



Institut der deutschen
Wirtschaft Köln



Innovative Öffentlichkeitsarbeit für SIEGEL- Schulen – Wie geht das?

Jork Herrmann

Leiter Öffentlichkeitsarbeit IW Köln e.V.
Leiter Wirtschaft und Bildung IW Medien GmbH

Berlin, den 8.11.2016

iW.KÖLN.WISSEN
SCHAFFT KOMPETENZ.

Zur Person / Einschränkung vorab

Überblick: Mediennutzung & Veränderung

Generation GAP

Tipps für den Umgang mit Medien

Grundregeln des journalistischen Schreibens

Einige schlaue Sprüche ... und warum sie wirklich schlau sind.

Dialog

Zur Person

- Jork Herrmann
- Jahrgang 1983
- Diplom-Volkswirt
- Fachjournalist für Politik und Wirtschaft
- Seit 2010 im IW-Verbund beschäftigt, mittlerweile Leiter Öffentlichkeitsarbeit des IW Köln und Leiter Wirtschaft und Bildung (iwd) der IW Medien
- Journalistisch tätig seit dem 15. Lebensjahr, u.a. gearbeitet für FTD, Focus, FAZ, RTL, Impulse, Lufthansa, aber auch „Main Echo“, „Darmstädter Echo“, „Schwarzwälder Bote“

Einschränkung vorab

- Medienwelt ändert sich rasant
- Mit 33 Jahren bin ich schon fast zu alt für manches neue Medium (Snapchat, Instagram, ...)
- Annäherung in dieser Präsentation erfolgt deshalb über Erfahrungen in der Print-Welt, denn deren Grundregeln gelten weiterhin
- innovative Öffentlichkeitsarbeit > gute Öffentlichkeitsarbeit

Überblick: Mediennutzung und Veränderung

Houston, wir haben Demografie!

Bevölkerungsstruktur und -prognose, in Prozent

	31.12.1990	31.12.2015	31.12.2025
14-29 Jahre	33	24	21
30-49 Jahre	18	19	17
50-69 Jahre	34	36	39
ab 70 Jahre	14	21	23

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation

Überblick: Mediennutzung und Veränderung

in Prozent der gesamten Nutzungsdauer (Medien-Auswahl)

	Fernsehen	Tageszeitung	Internet
14-29 Jahre	16	8	43
30-49 Jahre	18	12	22
50-69 Jahre	40	44	30
ab 70 Jahre	26	37	5

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation

Überblick: Mediennutzung und Veränderung

... zum Beispiel E-Paper:

II/2005: 21.121 verkaufte Auflage

II/2015: 780.134 verkaufte Auflage

(Quelle: Auflagenstatistiken der ZMG)

Überblick: Mediennutzung und Veränderung

... zum Beispiel Tageszeitungen

329 lokale und regionale Abonnementzeitungen, 7 überregionale, 8 Straßenverkaufszeitungen > höhere Glaubwürdigkeit als Fernsehen und Internet, selbst bei Jugendlichen (Quelle: Statista)

aber Auflage sinkt:

2003: 22,57 Mio. Stück

2015: 16,8 Mio. Stück

Und: Wochenblätter & -werbeblätter nicht unterschätzen für
Öffentlichkeitsarbeit vor Ort

Generation Gap

Wir erinnern uns:

Houston, wir haben Demografie!

... auch bei der Online-Mediennutzung

Soziale Netzwerke: Dislike ab Mitte dreißig

So viel Prozent der Internetnutzer in diesem Alter sind
in den sozialen Medien aktiv

- 18 bis 34 Jahre
- 35 Jahre und älter
- Differenz in Prozentpunkten
- Internetnutzer in Prozent der Bevölkerung

Deutschland	81	39	42	85
Frankreich	83	42	41	75
Vietnam	86	49	37	50
Japan	78	43	35	69
Polen	86	51	35	69
Australien	91	60	31	93
Südkorea	75	45	30	94
Spanien	85	57	28	87
Kanada	93	65	28	90
Italien	83	57	26	72
USA	89	63	26	89
Vereinigtes Königreich	84	59	25	88
Mexiko	90	67	23	54
Indien	69	48	21	22
China	73	52	21	65
Brasilien	88	68	20	60
Kenia	86	68	18	40
Ukraine	90	73	17	60
Russland	94	78	16	72
Türkei	93	78	15	72
Argentinien	90	77	13	71
Venezuela	93	82	11	67

Befragung von jeweils rund 1.000 Einwohnern im Frühjahr 2015 (Ukraine: 2.079, Indien 2.452, China: 3.649); soziale Medien: Abgefragt wurden jeweils Facebook und Twitter sowie weitere von Land zu Land unterschiedliche Angebote, z. B. Instagram, Google Plus, LinkedIn und Xing

Ursprungsdaten: Pew Research Center
© 2016 IW Medien / iwd

Generation Gap

Deshalb:

Wer ist die Zielgruppe?

- Kommunikation darauf ausrichten
- Jung:
 - Youtube (zweitgrößte Suchmaschine)
 - Video im Kunstunterricht erstellen?
 - Instagram (Fotografie) / Twitter (Texte) / Facebook... (Schüler zu Botschaftern machen)

Experimentieren & Scheitern erlaubt

Generation Gap

- Alt: Print, Fernsehen, ggf. Facebook
 - Serie in der Heimatzeitung
 - Eigenbericht im Wochenblatt
 - Feature im Regionalsender
 - Firmen-Magazine / Geschäftsberichte

Auch hier gilt: Experimentieren & Scheitern erlaubt

Tipps für den Umgang mit Medien

Where's the beef?

- Redewendung hat ihren Ursprung in einem Werbespot der amerikanischen Fastfood-Kette Wendy's
- In den 80er-Jahren verwenden die Menschen den Ausdruck, um etwas Vielversprechendes zu hinterfragen
- Im Frühling 2008 richtete Hillary Clinton den Satz an Barack Obama, weil sie seine Aussagen zu unkonkret und arm an Aussagen fand
- Aktuell hätte man das im US-Wahlkampf wohl auch immer wieder fragen können

Tipps für den Umgang mit Medien

Bedeutet für Ihre Arbeit:

- Was haben Sie zu sagen?
- Was ist das Besondere?
 - Exklusive, überraschende Geschichte
 - Ggf. Interaktion
 - Persönliche Betroffenheit (> bei regionalen Themen einfach möglich!)
 - ...

Grundregeln des journalistischen Schreibens: Pressemitteilung

Headline

Teaser

Thesen

PRESSEMITTEILUNG

IW Immobilien-Index

Investoren fürchten Brexit-Folgen

Immer weniger Immobilienunternehmen gehen davon aus, dass sich ihre wirtschaftliche Situation in nächster Zeit verbessern wird. Zwar gibt es weiterhin mehr Optimisten als Pessimisten, wie der neue Immobilien-Index des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln (IW) zeigt. Doch die Umfragewerte deuten darauf hin, dass sich die deutsche Immobilienwirtschaft auf das Ende eines Booms vorbereitet – und mit Sorge nach Großbritannien blickt.

Der deutschen Immobilienwirtschaft ging es zuletzt so gut wie selten zuvor. Jetzt aber scheint der Zenit überschritten: Die für den IW Immobilien-Index befragten Unternehmen bewerten ihre Lage im dritten Quartal 2016 mit 81,3 von 100 Punkten – ein hoher Wert, der aber sechs Punkte hinter dem des Vorquartals zurückbleibt.

Vor allem Firmen, die mit Gewerbeimmobilien handeln, geben sich verhalten. 43 Prozent erwarten, dass ein Austritt des Vereinigten Königreichs aus der EU ausländische Investoren in den deutschen Markt treibt. Das ließe die Preise steigen, weil die erhöhte Nachfrage nicht über mehr Neubauten abgefangen werden kann – was zwar die Bestände aufwertet, aber auch Risiken birgt.

Investoren leben davon, gewinnbringend in Immobilien zu investieren. Konkurrenz aus dem Ausland erschwert dieses Geschäft, erklärt IW-Immobilienökonom Michael Voigtländer: „Die Preise steigen derzeit schneller als die Mieten, mit denen Investoren ihre Käufe refinanzieren. Das lässt die Renditen schrumpfen.“ 32 Prozent der Befragten rechnen mit schmaleren Renditen. Zudem kalkulieren Investoren mit dem Wiederverkauf, typischerweise innerhalb von zehn Jahren. „Sollten die Preise in dieser Zeit wieder sinken, zum Beispiel durch steigende Zinsen, riskieren sie ein Verlustgeschäft.“ Voigtländer warnt davor, sich in diesem komplexen Marktumfeld auf ein Wettbieten mit ausländischen Investoren einzulassen. „Im Moment herrscht große Unsicherheit hinsichtlich eines Brexits. Ausländische Anbieter überschwemmen den deutschen Markt jetzt mit viel Geld, reagieren aber sensibel auf veränderte Rahmenbedingungen. Verzögert sich der Brexit, könnten sie schnell wieder weg sein. Ein Wettbieten könnte also die Grundlage für einen lauten Knall auf dem Gewerbemarkt bieten.“

Detaillierte Informationen zum IW Immobilien-Index, zum Baubedarf sowie verschiedene interaktive Grafiken finden Sie auf www.finanz-und-immobilienmaerkte.de

Ansprechpartner im IW: Prof. Dr. Michael Voigtländer, Telefon 0221 4981-741

Grundregeln des journalistischen Schreibens

Headline:

- Stichzeile + Überschrift
- Thema anreißen & neugierig machen:
 - Wortspiel denkbar
 - Verb sinnvoll

Mietpreisbremse

Ausgebremst?

Ein Berliner Gericht hat am Mor
ist. Eigentlich sollte der Mieter

Vereinigtes Königreich

Nach der Wahl ist vor der Wahl

Die Briten haben entschieden: Ihr Regierungschef wird wo
müssen die Briten in etwa zwei Jahren erneut abstimmen.
Europäischen Union – Premierminister Cameron hatte für

Bund-Länder-Finanzstreit

Vorschläge gehen am Kernproblem vorbei

Die Verhandlungen über eine Neuregelung der Finanzen zwischen Bund und
Nun kommt endlich etwas Bewegung in die Debatte – doch leider denken di

Studienabbrecher

Der Fehler liegt im System

28 Prozent der Bachelorstudenten brechen ihr S
Finanzierungsschwierigkeiten sind die Hauptgrü

Der richtige Aufbau: Headline, Teaser, Thesen

Teaser:

- Fasst den Text zusammen (für die Schnellleser)
- Macht neugierig und Lust auf mehr
- Geht nicht ins Detail
- Vermeidet Fachbegriffe

Beispiele:

Bahnstreik

Schlichtung statt Millionenschäden

Der Streik der Lokführergewerkschaft GDL soll im Güterverkehr 138 Stunden dauern. Damit drohen der deutschen Wirtschaft Millionenschäden – denn nach drei bis vier Tagen Streik ist mit logistikbedingten Produktionsunterbrechungen zu rechnen. Die Akteure sollten deshalb endlich einen Schlichter benennen. Der kann aber nur erfolgreich arbeiten, wenn auch die Eisenbahnergewerkschaft EVG mit am Tisch sitzt.

Nebenjobs

Gute Gründe, keine Not

Rund 6 Prozent aller Erwerbstätigen hatten 2013 laut Umfragen einen Nebenjob. Allerdings ging diesem nur die Hälfte der Befragten regelmäßig nach. Für die oft vorgebrachte Behauptung, dass finanzielle Not das Hauptmotiv für einen Mehrfachbeschäftigung ist, gibt es zudem keine Hinweise – im Gegenteil.

Der richtige Aufbau: Headline, Teaser, Thesen

Thesen:

Formulieren Sie die News ihrer Pressemitteilung vorab.

➤ Gibt es mehr als drei:

Entscheiden Sie sich für die wirklich wichtigen – nach Möglichkeit aus einer Gedanken-bzw. Themenwelt (nicht "Pizza mit alles")

➤ Falls Sie keine griffigen News finden:

Sie haben kein Beef, also gibt es auch keinen Grund, eine Pressemitteilung zu schreiben

10 Grundregeln des journalistischen Schreibens

1. Kurze Sätze, wenige Nebensätze

2. Aktiv statt Passiv:

„Der Bundestag muss dringend ein Gesetz gegen Piraterie erlassen.“

statt

„Ein Gesetz gegen Piraterie muss erlassen werden“

... denn im Passiv fehlt oft auch der, der es tut bzw. tun soll

3. Verben statt unnötiger Substantivierungen:

Überall, wo ein –ung oder –keit, dranhängt, wartet ein Verb auf Befreiung!

„Den Soldaten gelang die Befreiung der Kinder.“

besser: „Die Soldaten haben die Kinder befreit.“

Grundregeln des journalistischen Schreibens

4. Einfache, deutsche Sprache. Fachwörter erklären, falls sie überhaupt nötig sind
5. Wenige Adjektive
6. Synonyme nur nutzen, wenn sie wirklich passen und den Text nicht lächerlich machen. (Griechen sind Griechen und nicht Helenen, Euro-Problemkinder, etc.)
7. Viele lesen Anfang und Schluss. Ein guter Anfang und ein gutes Ende ist daher die halbe Miete = besonders viel Mühe darauf verwenden
8. Mut zur eindeutigen Meinung!
9. Zitate sind gut, aber nicht zum Referieren von Fakten sondern sie sagen, was sonst keiner sagen kann, weil es eine persönliche Meinung bzw. wichtige Quelle der Aussage ist
10. Nutzen Sie niemals Nonsens-Wörter wie Bereich, Bestand, durchführen, einstellen – dahinter verstecken sich echte Wörter!

Einige schlaue Sprüche ... und warum sie wirklich schlau sind.

**„Wer nichts zu sagen hat, der möge schweigen.“
(Wolf Schneider)**

Immer fragen:

- **Ist das Thema wirklich relevant und berichtenswert? Oder ganz böse: Interessiert es wirklich jemanden außer mich/meine Schule?**
- **Hintergrund: Zu viel Kommunikation kann Kanäle verschließen > Redaktionen blocken auch bei guten Storys ab**

Einige schlaue Sprüche ... und warum sie wirklich schlau sind.

„Wer’s nicht einfach und klar sagen kann, der soll schweigen und weiterarbeiten, bis er’s kann.“ (Karl Popper)

Immer fragen:

- **Versteht Ottonormalbürger das Thema/mein Anliegen?**
- **Kann ich die Relevanz des Themas noch besser herausarbeiten?**

Einige schlaue Sprüche ... und warum sie wirklich schlau sind.

„Man brauche gewöhnliche Worte und sage ungewöhnliche Dinge.“ (Arthur Schopenhauer)

Oder so:

- **kurz**
- **prägnant**
- **verständlich**

Dialog

Welche Fragen haben Sie noch?

Was ist unklar geblieben?

Wo sind Sie anderer Meinung?

Ansonsten gilt: Versuchen Sie's, seien Sie kreativ, gehen Sie neue Wege