



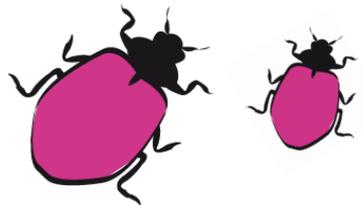
Workshop Presse

Herzlich Willkommen zum Presse-Workshop!

Isabel Krüger

Redakteurin

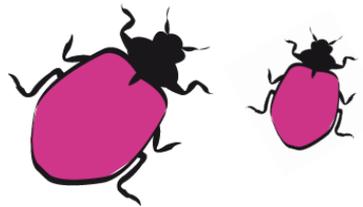
Zentrum für Umweltkommunikation





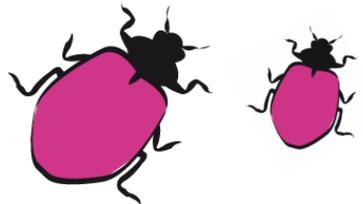
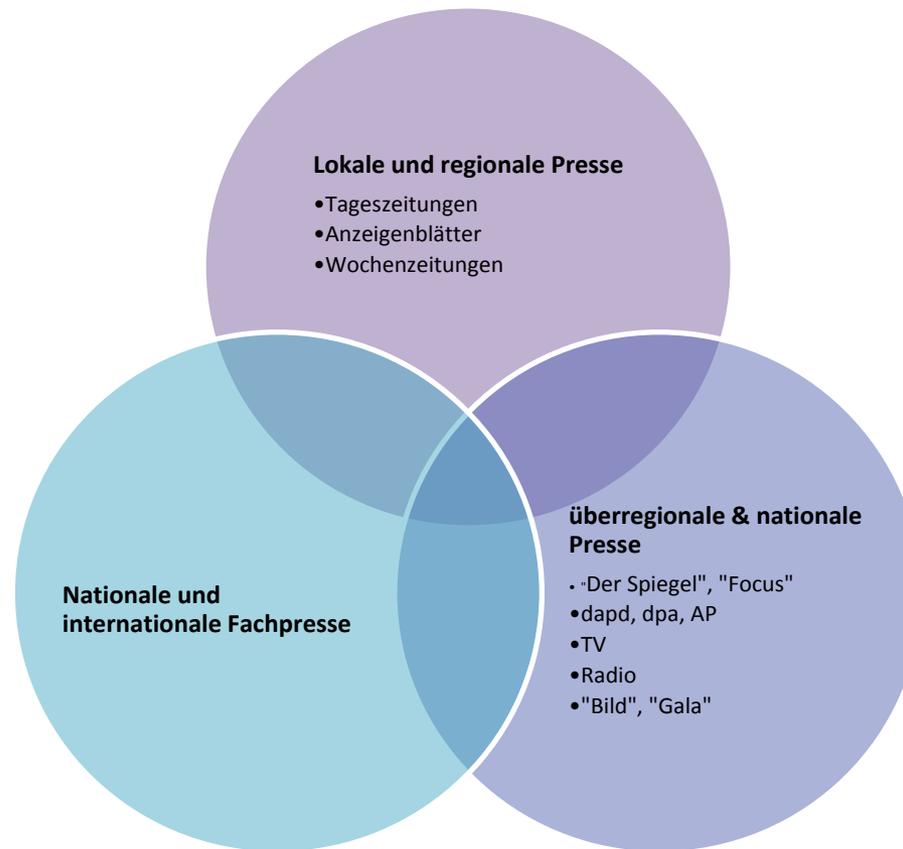
Relevanz für die Medien

- Zielgruppen im Auge behalten
- Gießkannenprinzip ist das Gegenteil von gezielter Kommunikation
- Für wen ist mein Thema wirklich relevant?





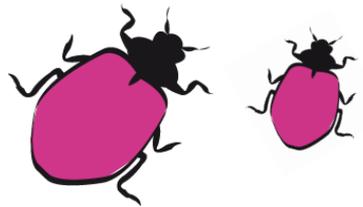
Mediengattungen





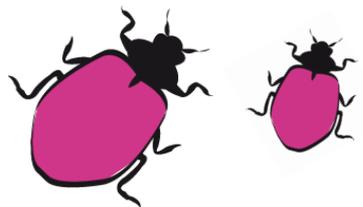
Wen soll meine Nachricht erreichen?

- Sammlung von Journalistenadressen anlegen & pflegen
- Überblick verschaffen: Recherche im Internet, Gelbe Seiten
- möglichst konkreten Ansprechpartner für mein Thema finden
- persönliche Kontakte zu Redakteuren



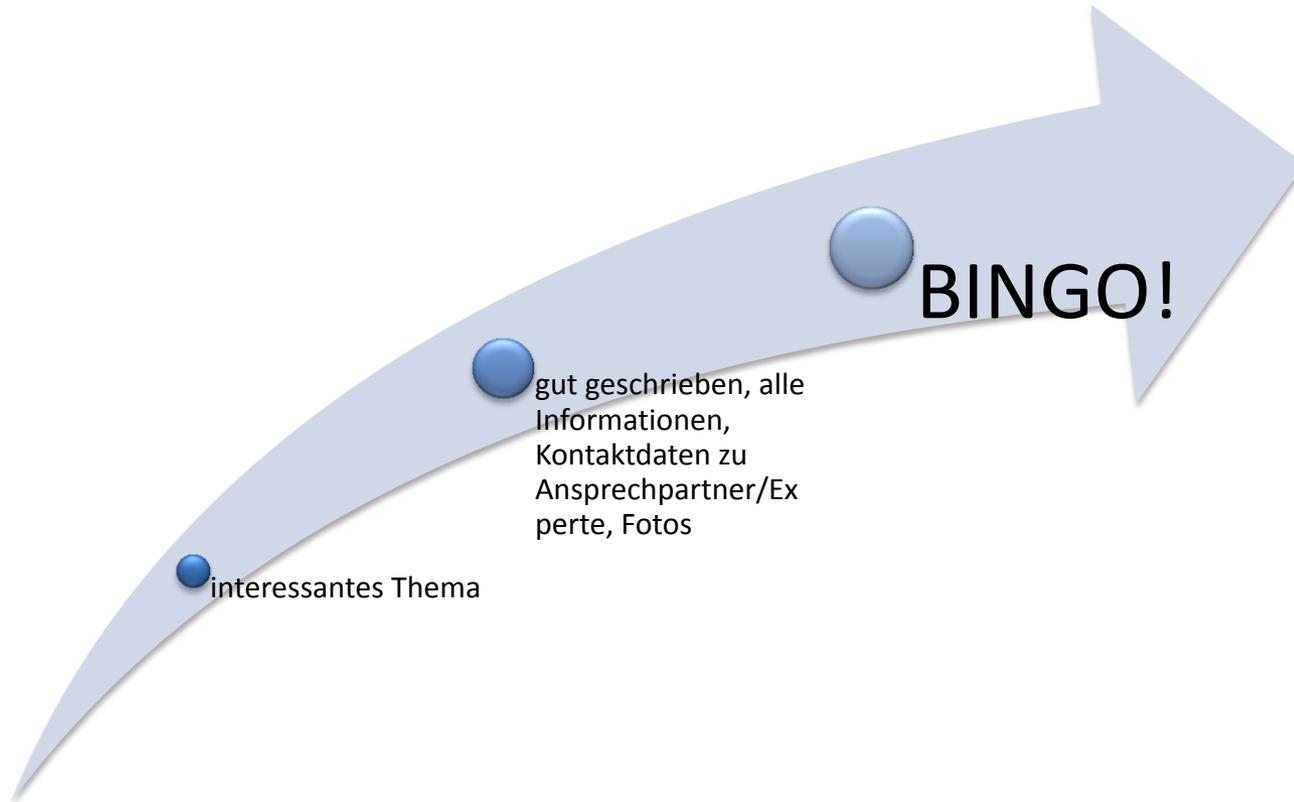


Arbeitsalltag eines Redakteurs





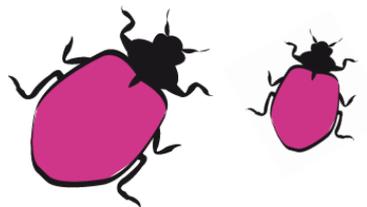
Arbeitsalltag eines Redakteurs



interessantes Thema

gut geschrieben, alle
Informationen,
Kontaktdaten zu
Ansprechpartner/Ex-
perte, Fotos

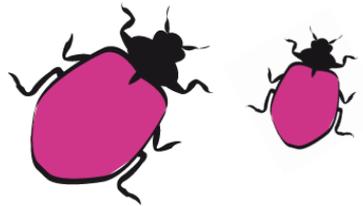
BINGO!





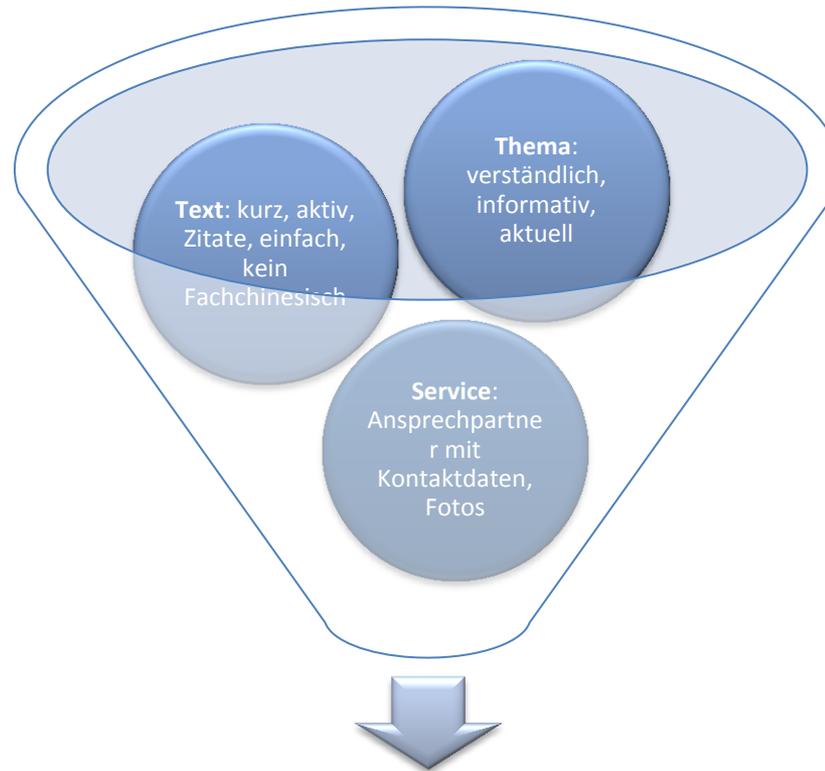
Instrumente der Pressearbeit

- Pressemitteilung: der Klassiker
- Pressekonferenz: nur bei überragendem Nachrichtenwert
- → mit Presseinladung eine Woche vorher
- Hintergrundgespräch
- Laborbesuche, Termin vor Ort
- Interview-/Gesprächsmöglichkeit am Rande einer Veranstaltung

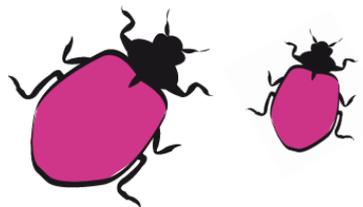




Wie wird informiert? – Der Nachrichtenwert



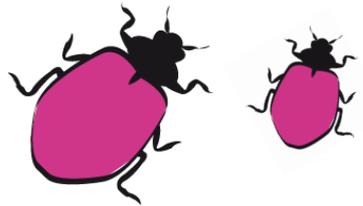
hoher Nachrichtenwert





Die Pressemitteilung – Überschrift

- kurz & knackig
- weckt Interesse
- stimmt mit Inhalt überein
- beinhaltet zentrale Aussage des Textes





Die Pressemitteilung – Überschrift

Nicht so:

„Versorgungsgespräche an der FH Lausitz“ (*kein Nachrichtenwert*)

„Welche Auswirkungen haben Nanotechnologien für die Umwelt?“
(*Antworten geben, nicht Fragen stellen*)

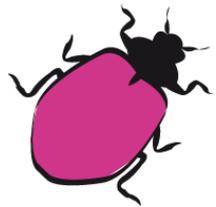
„Lymphdrüsenkrebs – Fehlfunktion eines Genregulators“ (*unklare Aussage, Fachbegriffe*)

Lieber so:

„Erfolgreiche ‚Halbzeit‘: DBU zählt schon 3.000 Besucher in Schulten-Ausstellung“

„Neues Online-Magazin der Freien Universität Berlin“

„Hubschrauber fliegen in der Halle: Trainingszentrum eröffnet“





Die Pressemitteilung – Überschrift

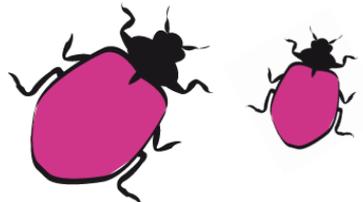
Tallahassee – Ein ordentlicher rechter Haken: Ein Tourist schlug während eines Straßenfests beim NBA-Allstar-Wochenende in Orlando (Florida) einem Polizeipferd ins Gesicht. Das ging prompt zu Boden, verletzte sich – der schlagkräftige Basketballfan wurde verhaftet.

BERLIN - In Deutschlands Ballungszentren fehlen 100 000 Mietwohnungen. Das ergab eine am Donnerstag in Berlin vorgestellte Studie des Pestel-Instituts Hannover, die die Bau- und Immobilienwirtschaft in Auftrag gegeben hatte. Werde nicht mehr in den Wohnungsbau investiert, könne es 2017 in den deutschen Großstädten 400 000 Wohnungen zu wenig geben, prognostizieren die Wissenschaftler.

cne

max. 34 Zeichen mit Leerzeichen

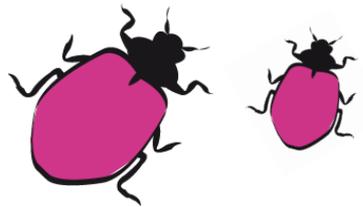
max. 30 Zeichen mit Leerzeichen





Die Pressemitteilung – Der Text: Sprache & Stil

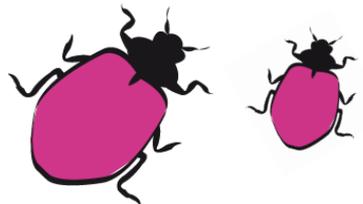
- kurze Sätze
- keine Fremdworte, Abkürzungen und Superlative
- Allgemeinplätze weg lassen (*aus diesem Grund, neben den erwähnten Dingen, frisch gebackenes Ehepaar, unwetterartiges Gewitter*)
- Keine Ich-Form und direkte Ansprache
- sachlich und informativ
- Bedenke: Das erste Drittel des Textes ist entscheidend!





Die Pressemitteilung – Der Text: Form & Aufbau

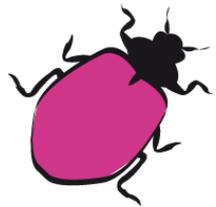
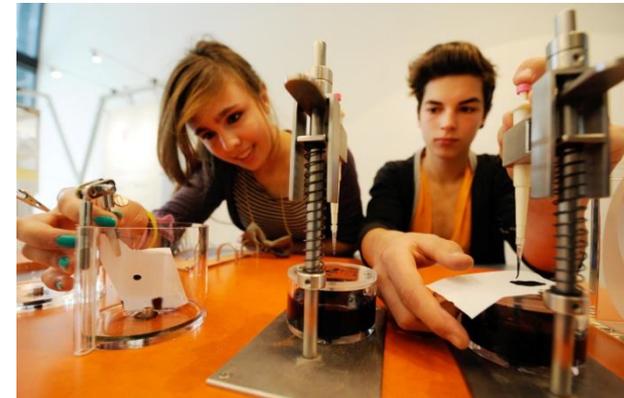
- kurzer, zusammenfassender Leadtext/Leadsatz
- das Wichtigste zuerst (Wer, was, wann, wo, warum)
- Details und Hintergründe danach
- abgestimmte Zitate, die Journalisten so übernehmen können + Name und Funktion der Zitatgeber
- inhaltliche Absätze
- max. eine Seite, gute Schriftgröße, einheitliche Gestaltung und durchgehendes CD
- [DBU](#), [Greenpeace](#), [WWF](#)





Die Pressemitteilung – Fotos

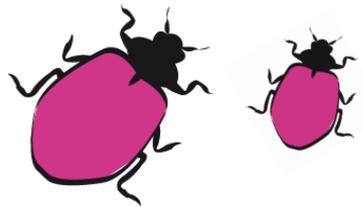
- mehr als nur schmückendes Beiwerk
- wird eher betrachtet, als Text
- stellt anschaulich dar, was Text beschreibt
- wirkt nicht wie Werbung, nicht überladen





Der Wurm muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler

- kein Anspruch auf Berichterstattung, auch wenn alle Punkte erfüllt sind
- Text per Mail versenden: erleichtert Journalisten die Arbeit
- auf Anfragen vorbereitet sein
- gut erreichbar sein
- Pressekurse und Workshops: [Medienbüro Hamburg](#), [Journalist.de](#), [evangelische Medienakademie](#), [Stiftungsakademie](#)





It`s your turn

- Schreibt eine kurze Meldung zu diesem Workshop oder ein eigenes Projekt, denn Ihr seid Veranstalter und möchtet „Presse machen“!
- max. 1.000 Zeichen mit Leerzeichen
- Gebt den Text bei mir ab.
- In der Gruppenaustauschphase bewerten wir die Texte gemeinsam

