

Pressearbeit im SoVD

Handreichung des SoVD Region Osnabrücker-Land

Computer

Ohne Computer geht's nicht mehr – egal ob PC oder Mac. Mit seiner Hilfe werden Texte erfasst und redigiert, Bilder bearbeitet und beschnitten.

Der Computer dient aber auch der Kommunikation (z. B. über E-Mail oder der Recherche im Internet).

Welche Form sollte meine E-Mail an die Presse haben?

Es macht Sinn, mit einem vorbereiteten „Briefkopf“ zu arbeiten. Wichtig ist, dass über die Pressemeldung die wichtigsten Angaben über eine evtl. notwendige Erreichbarkeit zwecks Nachfragen mitgeliefert werden.

Den Text nicht schon im Blocksatz schreiben oder andere „Programm-Spezialitäten“ einbinden. Einfachen Fließtext abliefern.

In fast allen Fällen macht es Sinn, vorher mit der Redaktion zu sprechen. Oft bestehen unterschiedliche Einschätzungen, was für die Presse wichtig ist. Dinge, denen wir großen Wert beimessen, stehen dort nicht so hoch „im Kurs“. Ein Gespräch klärt auf und hilft manche Enttäuschung zu vermeiden, und über den Hinweis: „könntet ihr das nicht so oder so machen“, sollte man dringend nachdenken.

Das gilt auch für den Textumfang. Wie bei seinen eigenen Beiträgen in seinem Arbeitsalltag kann der Redakteur einschätzen, mit welchem Umfang der Artikel geschrieben werden soll.

In der Regel lautet dann die Ansage: Maximal XXXX-Zeichen und ein Bild, aber bitte keine „Freistoßmauer“.

Zeichen zählen

Erfreulicher Weise braucht man mit dem Computer keine Zeichen mehr zu zählen. Unter der Rubrik „Überprüfen“ bietet der Rechner Angaben über das gesamte Dokument an – oder er errechnet die Zeichen eines markierten Absatzes.

Ich schicke meinen Artikel

Jeder der einen Rechner mit einem E-Mail Programm regelmäßig nutzt, kennt die Mails, bei denen man mit dem Absender erst einmal überhaupt nichts anfangen kann. Deshalb ist es wichtig, dass der Presseartikel aus dem Dokument kopiert und als Mail-Text eingefügt wird. In den Redaktionen gilt die strenge Ansage, nur Dokumente zu öffnen, deren Botschaft erkennbar ist.

Kontakte zur Redaktion

Jeder, der angebotene Kontakte mit dem Redakteur nicht nutzt, sollte von diesem Arbeitsbereich die Finger lassen.

Wissen

- über die nicht so extrem-arbeitsintensiven Bürozeiten;
- über eventuell geplante Generalthemen der Zeitung;
- über Problemzeiten in den Ferien

sind oder können enorm wichtig sein.

Wen gibt es da noch?

Zeitungen decken den überwiegenden Teil der Informationen aus dem Regionalen und mit ihren überregionalen Seiten bis hin zu den Nachrichten aus aller Welt ab. Es ist allerdings nicht ungewöhnlich, sondern eher die Regel, dass im Bereich vor Ort Mitteilungen über sogenannte Werbeblätter veröffentlicht werden. Diese kleinen Blätter gilt es ernst zu nehmen. Einmal werden sie in der Regel an alle Haushalte verteilt, zum anderen sind sie gerade wegen der örtlichen Ausrichtung und Informationsstärke kleiner und kleinster Treffen und Veranstaltungen vielgelesen und geachtet.

Farbe und Erkennbarkeit des SoVD

Die siebte SoVD Jahreshauptversammlung in der Presse.

Die wichtigsten Botschaften:

Hat der/die Vorsitzende gut gemacht und alles schnell durchgezogen. Die Kasse stimmte. Das Protokoll des letzten Jahres wurde vorgelesen. Es wurden Mitglieder geehrt. Das vorgestellte Jahresprogramm begeisterte.

Alles mal sieben und in möglichst kurzen Abständen hintereinander. Und ist tatsächlich mal ein Redakteur da und es meckert einer über die telefonische Erreichbarkeit des Büros, brauch man keine große Vorstellungskraft, um zu ahnen was anderntags als Aufmacher von „unserer SoVD Veranstaltung“ in der Zeitung steht.

Warum nicht mal mit dem Satz: „Wir haben ein paar Kopien (der SoVD-Zeitung / eines Flugblatts aus dem Kreisvorstand) mitgebracht, weil wir den Eindruck haben das Thema ist auch hier bei uns aktuell. Ein paar Kopien verteilen, ein Exemplar der Zeitung geben und schon bekommt die Versammlung einen gesellschaftspolitischen Anstrich.

Journalistische Darstellungsformen

Die Veranstaltungsankündigung

An einer Ankündigung geht kein Weg vorbei, wir sind ja kein „Geheimbund“. Manchmal reicht es schon, die Einladung bei der Redaktion abzugeben. Eine kleine Veranstaltungsankündigung sollte trotzdem sein.

Bestandteile:

Veranstalter / Wochentag / Datum / Uhrzeit

Name der Lokalität / Ort / Straße / Hausnummer

Bezeichnung der Sitzung

Kommt ein Referent / mit welchem Thema

Lassen sich zu dem Thema oder dem Referenten noch ein paar Worte sagen.

Ist die Sitzung öffentlich und sind Interessierte (so sollte es eigentlich sein) eingeladen

Die Nachricht

Sie ist eine nüchterne Verpackung einer Information: Knapp, präzise, emotionslos und wertneutral geschrieben, vermittelt die Nachricht Tatsachen und ihre Zusammenhänge. Bei der Nachricht steht das Wichtigste immer am Anfang, danach folgen die unwichtigeren Details.

Am Anfang werden immer die SECHS W's beantwortet:

Wer ist die handelnde Person?

Was geschah?

Wann geschah das Ereignis?

Wo geschah das Ereignis?

Wie ist das Ereignis abgelaufen?

Warum geschah es?

Zusätzlich als Kur: Welche Quellen gibt es?

Der Pressebericht

Der Bericht ist die längere, ausführliche Form der Nachricht – ebenso nüchtern und an Fakten orientiert. Den Bericht kann mit einem kurzen Vorspann (fett gesetzt) eingeleitet werden, in dem alles Wichtige kurz zusammengefasst ist. Am Schluss des Berichts können Hinweise auf weiterführende Quellen (z. B. Internetseiten) stehen.

Die Reportage

Die Reportage dekoriert die nüchterne Nachricht mit interessanten Details über das gesamte Drumherum eines Ereignisses. Sie liefert Beschreibungen und Stimmungsbilder von vor Ort – Farben, Gerüche, Gefühle etc. Die Reportage will die Situation vor dem Auge des Lesers lebendig machen. Dafür muss sich der Reporter selbst vor Ort ein Bild gemacht und die Dinge mit eigenen Augen verfolgt haben

Der Leserbrief

Hier darf der Autor einmal vom Gebot der journalistischen Objektivität abweichen und seine eigene Meinung zum Ausdruck bringen. Kommentiert werden in der Regel wichtige Themen, über die der Leser an anderer Stelle der Zeitung in Form eines Berichts informiert worden ist. Der Leserbrief stellt das Thema und seine Wichtigkeit aus der eigenen Sichtweise vor, erläutert Zusammenhänge, interpretiert die Bedeutung, wägt unterschiedliche Standpunkte ab und verdeutlicht eine eigene Meinung.

Die Glosse

Sie ist das Spielfeld für Kommentatoren mit spitzer Feder. Wie auch der Kommentar, gehört die Glosse zu den subjektiven Textformen. Allerdings kümmert sie sich weniger um Hintergründe oder Zusammenhänge, sondern nimmt einen Teilaspekt des Themas witzig, ironisch oder zynisch unter die Lupe. Den krönenden Abschluss des kurzen Textes bildet eine Pointe, die sitzen muss und ihre entlarvende Wirkung nicht verfehlen darf.

Das Interview

Das Interview vermittelt Informationen und Hintergründe in Gesprächsform. Der Interviewer muss sich gut vorbereiten, um geschickte, präzise und auch unterhaltsame Fragen stellen zu können. Der Interviewpartner oder die Interviewpartnerin dürfen ihre Meinung und Einschätzung äußern. Das Gespräch wird in der Regel mit einem Aufnahmegerät mitgeschnitten und anschließend (gekürzt) zu Papier gebracht. Interviews müssen vor ihrer Veröffentlichung von den

Gesprächspartnern autorisiert werden. Schriftlich geführte Interviews sind eine Alternative, jedoch wirken sie meist nicht so spontan.

Infokästen und Infografiken

Es müssen nicht immer ganze Artikel sein. Auch mit kurzen, übersichtlichen Infokästen kann man ein Thema erläutern und anschaulich machen. Beispiele: Die wichtigsten Zahlen des kommunalen Haushalts in übersichtlicher Tabellenform oder die wichtigsten Punkte des geplanten Radwegausbaus in Stichworten. Ebenso geeignet sind Diagramme (z. B. Balken- oder Tortendiagramme) und Infografiken. Insbesondere für die letzten bedarf es aber schon einiger grafischer Kenntnisse, um diese gut zu gestalten.

Eine verständliche Sprache

Eine klare, leicht verständliche Sprache ist Grundvoraussetzung für einen Artikel. Leserinnen und Leser

- wollen auf den ersten Blick erkennen, worum es geht.
- wollen schnell an Informationen kommen.
- wollen eine lebendige und ansprechende Sprache.

Gute Texte sind klar, präzise und attraktiv – und damit verständlich. Und das in Struktur, Sprache und Inhalt. Kurze einfache Sätze verwenden. Pro Satz eine Aussage. Keine endlos langen Schachtelsätze bilden. Maximal reichen 16 Wörter pro Satz. Sprachlichen Ballast streichen. Wiederholungen, Doppelungen und Abschweifungen vermeiden.

Aktiv schreiben

Statt: „Der neue Radweg wird von den Radlern begeistert angenommen.“

Besser: „Radler nehmen den neuen Radweg begeistert an.“

Verben statt Substantive

Statt: „Der Vorstand kam zu der Einigung.“

Besser „Der Vorstand einigte sich ...“

Statt: „Auf die Bekämpfung der Bedrohung durch die Konzentrierung schadstoffreicher Deponien in den Nachbarorten einigte sich gestern der Umweltausschuss.“

Besser: „Immer mehr schadstoffreiche Deponien siedeln sich in den Nachbarorten an. Der Umweltausschuss sieht darin eine drohende Gefahr und will dieser mit gezielten Maßnahmen entgegenwirken.“

Klare Sprache – Regeln zur

Fremdwörter übersetzen

Vieles lässt sich treffender in einfachen Worten sagen. Nur wo es keine Übersetzung gibt, sollte das Fremdwort stehen bleiben.

Statt: „Präsident X schlug vor, das Problem differenziert zu betrachten.“

Besser: „Präsident X schlug vor, beide Seiten des Problems zu erörtern.“

Behördensprache vermeiden

Statt Zielsetzung Ziel

Statt Rückmeldung Antwort

Statt Fragestellung Frage

Statt aufzeigen zeigen

Statt vorausplanen planen

Abkürzungen erklären

Bei der ersten Erwähnung muss die Abkürzung immer erklärt werden.

Beispiel: „Für morgen kündigt der Vorstand der Gewerkschaft der Polizei (GdP) eine Aktion an.“

Erst im weiteren Text kann dann auch die Kurzform verwendet werden.

Namen vollständig nennen

Namen müssen immer mit Vornamen genannt werden. Dazu kommt die korrekte Angabe der Funktion:

„Geschäftsführerin Linda Erbschleh sieht für das nächste Jahr schwarz.“

„Ernst Hufschmied, Pressesprecher der Industrie- und Handelskammer, erklärte den Gewinnverlust.“

Zahlen nicht verkomplizieren

Wenn es nicht auf die exakte Zahlenangabe ankommt, sollte gerundet werden. Das veranschaulicht besser die Bedeutung der Zahl.

Statt „423 Bürger gingen auf die Straße“

Besser: „über 400 Bürger ...“

Ähnlich kann man mit Prozentzahlen umgehen: 35 Prozent wären dann ein gutes Drittel. Verfälschungen müssen dabei immer ausgeschlossen werden.

Drei Varianten für Überschriften

Überschrift in einer kurzen Aussage statt nur als Schlagwort

Bohmte baut KiTa-Plätze aus

Überschrift in Frageform (als offene Frage)

Wie können neue KiTa-Plätze entstehen?

Überschrift als how-to-Aussage

So sorgt der Gemeinderat Bohmte für mehr KiTa-Plätze!

Fotos

Bilder für eine Zeitung werden immer gebraucht – oft auch nur als optische Auflockerung. Also wenn es irgendwie geht immer ein Bild mitliefern.

Fotoausrüstung

Gute Fotos zu machen und schnell zu bearbeiten, ist mit Hilfe digitaler Kameras kein Problem mehr. Selbst Smartphones haben inzwischen oft sehr gute eingebaute Kameras, so dass auch diese Fotos durchaus für die Zeitung verwendet werden können. Aber Achtung: Immer eine möglichst hohe Auflösung an der Kamera einstellen, so dass die Bilder auch die entsprechende Datenstärke haben.

Optimal ist eine Pixeldichte von 300 dpi (Dots per inch) für die geplante Abbildungsgröße.

Fotosoftware

Klassiker der Bildbearbeitungssoftware ist Photoshop. Das Programm bietet eine unüberschaubare Zahl von Bearbeitungsmöglichkeiten und wird von den meisten Profis genutzt. Der Nachteil ist, dass es sehr teuer ist und intensive Schulungen voraussetzt. Alternativen zu Photoshop sind die kostenlosen Software GIMP (www.gimp.org) oder das preisgünstige Affinity Photo für rd. 50 Euro. (<https://affinity.serif.com/de>)

Fotomotiv planen

Lokale Zeitungen leben von lokalen Fotos. Dank der digitalen Technik sind Fotografie und Bildbearbeitung zu einem „Kinderspiel“ geworden – wenn man ein paar Regeln beim Fotografieren beachtet.

Vorher über das zum Artikel passende Motiv nachdenken. Das Foto planen!

Bilder arrangieren – so zusammenstellen, dass das Motiv passt!

Den richtigen Standpunkt suchen!

Menschen machen Fotos interessanter – Schulklasse statt Schulgebäude, Bauarbeiter auf Baustellenfotos

Lieber zu viel auslösen als zu wenig, oft gibt es bei zehn Gruppenfotos nur eins, bei dem alle in die Kamera gucken und auch die Augen offen haben!

Menschen von vorn fotografieren. Nicht aus der Frosch-oder Vogelperspektive.

Beides wirkt negativ!

Das Wichtigste in den Vordergrund rücken! Bei Sachfotos auch außergewöhnliche Perspektiven suchen! Außergewöhnliche Formate einsetzen. Es muss nicht immer die „Postkarte“ sein. Außergewöhnliche Hochformate oder Panoramabilder können manchmal interessanter sein. Aufmerksam sein, ungewöhnliche Motive im Alltag aufspüren! (z. B. Schilderwald mit sich widersprechenden Aussagen)

Tiere als Motiv erzielen auch immer viel Aufmerksamkeit!

Fotos technisch nachbearbeiten! (aufhellen, Kontrast erhöhen, schärfen, Farben korrigieren)

Bildrechte (Persönlichkeitsrechte) beachten, bzw. vorher abklären! Bei Kindern müssen auf jeden Fall die Erziehungsberechtigten gefragt werden.

Die Rechte zum Bild

Bildnisse dürfen nur mit Einwilligung des Abgebildeten verbreitet werden. Die Einwilligung gilt im Zweifel als erteilt, wenn der Abgebildete dafür, dass er sich abbilden ließ, eine Entlohnung erhielt.

Ohne die erforderliche Einwilligung dürfen verbreitet und zur Schau gestellt werden:

1. Bildnisse aus dem Bereich der Zeitgeschichte;
2. Bilder, auf denen die Personen nur als Beiwerk neben einer Landschaft oder sonstigen Örtlichkeit erscheinen;
3. Bilder von Versammlungen, Aufzügen und ähnlichen Vorgängen, an denen die dargestellten Personen teilgenommen haben;
4. Bildnisse, die nicht auf Bestellung angefertigt sind, sofern die Verbreitung oder Schaustellung einem höheren Interesse der Kunst dient.

(2) Die Befugnis erstreckt sich jedoch nicht auf eine Verbreitung und Schaustellung, durch die ein berechtigtes Interesse des Abgebildeten oder, falls dieser verstorben ist, seiner Angehörigen verletzt wird.