

Pressearbeit in Europa

25.06.2007, 13:50 | Medien & Telekommunikation

Pressemitteilung von: *communication college*

Presseagentur: *SIE:Die ANDEREN.UND ICH.*



Presseinformation, 25.6.2007 - Europa war der Sage nach ein schönes Mädchen, dass Himmelgott Zeus in einen Stier verwandelte, so raubte und nach Kreta brachte, zurückverwandelte und heiratete. Sohn Minos war später Herrscher von Kreta. Von wegen Europa: Klappt das auch heute noch? Verwandeln und rauben wäre doch prima, man muss ja nicht jeden der 27 Staats- und Regierungschefs des EU-Gipfels in Brüssel zurückverwandeln – geschweige denn heiraten.

Das communication-college (cc, www.communication-college.org) hat die wichtigsten Aspekte von Pressearbeit in Europa zusammengefasst. Nicht erst seit der deutschen G8- und Europa-Präsidentschaft ersetzt grenzüberschreitende Pressearbeit den Focus auf rein deutsche Medien. Besser ist es auch von deutschsprachigen Medien zu sprechen, denn Meldungen in Deutsch sind heute per Mausklick ubiquitär. Zu den deutschsprachigen Medien gehören allerdings auch vier ausländische Nachrichtenagenturen, die aus nachkriegsgeschichtlichen Gründen auch auf Deutsch senden: Itar-Tass, AFP, Reuters und AP. Und nicht vergessen sollten die hunderte deutsch zu lesende Medien im Ausland, die auch dort hergestellt werden. Deren Leser haben eine hohe Affinität zu Sprache, Kultur und eben auch zu Berichterstattung aus Deutschland.

In Grossbritannien sowie in den meisten skandinavischen Ländern (insbesondere Schweden und Finnland), Schweiz, Österreich und den Niederlanden ist E-Mail mindestens so selbstverständlich wie in Deutschland. In Frankreich, Italien, Spanien, in den anderen Mittelmeeraanrainerstaaten sowie Osteuropa ist es vorläufig noch nicht üblich, Pressemitteilungen elektronisch zu vermitteln. Dort lautet die Empfehlung: bei aktuellen News stets zunächst die Nachrichtenagenturen per E-Mail bedienen und den Rest per Fax. Fax geht natürlich überall, aber es muss – was auch bei uns oft missachtet wird – berücksichtigt werden, dass freiberufliche Journalisten nicht nachts zwischen 22:00 und 6:30 Uhr angefaxt werden sollten, weil ihr privater Telefonanschluss oft – auch bei wichtigen und bekannten Kommentatoren

- gleichzeitig Fax ist. Briefe (soweit sie nicht ausschließlich der persönlichen Kontaktaufnahme dienen), haben im elektronischen Teil Europas nur mehr dokumentarischen Sinn, als Instrument von News aktuellen Charakters sind sie wertlos.

Texte sollten nur, wenn das von juristischer Bedeutung ist (z. B. börsenrelevante Nachrichten, Ad-hoc-Meldungen), übersetzt werden. Alles andere muss aufgrund vorgegebener Facts in der Landessprache getextet werden. Übersetzungsbüros sind dazu nur geeignet, wenn sie auf Presstexte spezialisiert sind und mehrsprachliche Journalisten beschäftigen.

Über die Art der Ansprache ist zu sagen, dass in angelsächsischen Ländern (inklusive Irland) sowie Skandinavien faktisch orientierte, knappe Texte bevorzugt werden. Werbliche Formulierungen sind, wie oftmals in Deutschland, zu vermeiden. In romanischen Ländern und Frankreich darf es ein bisschen breiter sein. Das Gleiche gilt übrigens sowohl für persönliche Gespräche als auch und besonders für Pressekonferenzen.

Zu den meisten Ost-Europäischen Ländern: Leider wird dort vielfach Cash oder andere Gegenleistungen verlangt, da der Anzeigenmarkt angesichts der noch schwächelnden wirtschaftlichen Situation dünn ist. Polen und Tschechien sind (nach unserem Werteverständnis) etwas seriöser; CIS-Länder bilden das andere Extrem. Fachzeitschriften werten dort (und leider wieder zunehmend auch in West-Europa) jede Namensnennung als honorarpflichtige Werbung. Man kann da entweder mit den Wölfen heulen oder auf Medienpräsenz verzichten. Da steht (unsere) Ethik gegen Pragmatismus. Allerdings sollte man nichts anbieten; manche überregionale Medien sind inzwischen auf der seriöseren Seite. Wer etwas fordert, findet subtile Wege dies deutlich zu machen. Abwägungssache. Es empfiehlt sich, auf lokale Ratgeber zu hören.

Kontakt:

Presse: Nadja Merl-Stephan Mail: nm@cc4y.de

Dr.Ingo Reichardt Mail: ir@cc4y.de

Tel. 06203 936381

www.communication-college.org

www.pr-akademie-rheinmain.de

Portrait

Das cc vermittelt PR-Know how. Der Fernkurs des cc ist staatlich zugelassen. Das ist Vorschrift für Anbieter, die in Deutschland den Sitz haben. Gegenüber anderen Anbietern ist das cc zertifiziert von einer Stelle, die dazu berechtigt ist. Und die Arbeitsagenturen haben das cc in den Pool der förderungswürdigen Anbieter integriert. Der cc Fernkurs schliesst mit einem englischen Zeugnis ab. Es berechtigt, weiterführende Prüfungen abzulegen: PR Managerin und PR Manager - Kommunikations-Manager und Kommunikations-Managerin bzw. Communications Manager - PR Beraterin und PR Berater - Fachwirtin Public Relations und Fachwirt Public Relations - PR Referentin und PR Referent - PR Junior Beraterin und PR Junior Berater - PR Assistentin und PR Assistent.

Zu der Kunden- und Teilnehmerliste des cc und seiner Trainer und Berater gehören u.a.: Alcan, Arbeitgeberverband Metallindustrie, Axel Springer Verlag, BASF, Bilfinger + Berger Projektentwicklung GmbH, BKK Landesverband Rheinland-Pfalz, Bringmann Managemententwicklung, CDU, CDU Wirtschaftsvereinigung, Aachen, Mönchengladbach, Celanese, Chemieverbände Baden-Württemberg, Clariant, Deutsche Bahn AG, Deutsche Verkaufsleiterschule, Deutscher Gewerkschaftsbund, Aachen, E.ON Academy, Düsseldorf, Erima Sportbekleidungs GmbH, Pfullingen, Euroforum, Europäische Kommission, Fachhochschule Mainz, FAZ Institut, Ford, Frankfurter Management Forum 2000 und im European Women's Management Development Netzwerk (EWMD, Frankfurter Presse-Club - FPC,

Fraunhofer Institut für Lasertechnik, Aachen, General Electric, Gerling, Goodyear, HBS, Agentur für Finanzkommunikation, Frankfurt , Industrie- und Handelskammer Mittlerer Niederrhein, Institut für International Research - IIR, John Deere, Knoll AG, Kölner Verkehrsbetriebe AG - KVB, Malteser Bundesverband , Marketingclub Saarbrücken, Roman Antonoff CI Workshops, Universität Heidelberg, Universität Mannheim, Vaillant, Veba Oel, Verband der Wohnungswirtschaft Niedersachsen, Verein deutscher Ingenieure (VDI) , Verlag moderne industrie - mi, Verwaltungsschule des Landes Baden-Württemberg, Zentrale Fortbildung der Programm-Mitarbeiter(innen) von ARD + ZDF (ZFP).

News-ID: 142693 • Views: 1650 (Stand: 29.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/142693/Pressearbeit-in-Europa.html>