

PRESSEKONFERENZ

„Das kranke Kind in Österreich“

Donnerstag, 15. Juni 2000, Café Landtmann, Wien

MAG. THOMAS RIEMER
FASANGARTENGASSE 3/8
A - 1130 WIEN

FON: +43 (1) 803 95 87
PC FAX: +43 (1) 803 95 87
MOBIL: +43 (699) 15 00 15 06
E-MAIL: THOMASRIEMER@COMPUSERVE.COM

INHALT

PRESSEKONFERENZ	1
Inhalt	2
Vorwort	3
ALLGEMEINES	3
DER ORGANISATIONSABLAUF	3
DAS THEMA	4
DIE REFERENTEN	4
DER VERANSTALTUNGSORT	4
Vorbereitungen	5
DIE EINLADUNG	6
Der Verteiler	6
Versand	6
Gestaltung	6
Nachfass-Aktion	6
DIE PRESSEMAPPE	7
DER ABLAUF DER VERANSTALTUNG	7
Thematischer Ablauf	7
NACHBETREUUNG	8
ERFOLGSKONTROLLE	8

VORWORT

Der Berufsverband Kinderkrankenpflege Österreich (BKKÖ) hat mich mit der Erstellung eines Konzeptes für die Pressekonferenz am Donnerstag, den 24. Februar 2000 beauftragt. Es ist deshalb umfangreicher geworden, um für weitere, ähnlich angelegte Veranstaltungen vom Berufsverband erneut angewendet werden zu können.

Ich gebe jedoch folgendes zu bedenken: Eine Pressekonferenz ist vor allem dann besonders Erfolg versprechend, wenn bereits Kontakte zur Presse bestehen und gepflegt werden. Beim Berufsverband ist das allerdings erst in Ansätzen der Fall.

Wir müssen davon ausgehen, dass uns die Mehrheit der Medienvertreter noch gar nicht kennt oder wahrgenommen hat, da unsere Kommunikation erst im Entstehen begriffen ist¹. Im ungünstigsten Falle kann sich das auch auf die Zahl der Teilnehmer niederschlagen. Auch scheint die Sensibilität und Bekanntheit der Probleme in der breiten österreichischen Bevölkerung noch äußerst gering.

ALLGEMEINES

Eine Pressekonferenz hat zum Ziel (oder sollte es zumindest), die Medien persönlich über ein aktuelles und wichtiges Ereignis zu informieren. Hier gilt ganz besonders: Der Anlass soll nicht nur für den Veranstalter interessant sein, sondern muss in erster Linie die Journalisten sowie deren Leser, Hörer oder Zuschauer interessieren.

Zu empfehlen ist eine Pressekonferenz vor allem dann, wenn Pressekontakte bereits bestehen und gepflegt werden. Gegenüber der Pressemitteilung bietet eine Pressekonferenz die zusätzliche Möglichkeit, die Informationen sofort mit den Medienvertretern zu besprechen.

Schwierige oder komplexe Sachzusammenhänge können den Journalisten im Pressegespräch unmittelbar erklärt werden. Ein enorm wichtiger Nebeneffekt ist auch das persönliche Kennenlernen der Journalisten.

DER ORGANISATIONSABLAUF

Folgender Organisationsablauf ist üblich:

- Thema der Pressekonferenz festlegen.
- Referenten aussuchen und verpflichten.
- Ort der Pressekonferenz klären.
- Gewünschten Termin auf Überschneidungen mit anderen Veranstaltungen abchecken.
- Datum, Uhrzeit und Teilnehmer endgültig festlegen.
- Einladung an alle Pressevertreter und die Referenten verschicken (10 - 14 Tage vor dem Termin).

¹ Schon allein aus diesem Grund habe ich in meinem Kommunikationskonzept vom letzten Jahr das Abhalten einer Pressekonferenz (noch) nicht als PR-Maßnahme vorgeschlagen.

- Pressemappe zusammenstellen.
- Getränke und - falls gewünscht - Verpflegung organisieren.
- Räume vorbereiten.
- Vorberechnung der Referenten (spätestens 30 Minuten vor Beginn).
- Start der Pressekonferenz.
- Nachbetreuung.

DAS THEMA

Die bevorstehende Pressekonferenz ist die erste ihrer Art des Berufsverbands Kinderkrankenpflege. Sie soll die Medienvertreter für die aktuellen Probleme und die herrschende Situation in der ambulanten wie stationären Kinderkrankenpflege sensibilisieren, die Anliegen des Berufsverbands Kinderkrankenpflege vorstellen und durch die Multiplikatorenrolle der Medien einer breiten Öffentlichkeit, bzw. relevanten Teilöffentlichkeiten (siehe Kommunikationskonzept), zugänglich machen.

Für weitere Veranstaltung dieser Art gilt, dass das Thema überdurchschnittlich attraktiv sein sollte, um einen solchen organisatorischen wie finanziellen Aufwand zu rechtfertigen und auch genügend Teilnehmer anlocken zu können.

DIE REFERENTEN

Nach meinem momentanen Wissensstand sollen ein Vertreter des Selbsthilfeverbands, der Elterninitiative Krebskranker Kinder, der Ärzteschaft und des Pflegepersonals zu Wort kommen. Dadurch kann das Themenspektrum von mehreren Seiten aus beleuchtet werden.

Ich empfehle, dass die Referenten ihre Statements vorher untereinander abstimmen. Sinnvoll ist auch ein Vorbereitungstreffen direkt vor dem eigentlichen Termin. Nichts wäre peinlicher, als wenn es zu Aussagen kommt, die nicht in unserem Sinne sind.

DER VERANSTALTUNGSORT

Pressekonferenzen müssen in geeigneten Konferenzräumen stattfinden. Die Räumlichkeit sollte zentral gelegen und möglichst gut mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar sein. Sie sollte nicht allzu überdimensioniert, aber auf keinen Fall zu knapp bemessen sein. Mit dem Café Landtmann wurde somit eine gute Wahl getroffen.

Pressekonferenzen sind Arbeitstermine. Journalisten benötigen dort Arbeitsbedingungen: Tische zum Schreiben, Ruhe vor Ablenkung und Nebengeräuschen, gute Sicht auf die Veranstaltenden, die Möglichkeit zum Fotografieren oder der Aufnahme von Fernsehbildern und O-Tönen sowie etwas Platz.

Allgemein gilt: Pressekonferenzen sollten nach Möglichkeit nicht vor 10 und nicht nach 13 Uhr beginnen, damit die Journalisten ihre Berichte noch ohne Zeitdruck in die Ausgabe der Tageszeitung des nächsten Tages platzieren können.

Günstige Tage sind Montag bis Donnerstag; Freitag naht das Wochenende und der Arbeitsaufwand in den Redaktionen nimmt wegen der Wochenend- und Montagsausgabe zu

(was natürlich nur für Tageszeitungen gilt). Es muss kontrolliert werden, ob zum gewünschten Termin bereits andere Veranstaltungen stattfinden, von denen die Medien berichten.

Vorbereitungen

Eine Reihe von Bedingungen sollte vorher geprüft werden:

- Ist der Raum für die Pressekonferenz ruhig gelegen?
- Sind Störungsmöglichkeiten ausgeschaltet?
- Ist der Raum groß genug?
- Sind genügend Tische und Stühle vorhanden?
- Sind Reservestühle vorhanden?
- Ist die Heizung, Klimaanlage, Belüftung ausreichend?
- Ist die Beleuchtung in Ordnung?
- Falls gewünscht: Steht ein Tageslichtprojektor (Präsentationsfolien?), Leinwand, Flip-Chart, Tafel (Filzstifte, Kreide) zur Verfügung?
- Wird ein Rednerpult benötigt?
- Ist die Messeleinwand in Ordnung und darf sie angebracht werden? Wie? Von wem?
- Gut leserliche Namensschilder für alle Referenten anfertigen.
- Sind Hinweistafeln im Café angebracht, die den Weg zum Veranstaltungsraum weisen?
- Wer begrüßt die Journalisten an der Tür?
- Soll eine Anwesenheitsliste geführt werden?
- Es ist durchaus sinnvoll, ein Tonbandgerät mitlaufen zu lassen.
- Wird die Veranstaltung von jemandem fotografiert? Von wem?
- Liegt Schreibmaterial für Teilnehmer bereit?
- Sind genügend Pressemappen vorrätig?
- Ist die technische Infrastruktur in Ordnung (Strim, Steckdosen, Sicherungskasten, etc. - v. a. im Hinblick auf Hörfunk und Fernsehen).
- Bestehen Möglichkeiten zu Vorab- oder Einzelinterviews? Haben die Referenten oder Veranstalter dafür genügend Zeit?
- Wer beobachtet die Presselandschaft nach der Veranstaltung?

DIE EINLADUNG

Der Verteiler

Meines Wissens hat der Berufsverband (noch) keinen tragfähigen Presseverteiler² und nur sehr eingeschränkte Journalistenkontakte. Es empfiehlt sich, sofern das in der Kürze der Zeit noch möglich ist, folgende Presse- und Medienvertreter zu eruiieren und einzuladen:

- Alle in Wien, Niederösterreich und dem nördlichen Burgenland bekannten Fachjournalisten und -medien aus dem Gesundheitsbereich
- Fachjournalisten der Nachrichtenagenturen
- Journalisten und -medien der Fachpresse aus ganz Österreich
- Ggf. weitere Journalisten, mit denen bereits ein Kontakt besteht, auch wenn nicht damit zu rechnen ist, dass sie die Veranstaltung aufgrund der langen Anfahrt besuchen werden.
- Keinesfalls vergessen werden dürfen freie Journalisten.

Ich rate dringend davon ab, einzelne Publikationen oder Journalisten auszuschließen.

Selbstverständlich wird die Veranstaltung auch auf der Homepage promotet.

Versand

Die Einladungen sollten bis zu zwei Wochen vorher per Post verschickt werden. Beigelegt wird ein kurzes Anschreiben mit den nachfolgenden Angaben sowie das adaptierte Antwort-Fax zur 2. Jahrestagung in Linz vom September '99.

Gestaltung

Folgende Angaben sollten auf der Einladung vermerkt sein:

- Thema/Anlass der Veranstaltung
- Beginn und Ende (möglichst max. 1 Stunde)
- Ort der Veranstaltung (falls auswärtige Journalisten eingeladen werden, Hinweis auf günstigsten Anfahrtsweg und Parkmöglichkeiten)
- Themenbereiche
- Referenten (samt Funktion und Organisation)
- Telefonnummer für Rückfragen mit Namensangabe der zuständigen Person
- Von Hand unterschrieben.

Nachfass-Aktion

Telefonische³ Nachfass-Aktion zwei bis drei Tage vor der Pressekonferenz bei denen, die nicht auf die Einladung reagiert haben⁴. Falls der organisatorische Aufwand dafür zu hoch ist, sollten zumindest die wichtigsten Journalisten kontaktiert werden⁵.

² Hier sehe ich einen enormen Handlungsbedarf, da ein gepflegter und aktueller Verteiler das Herzstück aller Public Relations darstellt, aber meistens sträflich vernachlässigt wird.

DIE PRESSEMAPPE

Die Pressemappe wird vor der Veranstaltung ausgelegt und - wenn möglich, noch am selben Tag - an alle Journalisten per Post verschickt, die die Pressekonferenz nicht besucht haben. Ich schlage folgenden Inhalt vor:

Linke Seite:

- Sinnvoll ist ein Blatt mit einem kurzen Inhaltsverzeichnis, das die eingelegten Materialien in ihrer Reihenfolge auflistet und sehr knapp erläutert.
- Geeignete Fotografien zum Thema.
- Ein Bild des Vorstands.

Rechte Seite:

- Fact Sheet des Berufsverbands.
- Liste der Referenten mit Titel, Vor- und Zuname, Funktion, Organisation, Adresse, Telefon, (Fax, e-Mail), ggf. mit kurzer Vita
- Kurzfassung der Referate als Pressemitteilungen
- Jahresbericht
- Berufsbild
- Kongressprogramm „Pflegediagnosen“.

DER ABLAUF DER VERANSTALTUNG

Pressekonferenzen dienen der gezielten Übermittlung von Informationen an die Medien. Im vorliegenden Fall sollten drei Referenten zu unterschiedlichen Aspekten des Konferenzthemas sprechen. Kein Vortrag sollte länger als zehn Minuten dauern. Es muss sicher gestellt sein, dass die Veranstalter wie Referenten auf jeden Fall rechtzeitig anwesend sind.

Als Moderatorin führt Frau Maria Jesse durch die Veranstaltung. Sie stellt die Redenden vor und erteilt das Wort an die Pressevertreter. Nach den Kurzvorträgen ist eine Gesprächsrunde angezeigt, bei der die Anwesenden Fragen stellen können oder es zu einer Diskussion kommen kann.

Thematischer Ablauf

Folgende Themenbereiche werden behandelt⁶:

- Kurzvorstellung der Programmpunkte und Referenten
- Kurze Vorstellung des Berufsverbands, der Anliegen, Ziele und Motive

³ Möglich ist auch eine Kurzerinnerung per Fax. Das ist zügiger durchzuführen, erlaubt aber eine geringere Einschätzung der Teilnehmerzahl.

⁴ Erfahrungsgemäß antworten die wenigsten Journalisten, kommen dann aber doch - oder eben nicht.

⁵ Das kann die Journalistenpräsenz fallweise um bis zu 100 Prozent erhöhen.

⁶ Eine exaktere inhaltliche Definition erscheint erst dann sinnvoll, wenn die Referenten tatsächlich feststehen. Weiters nehme ich an, dass diese Ihre Redehalte nur bedingt beeinflussen lassen wollen.

- Ist-Situation, Probleme und Perspektiven der ambulanten wie stationären Kinderkrankenpflege in Österreich - v.a. in Hinblick auf die Umwälzungen durch das Gesundheits- und Krankenpflegegesetz
- Hauskrankenpflege - derzeitige Situation, Möglichkeiten und Ausblick
- Visionen - v.a. hinsichtlich der Rolle, die der Berufsverband bei der Lösung der genannten Probleme spielt.
- Kurzer Hinweis auf das 3. Österreichische Pflegesymposium „Pflegediagnosen“
- Fragen/Diskussion.

Achtung: Da diese Veranstaltung unser erster Gang an eine breite Öffentlichkeit ist, sollte sie thematisch nicht überfrachtet werden. In einem Zeitraum von 45 bis 60 Min. ist nur ein begrenztes thematisches Spektrum unterzubringen. Es gilt: „weniger ist mehr“.

NACHBETREUUNG

Folgende Maßnahmen sollten sicher gestellt sein:

- Möglichkeiten zu Einzelinterviews
- Beantwortung nicht geklärter Fragen
- Versenden der Unterlagen an die nicht anwesenden, aber angemeldeten Journalisten, bzw. an alle, die zwar abgesagt, aber um eine Pressemappe gebeten haben - am besten noch am selben Tag.
- Für telefonische Nachfragen sollte am Nachmittag ein Ansprechpartner bereitstehen.
- Auch für evtl. Interviewanfragen aufgrund von Agenturmeldungen sollte einer der Verantwortlichen erreichbar sein.
- Dazu kommt ein kleiner Kurzbericht über Inhalte und Verlauf in der nächsten Mitglieder-Info.

ERFOLGSKONTROLLE

Pressearbeit ist bereits dann gelungen, wenn überhaupt über den Veranstalter geschrieben wird. Eine einzige Veröffentlichung auf eine Pressekonferenz hin ist schon ein Gewinn - Sie sollten nicht den investierten Betrag mit dem redaktionellen Platz gegenrechnen, sondern die Public Relations als das begreifen, was sie sind - eine langfristige Angelegenheit. Mit der geplanten Veranstaltung machen wir einen großen Schritt in Richtung Öffentlichkeit und der Erweiterung des Bekanntheitsgrads. Nicht mehr und nicht weniger.

© MAG. THOMAS RIEMER
FASANGARTENGASSE 3/8
A - 1130 WIEN

FON: +43 (1) 803 95 87
PC FAX: +43 (1) 803 95 87
MOBIL: +43 (699) 15 00 15 06
E-MAIL: THOMASRIEMER@COMPUSERVE.COM