

Life is more

Wer in der Zeitung vorkommt, kommt bei den Lesern an

- Pressearbeit als Chance -

Die Tageszeitung ist der Bibel überlegen - jedenfalls in den Augen der meisten Menschen. Denn die Mehrheit ist davon überzeugt: „Was in der Zeitung steht, ist wahr und hat Bedeutung!“. Gerade weil unsere Mitmenschen ihre Zeitung regelmäßiger studieren als Gottes Wort, bietet sie uns besondere Chancen.

Wer ein paar Grundregeln beachtet, kann regelmäßig in der Presse vor- und damit in den Wohnungen und Köpfen vieler Menschen ankommen. So nehmen Außenstehende die Aktivitäten der Gemeinde und die damit verbundene Botschaft wahr. Gleichzeitig baut die Gemeinde Vertrauen auf. Denn sie bleibt nicht „die große Unbekannte, über die niemand etwas weiß“, sondern wird transparent. Und wenn die Zeitung darüber schreibt, „kann es ja nichts Schlechtes sein“ ...

Ein weiterer Vorteil der Pressearbeit: Sie kostet zwar Mühe, aber kein Geld.

So kommen wir in die Zeitung

Bei kurzen Nachrichten oder Terminankündigungen empfiehlt sich eine Pressemitteilung, die wir selbst verfassen und per E-Mail an die Redaktionen senden.

Bei größeren Anlässen wie z.B. dem Jubiläum der Gemeinde oder der Eröffnung einer mehrtägigen Bibelausstellung bietet sich ein Pressetermin an. Auch wenn die Redakteure in diesem Fall selbst einen Bericht verfassen, sind sie dankbar, wenn die Gemeinde für sie die wichtigsten Informationen schriftlich zusammengefasst hat. Dieser Service erhöht gleichzeitig die Chance, die Berichterstattung positiv zu beeinflussen. Denn das ist der einzige Wermutstropfen der Pressearbeit: Wir haben keine Garantie, dass nach unseren Vorstellungen berichtet wird.

Wichtig ist, dass wir Verständnis für

die Redakteure der Lokalzeitungen aufbringen. Sie werden von Politik, Unternehmen und Vereinen mit Einladungen und Veröffentlichungswünschen überhäuft und sind meistens gezwungen, eine Auswahl zu treffen. Ein persönlicher, freundlicher Anruf in der Redaktion, ein gut vorbereiteter Textvorschlag und bei Terminhinweisen ein ausreichender Vorlauf von ca. einer Woche erhöhen unsere Chancen auf Berücksichtigung. Lohnend ist es auch, Anzeigenblätter anzufragen. Sie übernehmen in ihren redaktionellen Teilen gute Textvorschläge oft unverändert.

So verfasse ich eine gute Pressemitteilung

Eine gute Pressemitteilung beantwortet die sieben „W-Fragen“: Wer? Was? Wie? Wo? Wann? Warum? Welche Quelle (von wem hat der Autor seine Information)?

:GEMEINDE

Wer in der Zeitung vorkommt, kommt bei den Lesern an

Dabei gilt der Grundsatz: Das Wichtigste zuerst. Weil Zeitungsleser sich schnell und sachlich informieren wollen, ist die klassische Schulaufsatzgliederung mit einer spannenden Einleitung vor dem Hauptteil unerwünscht. Das aus Sicht des Lesers Interessanteste (eine aktuelle Neuigkeit oder eine bedeutende Information) gehört an die erste Stelle eines Textes.

Spitzeninfos mit höchstem Neuigkeitswert

Erläuternde Details

Ergänzende, weniger wichtige Punkte

Übrigens: In der Regel kürzen Redakteure von hinten. Alles, was unbedingt in der Zeitung erscheinen soll, sollte daher weit nach vorne gerückt werden.

Nicht alles, was eingefleischte Mitarbeiter der Gemeinde interessiert, ist für die Öffentlichkeit interessant. Die Redaktion druckt Pressemitteilungen vor allem dann ab, wenn sie für Leser interessant und relevant sind.

Wir müssen daher die Perspektive wechseln. Nicht: Was haben wir zu sagen? Sondern: Was interessiert die Leser? Es muss erkennbar sein, dass die Mitteilung für andere von Wert oder Nutzen ist.

che Gemeinde feiert“ reicht „Christliche Gemeinde feiert“).

Überschriften werden in der Regel von der Redaktion umformuliert. Das hat u.a. damit zu tun, dass der Redakteur Wortwiederholungen mit weiteren Überschriften in der gesamten Zeitung vermeiden muss.

Evangelistische Aussagen in ein Zitat packen

Aufgrund des Grundsatzes der Objektivität kann der verantwortliche Redakteur keine Aussagen wie „Ohne eine persönliche Beziehung wartet auf uns die Hölle.“ oder „Jesus Christus ist der einzige Weg zu Gott“ veröffentlichen.

Eine gute Möglichkeit sind daher wörtliche oder indirekte Zitate, um eine Kernaussage zu transportieren. Beispiele:

Max Muster ist davon überzeugt: „Die Bibel ist aktueller als viele meinen - sie ist sogar der Schlüssel, den Nahostkonflikt zu verstehen und sich auf die weitere Entwicklung einzustellen.“

Journalisten sprechen vom Lead-Satz (*Leitender Satz/Zusammenfassung zu Beginn*), der eine Nachricht strukturiert. Der Lead-Satz besteht aus den sogenannten **W-Fragen**, die in den ersten zwei, drei Sätzen beantwortet werden sollen.

Überschrift

Die Überschrift soll kurz und präzise sein. Sie hat die Aufgabe, den Redakteur neugierig zu machen. Während Verben erwünscht sind, können die Artikel entfallen (statt: „Die Christli-

Beispiel:

Wann?

Am kommenden Sonntag, dem 7. Oktober, findet um 20.00 Uhr

Wo? Wer?

in der Christlichen Gemeinde Bad Laasphe, Thüringer Weg 1

Was?

ein ‚Offener Abend‘ statt. Im Mittelpunkt steht die provokante Aussage: „Wir tolerieren uns noch zu Tode!“

Wer?

Konkretisierung des „Was?“

An Beispielen aus Schule, Wirtschaft und Politik will Schulamtsdirektor Hans Meyer zeigen, dass Toleranz Grenzen braucht. ...



Der Referent Dr. Klaus Müller kommt als Mediziner zu dem Ergebnis, dass die Bibel ein hochmodernes Buch mit vielen wertvollen Hinweisen sei, die den Menschen eine gesunde Lebensweise ermögliche. In seinem Vortrag will er aufzeigen, dass aus medizinischer Sicht die meisten der über 3000 Jahre alten Vorschriften im Alten Testament heute noch gültig seien. Beispielsweise entsprechen die Gesetze über Nahrungsmittel und Umgang mit Alkohol aus der Zeit eines Mose heute noch den modernsten Erkenntnissen der Ernährungsberatung und der Suchttherapie, so Dr. Vreemann. ...

Nüchterne Texte ohne Schnörkel

Im Gegensatz zu Deutschlehrern lieben Zeitungsredakteure knappe Sätze mit einem einfachen Satzbau. Schreibe sachlich und nüchtern. Wertungen, Selbstlob und nicht zu belegende Behauptungen sind zu vermeiden. Unsere Herausforderung besteht darin, unsere Mitteilung präzise und in einfachen Worten zu formulieren. Auf Fremdwörter, Abkürzungen, Füllwörter und Hilfsverben (sein, tun, machen, haben) verzichten wir. Sätze mit der Konstruktion „Wer (Subjekt) tut (Prädikat) was (Objekt)“ sind immer verständlich.

Weder die Masse der Leser noch die Mitarbeiter in den Zeitungsredaktionen haben eine vertiefte Bibelkenntnis. Selbst große biblische Namen sollten wir daher erläutern: Statt: „In der Kinderbibelwoche stand Jesaja im Mittelpunkt“, zum Beispiel: „Jesaja, der Prophet aus dem Alten Testament, ...“.



Foto: © Y. Arcours, fotolia.com

Mit Sätzen wie „Die Zuhörer wurden sehr gesegnet“; „Gott rührte die Herzen der Besucher an“; „Anschließend haben wir den Namen des Herrn angerufen“ oder „Einige sind zum Glauben gekommen“ kann der normale Zeitungsleser nichts anfangen. Hier müssen wir sachlich und nüchtern in einer verständlichen Sprache schreiben.

Die Regel „aktiv statt passiv“ sorgt für Lebendigkeit. Statt: „Am vergangenen Wochenende wurde das 100-jährige Bestehen der Christlichen Gemeinde gefeiert ...“ zum Beispiel: „Die christliche Gemeinde feierte am vergangenen Wochenende ...“

Der Leser wird nicht direkt angesprochen. Wir reden nicht von uns, sondern in der dritten Person über uns (statt: „Kommen Sie vorbei“ besser: *Die Christliche Gemeinde lädt ein zu ... am ...*“).

Letzter Check vor dem Versenden

Vor dem Versenden steht ein letzter Check: Ist der Text inhaltlich korrekt? Ist die Rechtschreibung i.O.? Sind Zitate mit dem Zitierten abgestimmt? Ist die Nachricht vollständig? Sind alle W-Fragen beantwortet?

Auch Profis lesen sich die gedruckte Version noch einmal laut vor. Dabei entlarven sich lange Sätze und Wiederholungen von selbst, Abkürzungen werden zu Zungenbrechern und Fremdwörter zu Stolpersteinen.

In der Regel bevorzugen Redaktionen die Übermittlung als Word- oder ungeschütztes PDF-Dokument. Im Zweifel: Einfach einmal anrufen und nachfragen! In jedem Fall gehören die Kontaktdaten eines Ansprechpartners für weitere Informationen in den Begleittext.

Anlässe schaffen

Mit etwas Phantasie gibt es immer wieder Anlässe für eine Pressemitteilung. Über Veranstaltungshinweise zu Vorträgen und Frauenfrühstücken hinaus gibt es viele weitere Möglichkeiten: Der Neustart der Jugendgruppe nach den Ferien, der 1000. Jungcharler seit Beginn der Aufzeichnungen oder das freiwillige soziale Jahr eines Gemeindemitgliedes. Auch Berichte über diakonische Aufgaben kommen gut an.

Die Christliche Gemeinde Bad Laasphe bietet z.B. im Rahmen der von der Kommune organisierten Kinderferienspiele jedes Jahr eine Aktivität an, über die sie anschließend berichtet. Oder sie verkauft auf dem Herbstmarkt selbstgemachte Marmelade und spendet den Erlös an ein Kinderhilfswerk. Zeitungsberichte über solche Aktivitäten geben der Gemeinde ein Gesicht.

Pressearbeit ersetzt nicht das persönliche Zeugnis, aber sie ist eine gute Ergänzung und öffnet Türen. Dass sich die Mühe lohnt, merken wir, wenn uns Bekannte auf die Berichte ansprechen: „Du, ich habe von eurem Vortragsabend gelesen. Das war ja ein interessantes Thema. Erzähl´ mir doch mal was darüber ...“.

Andreas Droese

Andreas Droese ist 42 Jahre alt, verheiratet und hat drei Kinder. In seiner beruflichen Tätigkeit ist er u.a. für die Öffentlichkeitsarbeit zuständig.

