

5 PR-TIPPS FÜR DEN UMGANG MIT SCHLECHTER PRESSE

Veröffentlicht am 8. September 2014 von Rüdiger



Immer wieder kommt es vor, dass Journalisten ein Unternehmen in ein negatives Licht rücken. Selbst wenn Sie alles richtig machen, können Sie von schlechter Presse betroffen sein. Was ist in einem solchen Fall zu tun? Die Zusammenarbeit mit dem verantwortlichen Redakteur oder einer Zeitung ganz einzustellen, ist oft der falsche Weg. Unsere Media Company gibt Ihnen daher Tipps, wie Sie besser im Umgang mit schlechter Presse werden.

Manche Redakteure schrecken nicht davor zurück, für eine gute Geschichte **Unwahrheiten zu verbreiten**. Das wirkt sich dann **schlecht auf Ihr Image aus** und führt eventuell zu einem Kundenschwund. Daher stellt sich die Frage: **Welche Reaktion** ist angemessen?

UNSERE 5 TIPPS HELFEN IHNEN IM UMGANG MIT SCHLECHTER PRESSE:

1. Sprechen Sie mit dem Kritiker

Auch wenn Sie auf einen **Journalisten** nach einem kritischen Artikel nicht gut zu sprechen sind, sollten Sie **das Gespräch suchen**. Ein guter Redakteur ist an Ihrer Sicht der Dinge interessiert. Insbesondere wenn Sie ihm mit Höflichkeit begegnen, dürfte er gesprächsbereit sein. Sie können ihn dann **auf Sachfehler hinweisen**. Falls eine Kernaussage des Artikels falsch ist, können Sie **eine Richtigstellung durch den Redakteur verlangen**.

2. Veröffentlichen Sie Ihre Sichtweise

Sie haben mehrere Möglichkeiten, zu einem negativen Artikel Stellung zu nehmen. Das kann ein **Leserbrief**, ein **Kommentar auf der Webpräsenz der Zeitung** oder eine **Gegendarstellung** sein. Allerdings gesteht Ihnen nicht jeder Verlag eine **Gegendarstellung**, also einen eigenen redaktionellen Beitrag, zu. Dieses **Recht** können Sie dann unter Umständen **vor Gericht erhalten**.

3. Wenden Sie sich an den Chefredakteur

Falls Ihre Beschwerde bei dem rufschädigenden Redakteur auf taube Ohren stößt, erreichen Sie vielleicht bei dessen Vorgesetztem mehr: Im Idealfall **fordert der Chefredakteur eine positivere Berichterstattung** über Sie ein.

4. Verweigern Sie die Zusammenarbeit

Zeitungen und **Magazine** können starke Verbündete Ihres Unternehmens sein. Wenn man Ihre **Produkte positiv bewertet** oder von Ihrem **Firmenjubiläum berichtet**, ist das **beste Werbung**. Man sollte sich es daher gut überlegen, ob man einem Journalisten die Zusammenarbeit verweigert. Wenn Ihnen dieser jedoch **nichts als schlechte Presse beschert**, können Sie ihm **ruhig die kalte Schulter zeigen**.

5. Nutzen Sie die Social Media

Sollte Ihr Image durch einen Zeitungsbeitrag Schaden genommen haben, können Sie in den [sozialen Medien](#) **zeitnah darauf reagieren**. Eine **Facebook Fanpage**, ein **Firmenblog** oder Ihre **Webpräsenz** sind Plattformen, auf denen Sie Ihre Zielgruppe bestens erreichen. Auf eine Falschaussage in der Zeitung **können Sie dort sofort mit einem Beitrag antworten**. Auch wenn sie in den sozialen Medien selbst Ziel von Kritik geworden sind, können Sie bei Facebook und Co. [angemessen reagieren](#).

Es lässt sich nicht steuern, was Zeitungsredakteure über Sie schreiben. Mit **unseren 5 Tipps** können Sie nun aber **positiv auf die Berichterstattung einwirken** und Ihr **Image stärken**. [Sprechen Sie uns an](#), wenn Sie Fragen zum Umgang mit schlechter Presse haben.

Thumbnail Image: [Paparazzi statue](#) von [Yellow.Cat](#) via [CC BY 2.0](#).