



Piratenpartei Bayern, LPTBY2012.2, Maxhütte-Haidhof



## Navigation

### 1. Journalisten, Journalismus, Medien, Pressearbeit

- 1.1 Journalisten: Berufs- und Selbstverständnis
- 1.2 Journalismus: Herausforderungen
- 1.3 Medien: Multiplikatoren der Öffentlichkeitsarbeit
- 1.4 Pressearbeit: Journalistische Selektion

### 2. AG Öffentlichkeitsarbeit

- 2.1 Zweck
- 2.2 Sub-AGs

### 3. SG Presse: Hauptaufgaben, Arbeitsmittel

- 3.1 Hauptaufgaben, Arbeitsmittel
- 3.2 Arbeit
- 3.3 Teil-Organigramm
- 3.4 Arbeitsbereiche



## Profil

### Berufsbezeichnung „Journalist“

- weder rechtlich geschützt
- noch einheitlich und verbindlich definiert.



### Tätigkeitsbeschreibung des Deutschen Journalisten-Verbandes (DJV):

- „Journalistinnen und Journalisten haben die **Aufgabe**, Sachverhalte oder Vorgänge öffentlich zu machen, deren Kenntnis für die Gesellschaft von allgemeiner, politischer, wirtschaftlicher oder kultureller Bedeutung ist.“
- Journalisten beteiligten sich „**hauptberuflich** an der Erarbeitung bzw. Verbreitung von Informationen, Meinungen und Unterhaltung durch Medien mittels Wort, Bild, Ton oder Kombinationen dieser Darstellungsmittel“.



### Schatztruhe

- Journalismus ist die professionelle Vermittlung von Information an ein Publikum.
- Der journalistische Kommunikationsprozess läuft über Massenmedien ab: Printmedien, Rundfunkmedien, Telekommunikationsmedien.





### Wolkenbrüche

- Digitalisierung, Globalisierung und Vernetzung **verändern** weltweit Medientechnologien und Medienmärkte.
- Der Journalismus muss sich hierbei fortwährend neu orientieren.



### Fakten

- Innovationen in der Informations- und Kommunikationstechnik stellen jahrzehntelang bewährte und optimierte Prozesse, Methoden, Strukturen infrage.
- Mehrmedialität ist zur integralen Fachkompetenz des zeitgemäßen Journalismus avanciert.

### Konsequenzen

- Rationalisierung, Beschleunigung, Hyperflexibilisierung, rechtlichen Novellierung
- Medienkonvergenz, Interaktion, neuartiger Informations- und Datenaustausch sowie mehrmediale Nutzungs-, Darstellungs- und Verwertungsformen.



### Trotz allen Änderungs- und Anforderungsdrucks:

Journalisten erfüllen im Kern weiterhin verfassungsrechtlich begründet und gesetzlich abgesichert ihren öffentlichen Auftrag zur Information, Kritik und Kontrolle.

<http://www.m-publishing.info/mpub-profile-003-de.html>



## Veränderungen

- Alltag und Gesellschaft werden zunehmend „**medialisiert**“.
- Konsequenz: **Wandel** von Demokratie, Markt, Forschung, Lehre, Kultur.

## Fokus hier:

**Technische Medien**, über die Signale/Daten raumzeitliche Distanzen überwinden.

## Klassische Einteilung

Printmedien, Rundfunkmedien, Telekommunikationsmedien.

## Massenmedien (publizistische Medien)

Medien der **Massenkommunikation** (öffentliche Kommunikation).  
Entscheidendes Kriterium: Öffentlichkeit.  
Trennschärfe der Medien verschwimmt.

## Medien(-organisationen)

soziale Institutionen, die bestimmte Leistungen/Funktionen für Kommunikanten bzw. für die Gesellschaft erbringen – Ordnungs-, Orientierungs- und Sinnstiftungsfunktionen.

Beck, Klaus. *Kommunikationswissenschaft*. 2. Aufl. Konstanz: UVK, 2010.



### Merksätze

Veröffentlichungen in den Medien sind das **kostengünstigste Instrument der ÖA**.  
Pressearbeit ist die effektivste und **wichtigste Form der Informationsvermittlung**.



### Pressesprecher/Politische Geschäftsführer

- Interessenvertreter und Mittler der Piratenpartei
- Ansprechpartner und Dienstleister der Journalisten.

### Erwartungshaltung der Medien

Fundierte Pressearbeit, die allen journalistischen Anforderungen gerecht wird.

Pressearbeit ist erfolgreich, wenn Journalisten sich fortwährend für die angebotenen Inhalte interessieren und diese einer breiten Öffentlichkeit zugänglich machen.



Die von den Medien wiedergegebenen „Meinungen“ basieren oft auf Pressemitteilungen.

Der Nachrichtenwert wird bestimmt

- vom Bezug zu belangvollen Ereignissen
- vom allgemeinen Interesse
- von der Folgeschwere.



### Profil

- Dach-SG für alle PIRATEN in der Öffentlichkeitsarbeit
- Koordinierende Arbeitsgruppe: unterstützt strategisch die spezialisierten Sub-AGs.

### Organisation

- Struktur: dezentral, hierarchiearm.
- Mailingliste, intern: Diskussionsmedium.
- Mailinglisten, extern: verschiedene Themen
- Mailingliste, übergreifend: verbindende Themen
- Treffen: nach Absprache mit Protokollen
- Piratenwiki: Resultate und Beschlüsse
- Sub-AGs: Mitarbeit flexibel möglich.



[http://wiki.piratenpartei.de/AG\\_%C3%96ffentlichkeitsarbeit](http://wiki.piratenpartei.de/AG_%C3%96ffentlichkeitsarbeit)



### Aufgabenverteilung

- AG Online: Koordination der Präsenz im Web
- AG Offline: „Kompetenzzentrum für alle Werbemaßnahmen“
- Website-Team: Teil der Bundes-IT, Koordination der Website [www.piratenpartei.de](http://www.piratenpartei.de)
- AG Verteiltes Rechnen: wissenschaftliche Projekte, nutzen unbenutzte Rechenzeit
- AG Senioren: „seniorengerechte Öffentlichkeitsarbeit“
- AG Pressearbeit: Pressearbeit (Pressemitteilungen)
- AG AV-Produktion: Film- und Tonproduktionen (Audio- und Videokommunikation)
- AG 2X: Konzepte, Analyse weiblicher Zielgruppen
- AG Text: Textarbeit für Projekte und Web pages
- AG Event: Planung und Durchführung von Veranstaltungen
- AG Analyse: Medieninhaltsanalyse, Medienmonitoring.

[http://wiki.piratenpartei.de/AG\\_%C3%96ffentlichkeitsarbeit](http://wiki.piratenpartei.de/AG_%C3%96ffentlichkeitsarbeit)



### Hauptaufgaben

- Unterstützung des Pressesprechers/PolGF
- Medien-Monitoring
- Polit-Monitoring
- Politik-Kalender
- Kundenmanagement
- Pressemitteilungen
- Agendasetting.

### Arbeitsmittel

- Arbeits-Mailingliste
- Pads
- OTRS/Wanninger
- Funkfeuer.

<http://wiki.piratenpartei.de/Servicegruppen/Presse>

<https://sgpresse.piratenpad.de/ep/pad/view/ro.7TjccmJ/latest?>



### „Regeln“/„Legitimation“

- Kompetenzknotenpunkt mit Regeln
- (Beziehungs-)Netzwerkausbau (intern, extern)
- Neuaufnahmen: Entscheid durch drei Vorstandsmitglieder
- Dreimonatige Probephase, danach erneuter Entscheid
- Review alle weiteren drei Monate
- Entfällt die Legitimation, entfällt die Mitgliedschaft.

### Arbeitsphilosophie

- Wer will, findet Wege, wer nicht will, findet Gründe.
- Alles die Außendarstellung der Partei betreffende wird einzeln legitimiert.

### Workflow

- Themen: Auswahl (alle), Lektorat (nur Lektoren), Freigabe (nur Vorstände)
- Pressemitteilungen: Input-Vorlage <http://wiki.piratenpartei.de/Presse/Inputvorlage>
- Unterstützung: Sub-AGs (SG Lektorat, SG Recherche etc.)



### Ressourcenverteilung

- Pressemitteilungen (Soll: 10+ PIRATEN)
- OTRS-Kontaktpflege/Presseanfragen (Soll: 3)
- Funkfeuer-Meldungsversand/CRM (Soll: 5)
- Termin-/Themen-/Medien-Monitoring (Soll: 4)
- Bild (Soll: 3)
- Orga/Support (ML-Admin, Pad-Admin, Sitzungskoordination, Wiki, etc.)
- Task Force/„Feuerwehr“/Medienbriefings
- Presseportal (in Planung) (Soll: 5)

<http://wiki.piratenpartei.de/Servicegruppen/Presse/Organigramm>



### 1. Pressemitteilungen: Arbeitsprozess

- [http://wiki.piratenpartei.de/Servicegruppen/Presse/Erstellung\\_einer\\_Pressemeldung](http://wiki.piratenpartei.de/Servicegruppen/Presse/Erstellung_einer_Pressemeldung)
- Vorlage: Input <http://wiki.piratenpartei.de/Servicegruppen/Presse/Inputvorlage>
- Vorlage: Muster <http://wiki.piratenpartei.de/Muster-Pressemitteilung>
- Vorschlag: Bewertung nach Relevanz, Aktualität, Deckung mit Grundsatzprogramm
- Vorgang: Teamarbeit, medienspezifische Präsentation
- Freigabe: Qualitätsprüfung durch Berechtigte, Versand.



### 2. OTRS: Pflege des Ticketsystems für Presseanfragen

- Mail-Eingangs an [presse@piratenpartei.de](mailto:presse@piratenpartei.de)
- Informationsanfragen: selbstständige Bearbeitung
- E-Mails komplexen Inhalts: Weiterleitung an Zuständige.

### 3. Themen- und Medienmonitoring

- Themen-Monitoring: Pressestellen von Bundesregierung, Bundestag, Ministerien, Parteien, Verbänden und andere Organisationen, Presse
- Medien-Monitoring: Berichterstattung in relevanten Print- und AV-Medien, Onlineportalen, der Blogger-Szene.



#### 4. Die Feuerwehr

- Medienbriefings
- Reaktion auf kritische Medienberichterstattung
- Pressearbeit bei Kampagnen (strategische Pressearbeit).

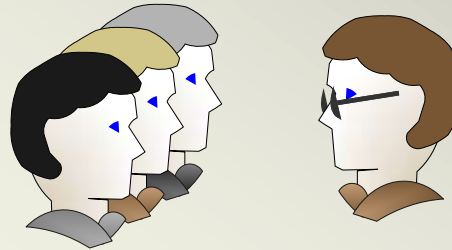
#### 5. Pressebild

- Bildjournalismus
- Erstellen, Aufbereiten, Pflege, Bereitstellen von Bildmaterial für Pressevertreter.

#### 6. Interne Organisation

- Unterstützung des für die SG zuständigen Pressesprechers im PM-Erstellungsprozess (Pads zu PM-Ideen öffnen, Lektorat und Freigeber informieren, Listenmoderation etc.)
- Unterstützung des für die SG zuständigen Pressesprechers bei der Pflege des Tages-Pads (Übersicht über die in der Bearbeitung befindlichen Pressemitteilungen)
- Einladungen zu Sitzungen der SG Presse
- Vorbereitung der Tagesordnung zu Sitzungen
- Administration der Pad- und Mailinglisten-Zugänge
- Pflege der Wikiseiten.

<http://wiki.piratenpartei.de/Servicegruppen/Presse>



**Viel Erfolg bei der Pressearbeit**

---

**Vielen Dank für die Aufmerksamkeit**

