

SANDERS BENNINGHOVEN

Editorial

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

das ist für Sie Routine: eine Jahresplanung für die Öffentlichkeitsarbeit mit Ihren Terminen, für die es sich lohnt „rauszugehen“, um die Medien über Ihre Aktivitäten zu informieren. Natürlich ist Ihnen bewusst, dass Sie mehr Aufmerksamkeit bekommen, wenn Sie Ihre Themen an Anlässe koppeln, die gesellschaftlich gesetzt sind: Jahrestage, Jahreszeiten, politische Termine oder schlicht das bekannte „Sommerloch“, die eher ereignislose Zeit.

Viele von Ihnen werden aber auch die Stolpersteine kennen: Da sind zum Welt-Jahrestag X so viele Organisationen medial unterwegs, dass es schwer fällt, etwas besonders Originelles beizusteuern, um die gelangweilten Journalist/innen zu interessieren. Da gibt es voraussichtlich Größeres, Wichtigeres, Prominenteres, das mehr Aufmerksamkeit auf sich zieht.

Auch wir haben für den Auftakt des Projektes Alter und Trauma, das wir drei Jahre lang bei der Öffentlichkeitsarbeit unterstützt haben, einen Kompromiss finden müssen. Gerne hätten wir für die erste Pressekonferenz einen passenden Jahrestag zum Thema Trauma und Kriegserleben gewählt – beispielsweise die Erinnerung an den Beginn des Ersten Weltkrieges. Aber wichtiger war es, die Projektverantwortlichen und ihre Förderer – die Stiftung Wohlfahrtspflege NRW und das Ministerium für Emanzipation, Pflege und Alter NRW - zur gemeinsamen Pressekonferenz zusammenzubringen.

Lesen Sie mehr über die Pressearbeit im Projekt Alter und Trauma - unser **SCHAUSTÜCK** in diesem Newsletter. Nutzen Sie außerdem in der Rubrik **FEINSCHLIFF** unsere Hinweise zum Korrekturlesen und zum Thema Pressegespräch. Folgen Sie uns im **FUNDUS**-Alphabet diesmal zum Buchstaben G – wie Glaubwürdigkeit. Und vertiefen Sie unsere Anregungen dazu in der Rubrik **WEITERSAGEN!**, die diesmal zu einigen meinungsfreudigen Links führt.

Viel Vergnügen!

Katrin Sanders und Cornelia Benninghoven

• **Schaustück**

was uns zurzeit beschäftigt

Es geht: Ein festes und ein freies Team werden zu einer funktionierenden Arbeitseinheit, wenn der Rahmen für alle Seiten stimmig ist. Für den Projektverbund „Alter und Trauma“ kam es genau darauf an. Beim Aufbau der Informationsplattform www.alterundtrauma.de sowie bei Fortbildungs- und Informationsangeboten kooperierten drei Jahre lang das Institut für Soziale Innovationen ISI, Duisburg und Wildwasser Bielefeld, unter dem Dach von PariSozial Minden-Lübbecke/Herford. Die Außendarstellung, Texte und Impulse für die Pressearbeit haben die Projektpartner dem Team von kabine1 anvertraut. Sie blieben die Fachleute für die Inhalte und das Konzept, wir als Journalistinnen die Expertinnen für zielgruppengerechtes Schreiben, für geeignete Zeitpunkte für die Öffentlichkeitsarbeit, für Textsorten und kreative Darstellung - kurzum für die Frage: Was kommt wann ins Schaufenster – und welcher Trumpf wird später ausgespielt? Wie das Handwerk Öffentlichkeitsarbeit unter solchen Voraussetzungen Flügel bekommt, und welche organisatorischen Fixpunkte dabei hilfreich sind, können Sie hier nachlesen.

Wenn Sie weiterlesen möchten, melden Sie sich [hier](#) an.

• **Feinschliff**

für Ihre aktuellen Themen und Projekte

Stichwort 1: Pressegespräch

„Wer keine interessante Nachricht zu verkaufen hat, wer nicht mit einem richtigen Ereignis aufwarten kann, der sollte auch keine Pressekonferenz veranstalten“, stellt kategorisch Prof. Dr. Günter Bentele, Inhaber des Lehrstuhls für Öffentlichkeitsarbeit an der Uni Leipzig, fest. Der Mann hat gut reden, denken Sie? Der muss auch keinem Chef gegenüberreten, der unbedingt in die Zeitung will?

Wenn Sie weiterlesen möchten, melden Sie sich [hier](#) an.

SANDERS BENNINGHOVEN

- **Fundus**

bewährt und hilfreich für Ihre Öffentlichkeitsarbeit

G wie Glaubwürdigkeit

Das Schöne an unseren Seminaren zur Öffentlichkeitsarbeit ist, dass nicht nur die Teilnehmer/innen Neues lernen, sondern wir von ihren Fragen profitieren. So berichtete eine Teilnehmerin von ihrer Arbeit in einer Einrichtung für Menschen mit Behinderungen: Zur Übung der Feuerwehr in der Einrichtung war auch die Presse eingeladen. Riskant?

Wenn Sie weiterlesen möchten, melden Sie sich [hier](#) an.

- **weetersagen!**

Links, Bücher und Ereignisse für Sie ausgewertet

- **gebloggt!** [deliberationdaily.de](#) / [lostineu.eu](#) / [netzpolitik.org](#)

Blogs sind meinungsfreudig (manchmal bis zur Schmerzgrenze) und vertiefen in jedem Fall einmal angerissene Themen. Darin sind sie der sonstigen Presse in der Regel überlegen. Das Thema selbst setzt die Anlässe für Kommentare und Folgeberichte. Es gibt außerdem viel mehr Platz für Details im Thema, und das alles ist ständig verfügbar. Aber: Blogs sind auch kommentarlastig und einseitig...

Wenn Sie weiterlesen möchten, melden Sie sich [hier](#) an.

Mit freundlichen Grüßen
Katrin Sanders und Cornelia Benninghoven

Sanders • Benninghoven
Herzogstraße 22
50667 Köln
Telefon (02 21) 32 42 04
kontakt@kabine1.com
<http://www.kabine1.com>