



**Eine Pressekonferenz braucht einen passenden Rahmen und einiges an „Zubehör“. Hier einige der wichtigsten Punkte, die Sie im Blick haben sollten:**

- Ausstattung und Vorbereitung des Konferenzraumes (Technik, Leinwand, Podium, Rednerpult, etc.)
- Auslage des Pressematerials organisieren
- Namensschilder bereitlegen sowie Blöcke/Stifte
- Wegweiser, Pfeile, Türschilder anbringen
- Parkmöglichkeiten überprüfen
- Dekoration, Firmenemblem anbringen
- Bewirtung organisieren

**In die Pressemappe für die Journalisten gehören:**

- Deckblatt mit Vor- und Zunamen/Titeln der Redner/Ansprechpartner im Betrieb sowie Kontaktdaten
- Ablaufplan für die Pressekonferenz
- Manuskripte der Redebeiträge der Konferenz
- Hintergrundinformationen (Zahlen, Daten, etc.)
- Kurzhistorie des Unternehmens
- ggfs. einige bereits veröffentlichte Presstexte

**Sammeln Sie im Vorfeld Ideen für lohnenswerte Fotomotive, die zum Thema Ihrer Pressekonferenz passen. Die Motive können Sie den Fotografen beim Termin direkt vorschlagen.**

### Literaturhinweise:

- Praxisleitfaden für zeitgemäße Presse- und Öffentlichkeitsarbeit: Deutscher Industrie- und Handelskammertag (Hrsg.), DIHK-Publikationen-Service, 104 S., 16.50 Euro, [www.dihk.de/publikationen](http://www.dihk.de/publikationen)
- Die professionelle Pressemitteilung. Ein Leitfaden für Unternehmen, Institutionen, Verbände und Vereine: Katrin Bischl, VS Verlag für Sozialwissenschaften, 148 S., 22.90 Euro, ISBN 978-3531176239
- Praxishandbuch Presse- und Öffentlichkeitsarbeit: Der kleine PR-Coach: Daniela Puttenat, Springer, 156 S., 39.95 Euro, ISBN 978-3834926111

### IHK-Veröffentlichungen zum Thema:

- Nutzen Sie unsere Flyer zum Thema Pressearbeit und insbesondere den IHK-Flyer „Das Interview“. Die Flyer sind kostenfrei abrufbar unter [www.osnabrueck.ihk24.de/presse](http://www.osnabrueck.ihk24.de/presse)
- Die Pressekonferenz: IHK Nord Westfalen, [www.ihk-nordwestfalen.de](http://www.ihk-nordwestfalen.de) (Seiten-Nr: P00381)



## Die Pressekonferenz

### Tipps für das Gelingen

**IHK Osnabrück -  
Emsland -  
Grafschaft Bentheim**  
Neuer Graben 38  
49074 Osnabrück

**Beate Böbl**  
Tel.: 0541 353-145  
Fax: 0541 353-99145  
[boessl@osnabrueck.ihk.de](mailto:boessl@osnabrueck.ihk.de)  
[www.osnabrueck.ihk24.de](http://www.osnabrueck.ihk24.de)



## Die Pressekonferenz

## Die Vorbereitung

## Der Ablauf



**Erste Grundregel: Wer zur Pressekonferenz einlädt, muss inhaltlich etwas zu sagen haben! Medienvertreter sind sonst schnell gelangweilt. Wenn Sie mit der Planung beginnen, wägen Sie ab, ob eventuell ein Anruf, eine Pressemitteilung oder ein Interview geeigneter für Ihren Anlass sein könnten.**

**Typische Anlässe für Pressekonferenzen sind:**

- Die Veröffentlichung des Geschäftsberichtes
- Unternehmensübernahmen/-übergaben
- Größere Investitionsvorhaben
- Forschungs- und Entwicklungsergebnisse
- Vorstellung eines besonderen Produktes (z. B. einer Innovation oder einer seltenen Sonderanfertigung)
- Besuch besonderer Gäste (ausländische Delegation, Ministerpräsidenten etc.)

**Am Tag der Pressekonferenz sind Sie der Gastgeber. Als Gastgeber sind durchgehend für das Programm und die Wünsche verantwortlich. Überlegen Sie frühzeitig und genau, wie der Ablauf sein soll, welche Inhalte Sie mitteilen wollen und wer sich um was kümmert:**

### ■ Der Inhalt:

Planen Sie im Detail, welche Inhalte Sie weitergeben wollen. Seien Sie umfassend über die Themen informiert, aber: Stellen Sie sich darauf ein, dass die Medien auch ganz andere Themen anschneiden. Weitere Tipps dazu finden Sie im IHK-Flyer „Das Interview“, der abrufbar ist unter: [www.osnabrueck.ihk24.de](http://www.osnabrueck.ihk24.de), Dok.-Nr. 9977.

### ■ Die Redner:

Planen Sie, wer zu welchem Thema spricht. Planen Sie kompakte, kurze Textblöcke ein. Setzen Sie genügend Zeit für Fragen an. Sichern Sie ab, welche Kollegen im Haus sich während der Pressekonferenz für eventuelle Nachfragen bereit halten sollen.

### ■ Der Ablaufplan:

Erstellen Sie einen Ablauf- und Zeitplan, den Sie strikt einhalten und den sie bei der „PK“ nochmals nennen. Organisieren Sie für Interessierte im Anschluss an die Pressekonferenz optional eine Unternehmensführung.

### ■ Einladung:

Ein Verzeichnis der regionalen Redaktionen finden Sie unter [www.osnabrueck.ihk24.de](http://www.osnabrueck.ihk24.de) (Dok.-Nr. 3428). Damit die Redaktionen die Texte aktuell schreiben können, sind Pressekonferenzen am Vormittag oft am besten besucht.

### ■ Wo soll die Konferenz stattfinden?:

Wenn Ihr Unternehmen die Raumkapazität nicht anbieten kann, sollten Sie externe Räumlichkeiten mieten.

### ■ Wer nimmt vom Unternehmen teil?

Bestimmen Sie einen bzw. mehrere passende und gut vorbereitete Sprecher aus der Geschäftsleitung. Es sollten insgesamt aber eher nicht zu viele unterschiedliche Personen vortragen.

### ■ Wie läuft die Organisation der Einladung ab?

Die Presse sollte etwa 14 Tage vor der Veranstaltung informiert werden. Setzen Sie eine angemessene Frist für die Rückantwort. Redaktionen melden sich nicht immer an. Fragen Sie einen Tag vor der Konferenz nach.



**Bereiten Sie Ihre Statements für die Pressekonferenz sorgfältig vor. Überlegen Sie sich Antworten für Fragen, die eventuell unangenehm sind oder die Sie nicht beantworten werden.**

**Zur Orientierung sind hier die wichtigsten Fragen zum Ablauf einer Pressekonferenz :**

### ■ Wie lange dauert eine Pressekonferenz?

Die einleitenden Statements sollten maximal 15 Minuten dauern. Insgesamt dauert eine Konferenz inklusive Diskussion nicht länger als eine Stunde.

### ■ Wer leitet eine Pressekonferenz?

Die Leitung sollte der Pressesprecher oder ein Mitglied der Geschäftsleitung übernehmen.

### ■ Welche Aufgaben übernimmt die Leitung?

Sie führt die Begrüßung und die Verabschiedung der Journalisten durch und moderiert die Veranstaltung.

### ■ Wie antwortet man auf Fragen?

Kurz und präzise. Sprechen Sie deutlich und nicht zu schnell. Versuchen Sie Ihre Sätze einprägsam und zitierfähig zu formulieren.

**Nach dem Vortrag folgt ein Fragen- und Antwortteil. Bemühen Sie sich, alle Fragen zu beantworten. Gehen Sie auch auf Kritik ein, vermeiden Sie aber provokante Begriffe. Versuchen Sie, gelassen zu bleiben.**