Kostenlose Arbeitshilfe

Der PR-Jahreskalender

24 wiederkehrende Anlässe für Pressearbeit, je mit Vorlaufzeit und passendem Medium.

Die meisten Organisationen machen Pressearbeit, wenn etwas passiert. Das sind zwei bis drei Meldungen im Jahr. Redaktionen erinnern sich an solche Absender nicht. Wer dagegen alle sechs Wochen etwas Brauchbares schickt, wird zu einer bekannten Adresse.

Dieser Kalender listet Anlässe, die es in fast jeder Organisation gibt und die man vorausplanen kann. Sie brauchen nicht alle 24. Acht bis zwölf ergeben ein Jahr, in dem regelmäßig etwas von Ihnen kommt.

So benutzen Sie den Kalender

Gehen Sie die Liste einmal durch und kreuzen Sie an, was auf Ihr Haus zutrifft. Tragen Sie danach jeden angekreuzten Anlass mit seiner Vorlaufzeit in Ihren Kalender ein, und zwar als Termin für den Arbeitsbeginn. Ein Anlass, der erst am Tag des Ereignisses im Kalender steht, wird nichts mehr.

Die drei Regeln dahinter

Vorlauf ist alles

Monatszeitschriften haben sechs bis acht Wochen Vorlauf, Wochenzeitungen etwa zehn Tage, Tageszeitungen zwei bis drei Tage. Die Spalte „Vorlauf“ nennt jeweils die sichere Seite.

Das Sommerloch ist Ihre beste Chance

Zwischen Mitte Juli und Ende August fehlt Redaktionen Material. Eine ordentliche Meldung hat in diesen Wochen die höchste Aussicht auf Veröffentlichung des ganzen Jahres. Planen Sie dafür bewusst etwas ein.

Ein Anlass ist noch keine Nachricht

Der Kalender liefert den Zeitpunkt. Die Nachricht müssen Sie mitbringen. Ein Jubiläum ohne Inhalt bleibt ein Jubiläum ohne Inhalt.

Die 24 Anlässe

Vorlauf bedeutet: So früh sollten Sie mit der Arbeit anfangen, nicht versenden.

	Monat	Anlass	Vorlauf	Passt zu
☐	**Januar**	Jahresausblick der Branche	8 Wochen	Fachmedien, Wirtschaft
☐	**Januar**	Neujahrsempfang oder Jahresauftakt	4 Wochen	Lokalzeitung
☐	**Februar**	Zahlen des Vorjahres	6 Wochen	Wirtschaft, Fachmedien
☐	**Februar**	Ausbildungsplätze für den Herbst	6 Wochen	Lokalzeitung, Schülerportale
☐	**März**	Frühjahrsmesse der Branche	10 Wochen	Fachmedien, Messemedien
☐	**März**	Jahresabschluss und Investitionen	6 Wochen	Wirtschaft
☐	**April**	Tag der offenen Tür oder Werksführung	8 Wochen	Lokalzeitung, Radio
☐	**April**	Nachhaltigkeitszahlen des Vorjahres	8 Wochen	Fachmedien, Wirtschaft
☐	**Mai**	Neue Produkte oder Leistungen der Saison	8 Wochen	Fachmedien
☐	**Mai**	Kooperation mit Schule, Verein oder Hochschule	4 Wochen	Lokalzeitung
☐	**Juni**	Halbjahresbilanz	4 Wochen	Wirtschaft
☐	**Juni**	Ferienangebote und Betriebsferien	4 Wochen	Lokalzeitung
☐	**Juli**	Sommerloch-Thema mit eigenen Zahlen	6 Wochen	alle Ressorts
☐	**Juli**	Jubiläen von Beschäftigten und des Hauses	4 Wochen	Lokalzeitung
☐	**August**	Ausbildungsstart, neue Auszubildende	4 Wochen	Lokalzeitung, Radio
☐	**August**	Umfrage oder Auswertung aus dem eigenen Bestand	8 Wochen	Fachmedien, Wirtschaft
☐	**September**	Herbstmesse oder Fachkongress	10 Wochen	Fachmedien
☐	**September**	Personalie in der Führung	3 Wochen	Wirtschaft, Fachmedien
☐	**Oktober**	Planung und Ausblick auf das Folgejahr	8 Wochen	Fachmedien, Wirtschaft
☐	**Oktober**	Auszeichnung, Zertifizierung, Prüfsiegel	4 Wochen	Fachmedien, Lokalzeitung
☐	**November**	Aktion zum Jahresende oder Spende	6 Wochen	Lokalzeitung
☐	**November**	Fachbeitrag zu einem Branchenthema	10 Wochen	Fachmedien
☐	**Dezember**	Jahresrückblick mit eigenen Zahlen	6 Wochen	Wirtschaft, Lokalzeitung
☐	**Dezember**	Öffnungszeiten, Erreichbarkeit, Notdienst	3 Wochen	Lokalzeitung, Radio

Anlässe, die es nur bei Ihnen gibt

Die 24 oben sind der Rahmen. Die besseren Meldungen entstehen aus Dingen, die kein anderer hat. Gehen Sie einmal im Jahr diese sieben Fragen durch und tragen Sie ein, was Ihnen einfällt.

- ☐ Welche Zahl erheben wir intern, die sonst niemand hat?
- ☐ Welches Problem lösen wir gerade zum ersten Mal?
- ☐ Wer bei uns macht etwas, das ungewöhnlich ist?
- ☐ Welche Veränderung in unserer Branche merken wir vor allen anderen?
- ☐ Was haben wir im letzten Jahr aufgegeben, und warum?
- ☐ Welche Frage stellen uns Kunden immer wieder?
- ☐ Was steht bei uns an, das jemanden außerhalb betrifft?

Die Jahresplanung in einer Stunde

Schritt 1

Kreuzen Sie in der Tabelle auf Seite 2 an, was auf Ihr Haus zutrifft.

Schritt 2

Streichen Sie so lange, bis höchstens zwölf übrig sind.

Schritt 3

Tragen Sie jeden verbliebenen Anlass zweimal in den Kalender ein: einmal zum Arbeitsbeginn nach Vorlaufzeit, einmal zum Versandtag.

Schritt 4

Legen Sie für jeden Anlass jetzt schon fest, wer die Zahlen liefert. Das ist der Punkt, an dem Jahresplanungen sonst scheitern.

Schritt 5

Blocken Sie eine Stunde im Juni für die Halbzeitprüfung. Was bis dahin nicht angefangen wurde, wird gestrichen oder neu terminiert.

Ein realistischer Maßstab

Rechnen Sie damit, dass die meisten Meldungen nicht erscheinen. Eine Veröffentlichungsquote von einem Drittel ist für regionale Pressearbeit ein gutes Ergebnis. Bei bundesweiten Fachmedien liegt sie deutlich darunter. Wer das vorher weiß, hört nach der dritten Absage nicht auf.

Weiterlesen auf pr-professor.de

Aus einem Anlass eine Meldung machen, die sieben Bausteine
pr-professor.de/pressemitteilung-schreiben/

Themen finden, wenn gerade nichts passiert
pr-professor.de/pressearbeit/

Alle 24 Anlässe als Tabelle im Netz, dazu die übrigen Vorlagen
pr-professor.de/vorlagen/

Herausgeber und Kontakt

umbrella today consult, Diplom-Volkswirt Florian Knust
Susettestraße 1, 22763 Hamburg
Telefon 040 22857930 · redaktion@pr-professor.de
pr-professor.de

Wenn Sie weitergehen wollen

Beratung und Training zu Kommunikation: umbrellatoday.de
Kurse zum Einsatz von KI im Marketing: clevermangos.de