

Gud

Denn Organisation ist alles

Wirtschaftsnachrichtendienst Salzburg: Crashkurs für wirksamen Medienauftritt

Die Geschäftsführer des Salzburger Wirtschaftsnachrichtendienstes (wnd) Martin Prock und Wolfgang Kerbler haben etliche Ratschläge parat, wie Pressetermine - vor allem Pressekonferenzen - professionell zu gestalten sind. Gelegenheit, ihr Wissen darüber an Wirtschaftstreibende weiterzugeben, hatten die beiden Redakteure bei dem vom wnd initiierten PR-Seminar "Pressekonferenz & Interview", das vergangene Woche in der Mozartstadt über die Bühne ging. Die wnd-Chefs warnen zunächst davor, Medienevents inflationär zu veranstalten: "Wägen Sie vorher immer ab, ob es überhaupt Sinn macht, eine Pressekonferenz zu einem bestimmten Thema zu organisieren. Viele Belange werden von den Unternehmensvertretern zu wichtig genommen, sind aber für die Medien und deren Rezipienten nicht relevant und interessant genug." Diesen Schritt besonnen zu überdenken, entscheide schlussendlich über den Erfolg oder Nichterfolg einer "PK".

Hat man sich nun für eine Pressekonferenz entschlossen, sollte ein allgemeiner Aufhänger dafür gefunden werden, erklärt Prock: "Stellen Sie das Thema in einen breiteren Kontext, um es für möglichst viele ihrer Zielgruppen interessant zu machen. Wenn Sie den Journalisten, eine gute Geschichte' liefern, stehen die Chancen gut, dass sie fast eins zu eins übernommen wird." In jedem Fall sei mit Bedacht auszuwählen, für welche Medien die Veranstaltung geeignet ist - von Masseneinladungen sei demnach abzuraten. Eine weitere Faustregel von Prock und Kerbler soll all jene beruhigen, die die eigene Pressekonferenz mangels Publikum im kleinen Kreis zubringen müssen: "Der Erfolg zeigt sich nicht an der Zahl der anwesenden Personen, sondern am Medienecho tags darauf oder Tage später." Letzteres könne durch eine vorbereitete Presseausendung, die sofort im Anschluss an die Konferenz ausgesandt wird, erreicht werden. "Ein professioneller Nachbericht bringt die Chance auf mehr Abdruck, wenngleich nur wenige Journalisten vor Ort waren."

Auf perfekte Presseunterlagen und optimale Vorbereitung schwört auch die ehemalige ORF-Redakteurin Mag. Sigrid Sator. Die Linzer Medien- und Rhetoriktrainerin füllte den zweiten Teil des PR-Crashkurses in den Räumen des Salzburger Wirtschaftsförderungsinstitutes (Wifi) mit Grundkenntnissen über souveränes Verhalten vor Kamera und Mikrofon. Sator rät, "die Macht der Körpersprache" zu nützen und die inhaltlichen Kernbotschaften vor dem Auftritt im Scheinwerferlicht tiefgründig zu formulieren. Für alle Lampenfiebrigen findet sie tröstende Worte: "Ein Großteil der eigenen Nervosität wird vom Publikum gar nicht wahrgenommen."



*Bild: Sigrid Sator (Satormedia), Martin Prock und Wolfgang Kerbler
(beide wnd) baten am 13. Juni zum PR- und Medientraining ins
Wifi Salzburg. © wnd salzburg*