



Pflege von Pressekontakten

Eine gute Pressearbeit setzt einen guten Presseverteiler und eine regelmäßige Pflege von Pressekontakten voraus. Ein guter Presseverteiler zeichnet sich in erster Linie durch seine Datenqualität, erst in zweiter Linie durch seine Quantität aus.

Adressaten

Erstellen Sie eine Liste mit allen regionalen/lokalen Medien (Tageszeitungen, Stadtmagazine, Anzeigenblätter, Studentenzeitschriften, Veranstaltungsplaner, Radiosender, TV-Sender, Online-Portale etc.), die als Medienkontakte von Interesse sind und erarbeiten Sie hieraus einen Presseverteiler.

Kontaktpflege

Persönlichen Kontakt zum Journalisten aufbauen und pflegen, z. B. durch Anrufe, Zusenden von Presseinformationen, Redaktionsbesuche oder persönliche Einladung auf die Golfanlage. Viele Redakteure haben bislang keine oder nur wenige Erfahrungen mit dem Golfsport und einer Golfanlage. Bauen Sie Hemmschwellen ab, indem Sie Redakteure auf Ihre Anlage einladen, am besten zu einer Führung über den Platz und/oder einem Schnupperkurs mit anschließendem persönlichem Gespräch in der Clubgastronomie.

Weitere mögliche Termine sind ein offizieller Fototermin mit Ihrem Team und natürlich der Heimspieltag. Ihre Einladung zum Heimspieltag sollte konkrete Uhrzeiten, Angaben zu möglichen Fotomotiven und die Mobilfunknummer des Presseverantwortlichen enthalten, der vor Ort erreichbar ist.

Kontaktdaten/Ansprechpartner im Presseverteiler regelmäßig aktualisieren (nicht nur Sport-, sondern auch Lokalredakteure)