzerte in Quorn/Steinbergfläche. Einmal im Jahr lädt Musiker Richard Wester hier zu zwei besonderen Abenden in das eher Gewächshaus auf seinem Grundstück ein. Und in jedem Jahr kommen mehrere Hundert Zuschauer und zahlreich Musiker, um die liebe- und anspruchsvoll arrangierten Konzerte zu erleben. So soll es auch in diesem Jahr wieder sein, wenn sich am 26. und 29. Juni die sommerliche Nacht über das Glashaus legt und Kerenes die „Junge in fast magisches Licht tauchert“, verspricht Wester und freut sich ähnlich auf das „Open Air unter Dach“, das in diesem Jahr eine spezielle Crossover-Produktion sein wird.

„Crossover“ als Verbindung verschiedener Musikstile ist dabei nichts Neues, im Glashaus aber eine Selbstverständlichkeit. „Crossover“ als Verbindung von Musikern verschiedener Generationen dagegen ist ungewöhnlich und bringt ordentlich Energie in die Sache. So führen Kerenes, Wester, Scherberg, und Richard Wester dem diesjährigen Glashaus-Koncert gemeinsam entgegen, beide so, als wären die etablierten Profis des „Jazzistic Island Orchestra“ in einem Wettbewerb auf die jungen Wilden von „Matinambor“, dem ungewöhnlich besten Trio aus dem Steinberger Musikwerkstätten.

Einen Wettbewerb wollen die Beteiligten dann aber doch nicht ausrichten. „Auch wenn ich mir sicher bin, dass

die jungen Talente aus alten Hasen ordentlich Zunder gehen werden“, sagt Wester, und Bismann lächelt zustimmend. „Matinambor“ Chefin Taty Großmann ist in der Region als talentierte Schlagwerkerin bekannt, und die ungewöhnliche Besetzung ihres Trios mit Cajon und Marimbaphon (Großmann), Trompete und Flügellohn (Olav Garber) sowie Gitarre (Michael Dreyer) verspricht Power und eine Hörvergnügen irgendwo zwischen Folk, Pop und Jazz.

2019 spielen eine ziemlich bunte Mischung“, gibt die Musikerkollegin nicht nach. „Es kann den Auftritt kaum erwarten. 2019 freuen wir uns wahnsinnig drauf, dass wir das Projekt, die erste Location-

sin sind Richard echt dankbar, dass wir die Chance bekommen, als Vorgruppe und im Finale zu spielen.“

„Ich bin mir sicher, dass die jungen Talente aus alten Hasen ordentlich Zunder geben werden.“

Richard Wester

Matinambor

schweins. Die Erfassung der Schweinebestände und der Aufbau einer eigenständigen Rassenbank begann im Jahr 1930 und 1939 kaufte der Verein insgesamt zehn Eber der Wessau-Süddeck-Rasse und stellte sie seinen Mitgliedern für die

Schleswig-Flensburg

„Ein liebenswertes Geschöpf“

Nicklas Itzke von der Arche Alte Eule in Kappeln züchtet Angler Sattelschweine / Vorsitzender des Fördervereins zu Gast

Von Hans-Joachim Köhler

KAPPELN Angler Sattelschweine sind eine schützenswerte Rasse. Einer, der den Sattelschweinen einen vorzüg-



liebenswert ist das Angler Sattelschwein.

FOTOS: KÖHLER

in Munkbrunten sich einige itelschwein ist es Geschöpf? seinen Zweifel Die Menschen Erhalt der Rasse wurde in Anglerverein ge-

„Schweinezuchtverband und von der Kulturstiftung des Kreises Schleswig-Flensburg unterstützt, außerdem von Vereinen und Einzelpersonen, die Mitglied geworden sind. Durch die Gründung des Vereins ist laut Iversen die Nachfrage nach Schlächter- und Zuchtieren so angestiegen, dass sie kaum noch befriedigt werden kann. Ein großer Teil der Sattelschweine wird von Hobbyzüchtern gehalten, meistens nur mit einer kleinen Anzahl an Tieren. Allerdings



Fördervereinsvorsitzender Heiner Iversen (l.) und Züchter Nicklas Itzke (r.) mit einem Angler Sattelschwein. Foto: Anette Schnoor

Oliver Lück kommt nach Stapel

Veranstalter ist die Gemeindeförderung Stapel. Die Lesung findet im Rahmen der Reihe „Kultur im Ohlsenhaus“ statt.



Autor Oliver Lück. FOTO: PAPU PRAMOD MONDHE

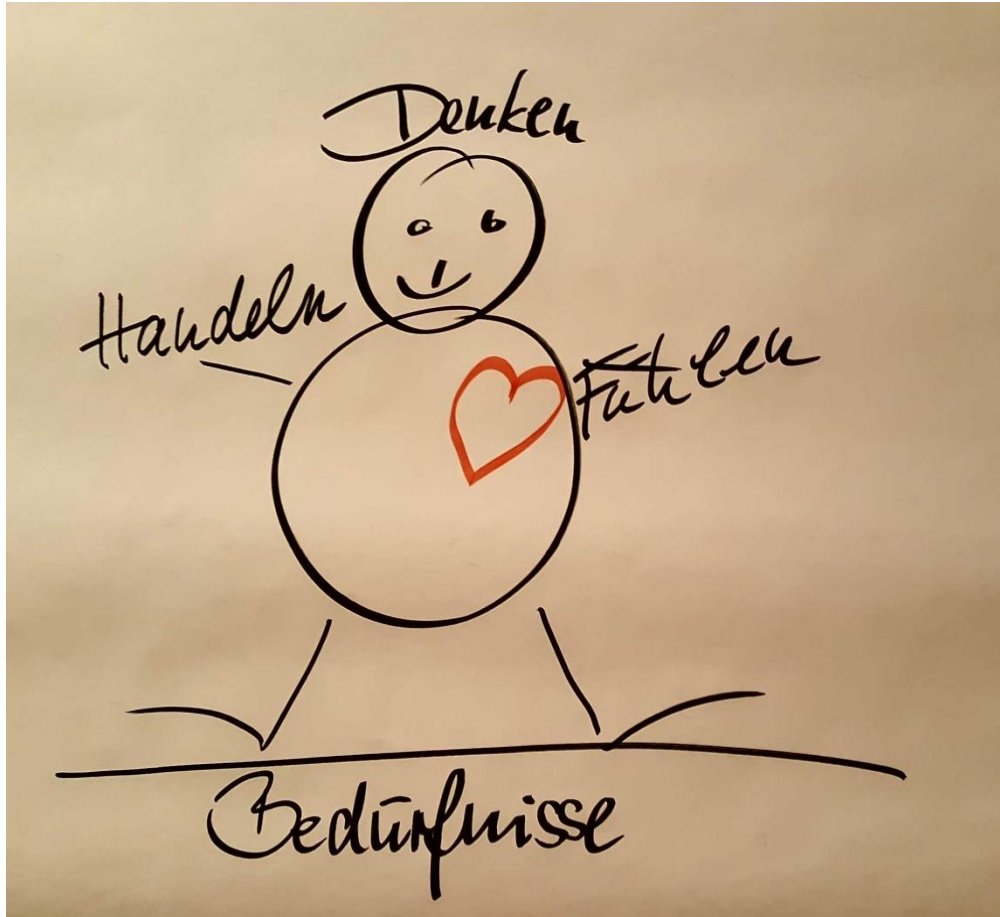
die auf jeden Fall den Schlüssel, auf der Bühne zu bestehen“ und zwar auch neben solchen weltläufigen Musikern, wie sie das „Jazzistic Island Orchestra“ mit ihrem „Komplexion“. Wie kam es zum gemeinsamen

gedungen. Von diesen haben sich 29 herdbuchmäßig der Zucht verschrieben. 92 Sauen und 27 Eber sind mit der „Produktion“ von Nachwuchs beschäftigt. Durch ein besonderes Testverfahren wird derzeit ermittelt, ob sich mit speziellem Futter die Fettschicht der Tiere noch weiter abspecken lässt. Um Inzucht zu vermeiden, befürworten die Züchter zudem einen Austausch von Sauen und Ebern mit anderen Kollegen. Insgesamt gesehen nimmt die Nachfrage nach dieser guten Fleischqualität zu. Heiner Iversen hofft, dass es vielen munder- und folglich bald „in aller Munde“ ist.

Pressearbeit ist...

> werbende Medienarbeit

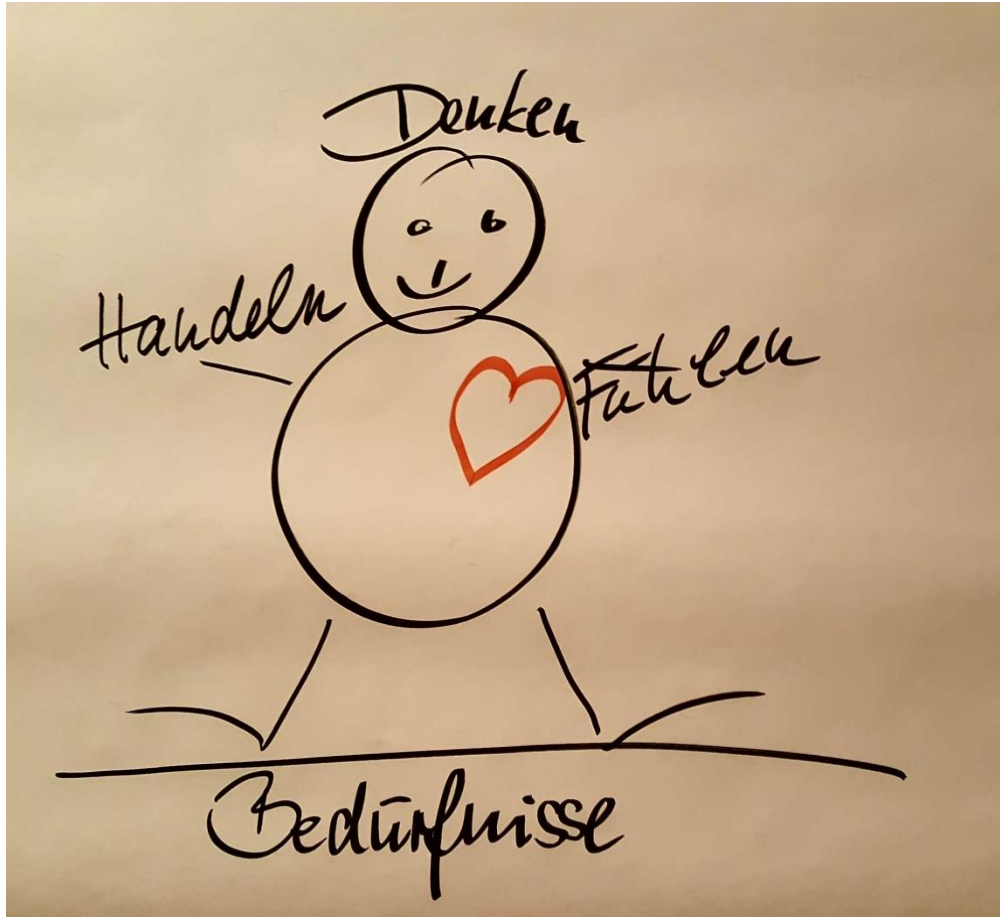
- für Veranstaltungen
- für Werkleistungen
- für das Image
- politische Ziele



Respektvolle Kommunikation

Kommunikation = Abgabe und Austausch von Informationen

respectus = Rücksicht, d.h. einen besonderen Blick auf die hinter der Kommunikation liegende Motivation bei allen Beteiligten (auch bei sich selbst) zu haben



Respektvolle Pressearbeit
bezieht das

- **Denken** (Zielsetzung)
- **Handeln** (Ansprache)
- **Fühlen** (Motivation)

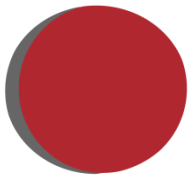
aller Beteiligten mit ein.



Anette Schnoor
Coaching & Kommunikation:
Respektvolle Pressearbeit

Zielsetzung

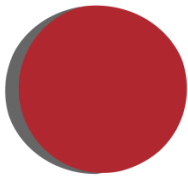
Was Respektvolle Pressearbeit leisten kann
und was es dafür braucht



Ziele der Pressearbeit

- eine breite Öffentlichkeit über Angebote (Veranstaltungen), Themen informieren
- Politik überzeugen, gewünschte Ziele umzusetzen
- Image aufbauen / Akzeptanz für Themen befördern
- Ehrenamtliche motivieren
- (....)

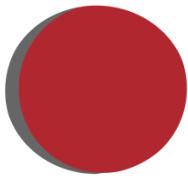
> **für Vertrauen und Bekanntheit sorgen**



Instrumente der Pressearbeit

- Pressemitteilung oder -konferenz auf Grundlage einer strategischen Jahresplanung
- Veranstaltung (ermöglichen ungezwungene individuelle Gespräche mit einer zuvor bestimmten Zielgruppe, bieten u.a. Sponsoren eine Darstellungsplattform)
- eigene Informationsmedien, Print und Digital (sind ständig für jedermann erreichbar, auch für den Redakteur)
- individuelle Ansprache (nehmen Rücksicht auf die Interessen Einzelner)

> Kommunikation auf verschiedenen Kanälen



Strategie hinter der Pressearbeit

- Jahresplanung für Pressearbeit / Veranstaltungen: Themen aktiv setzen
- eigene Informationsmedien, Print und Digital: Zu jeder Zeit aktuelle Informationen für jedermann bereitstellen
- Kenntnis über die richtigen Ansprechpartner für das Zielmedium
- Die hohe Kunst: Eigene Zielgruppen über Presseartikel individuell ansprechen (Kulturinteressierte, Sponsoren & Spender)

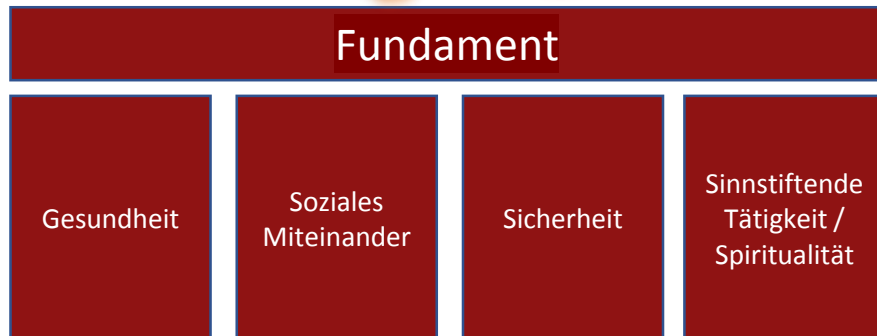
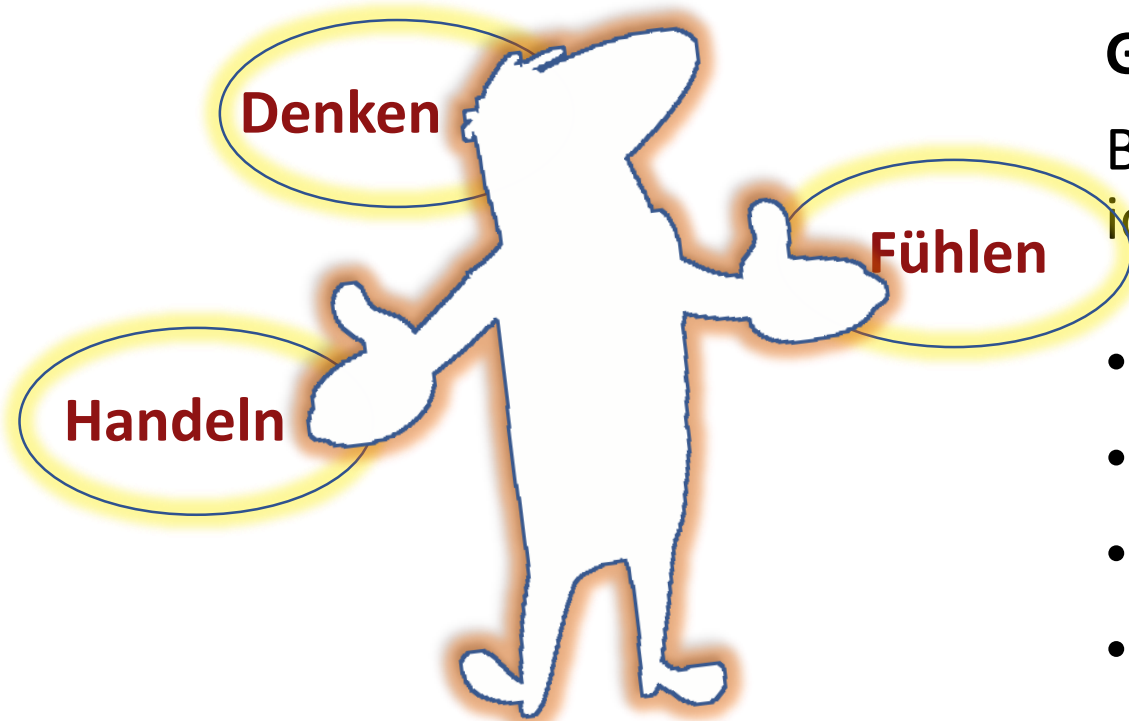
> Behalten Sie Themen, Ansprechpartner, Zielgruppen und zeitliche Zusammenhänge im Blick!



Anette Schnoor
Coaching & Kommunikation:
Respektvolle Pressearbeit

Ansprache

den Informationsfluss gestalten –
eine empfängergerechte Ansprache wählen



Ganz wichtig: den Menschen sehen

Bevor ich einen Pressevertreter anspreche, brauche ich Klarheit:

- Welche Information will ich wo platzieren?
- Welche(n) Ansprechpartner*in wähle ich dafür?
- Über welches Medium erreiche ich sie oder ihn?
- In welcher Situation ist meine Ansprechpartner*in?
- Was kann und will er/sie tatsächlich leisten?
- Was braucht er/sie dafür?
- Welche Sprache spricht er/sie? (z.B. gendergerecht?)



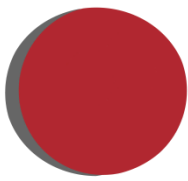
Wie sieht's aus in der Redaktion?

- Digitalisierung sorgt für starke Verunsicherung in der Branche, besonders im lokalen Zeitungsbereich.
- sehr wenig Personal für sehr viel Arbeit
- Ein Redakteur bedient verschiedene Medienkanäle für Print, Bewegtbild und Online.
- Für eigene Recherchen und Geschichten bleibt kaum Zeit.
- Redaktionen brauchen gut aufbereitetes Informationsmaterial und Partner, mit denen kurze informative Gespräche Spaß machen.



Selbst ein guter Partner sein

- **erreichbar:** auch und gerade in den Abendstunden
- **informiert:** klare Kenntnis von Zielgruppen & Zuständigkeiten, eigenen Themen
- **fleißig:** Presseverteiler aufbauen und Kontakte pflegen
- **kompetent:** sicher im Texten und Fotografieren oder in der Auftragsvergabe
- **medienzugewandt:** Homepage / soziale Netzwerke pflegen
- **rücksichtsvoll:** die Rechte (UrheberR, PersönlichkeitsR, VG Wort, KSK) und Bedürfnisse aller Beteiligten wahren
- **sprachbewusst:** Die Zielgruppe unabhängig von eigenen Vorlieben in der Sprache ansprechen, die sie bevorzugt (sonst entstehen unnötige Barrieren, s.o. z. B. Gendersprache)

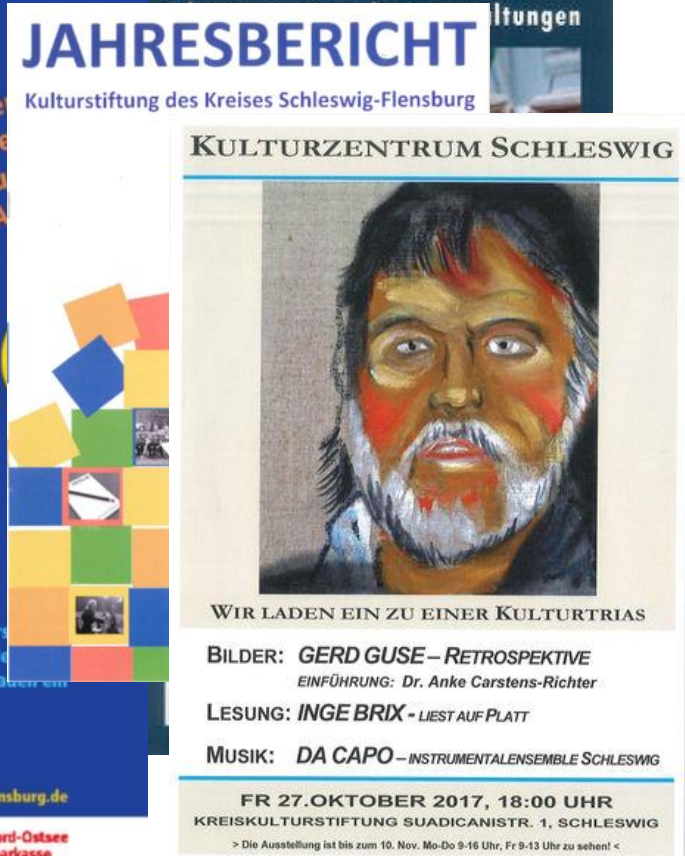


Die Homepage als hilfreiches Instrument der Pressearbeit

- schnell zu finden, schnell bedienbar, übersichtlich und informativ: Frontpage ist wichtig!
- Bilder (jpg in druckbarer Größe), Informations- und Zahlenmaterial sollten aktuell und zum Download bereit stehen.
- Link zur Homepage-Adresse gehört in jede E-Mail
- Verlinken Sie gegenseitig auf Ihre Homepages im Netzwerk.



KREISMUSIKSCHULE
SCHLESWIG-FLENSBURG
KULTURSTIFTUNG
DES KREISES SCHLESWIG-FLENSBURG



Exkurs: Eigene Publikationen

- Texten und gestalten Sie für den Empfänger, nicht für sich selbst!
- Das Medium ist abhängig von Ihrer Zielgruppe:
 - Flyer Broschüren / Magazine können eine breite Öffentlichkeit oder ein besonderes Zielpublikum informieren: Es kommt darauf an, wo sie ausliegen.
 - Soziale Netzwerke bieten zielgenaue Ansprachemöglichkeiten. Die Arbeit mit Bildern emotionalisiert.
 - Postkarten können gute Träger für schnell zu erfassende Informationen sein.



Exkurs: Textdrehler

- kurze Sätze (weniger als 14 Wörter)
- Nebensätze nur im Notfall
- aktiv statt passiv schreiben
- -ung- Endungen vermeiden
- Adjektive nur, wenn sie Sinn machen („rot“ + , „schön“ -)
- Hilfsverben, -konstruktionen vermeiden
- schreiben Sie wie Sie sprechen
- Fremdwörter nur im Notfall
- Keine Floskeln: etwa „das Tanzbein schwingen“ oder für das „leibliche Wohl sorgen“
- keine Füllwörter (keine Modewörter)
- Sorgfalt mit Sprachbildern („Ziel gelungen!“)
- Wortwiederholungen vermeiden
- inhaltliche Wiederholungen vermeiden
- auf Hervorhebungen verzichten
- Ausrufezeichen sparsam einsetzen
- Redundanzen vermeiden (*Ich denke, ich meine....*)

Kein Text ist perfekt. Versuchen Sie nicht, ihn perfekt zu machen. Wenn Sie sich an die Textdrehler-Regeln halten, ist der Text sprachneutral und gut.



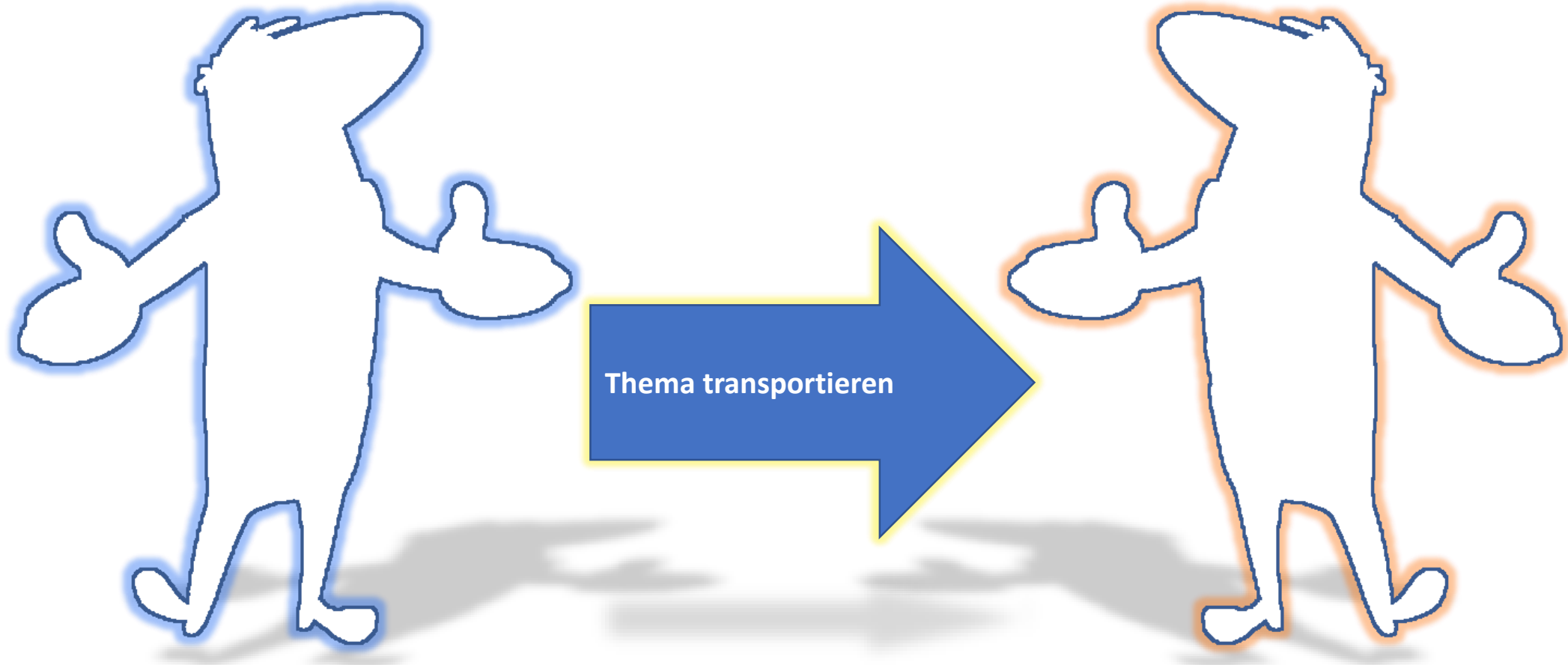
Anette Schnoor
Coaching & Kommunikation:
Respektvolle Pressearbeit

Motivation

den Ansprechpartner im Blick



Motivieren Sie den Pressevertreter im Kommunikationsprozess



Koordinator erwartet Handlung beim Redakteur

Redakteur verfolgt eigenes Ziel



Motivieren Sie die Beteiligten im Kommunikationsprozess



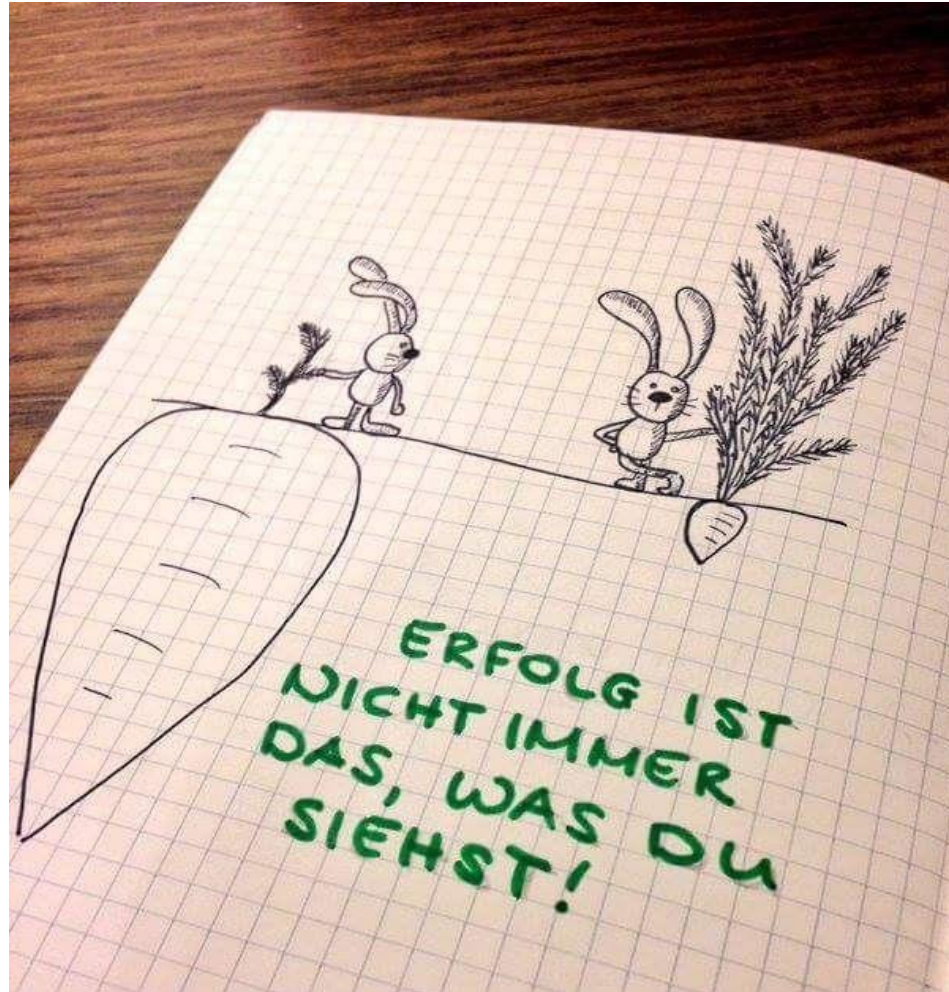


Anette Schnoor
Coaching & Kommunikation:
Respektvolle Pressearbeit

Fazit

Pressearbeit braucht

- viel Zeit und Aufmerksamkeit.
- Einen aktuellen, individualisierbaren Presseverteiler.
- informative, aktuelle eigene Medien.
- Klarheit über das eigene Ziel.
- eine bewusste Zielgruppen-Ansprache.
- eine motivierende Wirkung auf die Zielgruppe.
- viel Menschenkenntnis.
- Kenntnis von und Respekt vor der Situation, in der sich der angesprochene Presse-Partner befindet.
- einen gut erreichbaren, kompetenten Öffentlichkeitsarbeiter, der schnell und gut Informationen liefert.



Und ganz wichtig: Nachsicht! (auch mit sich selbst)

„Puhhhh, das waren ganz schön viele Informationen. Das kann ich gar nicht alles aufnehmen.“

Macht nix.

Kommt Zeit, kommt Übung.

Anette Schnoor
Coaching & Kommunikation
www.anette-schnoor.de

Danke für Ihre
Aufmerksamkeit!

**Mit allem gebotenen Respekt –
klar kommunizieren für die Öffentlichkeit**