

## PRESSETERMINE

# Handreichung Öffentlichkeitsarbeit

### Liebe Projektpartner\*innen,

wie Sie den Informationen zur Stiftungsphilosophie auf unserer Homepage entnehmen können, legen wir Wert darauf, dass über die von uns geförderten Projekte auch berichtet wird: In den Medien, aber auch in den Foren von Social Media, auf passenden Homepages etc. Dabei geht es uns zum einen darum, dass die Projekte an sich wahrgenommen werden. Ziel ist aber natürlich auch, dass die Arbeit unserer Stiftung in einer breiteren Öffentlichkeit bekannt wird und potentielle neue Projektpartner, die uns bislang nicht wahrgenommen haben, auf uns aufmerksam werden.

### (Vor-) Bericht

Ein wichtiger Bestandteil ist dabei die Berichterstattung in der Presse (Print wie online) bzw. auch im Hörfunk. Dabei sind sowohl Vorberichte wie auch die Berichterstattung zu konkreten Veranstaltungen von Interesse. Für Sie als Veranstalter\*in bietet der Vorbericht zudem die Möglichkeit, Ihr Projekt zu bewerben und auf diesem Weg Teilnehmer\*innen bzw. Zuschauer\*innen zu interessieren und zu gewinnen.

Damit Ihr Termin interessant für die Medien wird, empfiehlt es sich, diesen Termin über ein reines Pressegespräch zur Informationsvermittlung hinaus zu gestalten und damit auch die Möglichkeit zu erhöhen, stärker auf die Inhalte des Projektes fokussiert Resonanz zu bekommen.

Im Folgenden finden Sie Anregungen, wie ein Pressetermin gestaltet werden könnte:

**+ Ortswahl:** Der Ort des Pressetermins sollte mit dem Projekt in Verbindung stehen, also z.B. der Aufführungs- oder Ausstellungsort sein oder eine besondere Bedeutung in der Durchführung des Projektes haben - je interessanter, desto besser.

### + Verbindung des Pressetermins mit einem Besuch der Projektarbeit

- z.B. Probenbesuch / Atelierbesuch u.a.:
  - Das Projekt nimmt für den Berichterstattung konkrete Formen an.
  - Möglichkeit, die Teilnehmer\*innen in Aktion zu erleben und O-Töne zu deren Erfahrungen einzuholen

### + Hintergrundberichte / Back-Stage-Stories / besondere Momente:

- Knüpfen Sie den Pressetermin an eine besondere Aktion im Rahmen des Projektes an:
  - Aufbau der Ausstellung / des Bühnenbildes
  - Auftaktveranstaltung
  - Zwischenpräsentation
  - Ankunft eines beteiligten Künstlers

- Ermöglichen Sie eine längere Begleitung durch einen Journalisten z.B. eines Vorgangs, eines besonderen Proben-tages, etc. Dies Format eignet sich auch für Schülerreporter\*innen oder Wochenblätter, Stadtilustrierte, Internetmedien

#### **+ Längerfristiges Pressekonzept**

- Stellen Sie mehrere Stationen vor, die ermöglichen, die Entwicklung eines Projektes nachzuvollziehen.
- Personalisieren Sie diese Stationen: Stellen Sie z.B. eine\*n Teilnehmer\*in in den Mittelpunkt

Bitte stimmen Sie in jedem Fall die Pressetermine mit unserem Projektbüro ab, da wir bemüht sind, dass bei allen Presseterminen ein\*e Vertreter\*in der Stiftung zugegen ist, der/die sich im Rahmen des Termins zur Förderung des jeweiligen Projektes auch äußern kann.

#### **Drüber hinaus wünschen wir uns weitere Aspekte von Öffentlichkeitsarbeit, wie z.B.:**

**Printprodukte:** Machen Sie Ihr Projekt sichtbar! Bitte achten Sie darauf, dass auf Ihren Printprodukten zu einem geförderten Projekt (Flyer, Plakate, Programmzettel ...) das Logo der Stiftung gut platziert erscheint. Die entsprechenden Dateien sowie die Druckfreigabe erhalten Sie unter [info@egerland-stiftung.de](mailto:info@egerland-stiftung.de).

**Online:** Ebenso sollte bei Ihrer Projektdarstellung im Internet das Stiftungslogo in Erscheinung treten. Bitte stellen Sie uns spätestens nach Projektabschluss einen kurzen Bericht und Bildmaterial für unsere Homepage zur Verfügung. Gerne entscheiden wir dann auch gemeinsam, ob eine Verlinkung Sinn macht.

**Social Media:** Wenn Sie als Veranstalter in den Social Media präsent sind, nutzen Sie doch gerne diese Kanäle für regelmäßige Posts, die über den Fortgang des Projektes berichten. Vielleicht gibt es auch die Möglichkeit, die Teilnehmer\*innen aktiv in diesen Bereich einzubinden? Kann ein Teil des Projektes auch eine Auseinandersetzung mit der digitalen Kommunikation beinhalten?

Unser Projektbüro steht Ihnen gerne zur Absprache der Öffentlichkeitsarbeit zur Verfügung!

**Wie freuen uns auf Ihre Ideen!**

#### **Projektbüro**

Dorit Schleissing  
[schleissing@egerland-stiftung.de](mailto:schleissing@egerland-stiftung.de)  
0541 409 990 20