

# Was ein Pressesprecher *beachten* sollte

## **Die zehn Grundregeln:**

### **1. Jede Information kann eine Nachricht wert sein.**

- Zweifeln Sie nicht an ihrem Wert, wenn Sie etwas vermitteln wollen.  
Mülleimer gibt es neben dem Schreibtisch und im PC.

### **2. Eine Nachricht /Info darf nicht anonym sein.**

- Sie muss einen Absender haben, sie muss nachprüfbar sein.
- Name + Verein, Organisation etc.
- Telefon/Fax/Mobil-Nr.
- eMail / Internet-Adresse

### **3. Was will der Absender, was soll die Nachricht vermitteln?**

- Auch das sollte schnell erkennbar sein.
- Headline / Unterzeile / knapper Anriss
- (Der Redakteur muss erkennen, ob es ihn interessiert)

### **4. Geht es um die Ankündigung einer Veranstaltung?**

- **Was?** *Vortrag, Film, Show, Diskussion etc.*
- **Wann?** *Datum, Uhrzeit (korrekt!!!)*
- **Wo?** *Ort, Haus, Straße*
- **Wer?** *Kurz-Info über den/die handelnden Akteur/e*
- **Warum?** *Kurz-Info zum Anlass der Veranstaltung*

## **5. Zusatzinformationen können sehr von Nutzen sein und bei der Recherche helfen.**

Also:

- Hauptnachricht/Info kompakt, weitere Informationen in der Folge
- Erklärungen
- Hintergründe
- Evtl. Verweise / Links

## **6. Der richtige Zeitpunkt.**

- Bei Veranstaltungen mindestens eine Woche vorher (es kann schon mal liegenbleiben, aus Platzmangel oder anderen Gründen)
- Und: Menschen planen ihr Leben und ihre Freizeitaktivitäten gerne.
- Vereinsjubiläen, persönliche Jubiläen, Großereignisse.. so etwas steht früh fest, das kann früh raus. Und der Redakteur hat Zeit, selbst eine Geschichte zu planen, die recherchiert werden muss.
- Veröffentlichungen in Heften, Buchveröffentlichungen etc. möglichst vorab melden wg. Vorbereitung und Werbeeffekt

## **7. Nachberichterstattung ist meist uninteressant.**

- für die nicht direkt Beteiligten, es sei denn, es gibt Neuigkeiten zu berichten.
- Bedingt: Personalien (abhängig von Person und Wichtigkeit, die von Blatt zu Blatt unterschiedlich bewertet werden dürfte)
- *Berichte von Konzerten, Theater, Vorträgen,*
- *Mitgliederversammlungen u.ä. werden in der Regel nur im Lokalblatt genommen.*
- Bei jeder Information sollte bedacht werden, welchem Medium ich sie verkaufen will.

## **8. Sich gut verkaufen, aber nicht falsch verkaufen.**

- Die Information schmackhaft machen, ist legitim und auch wichtig
- Was könnte den Redakteur, was die Leser interessieren
- „Der Köder muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler“

## **9. Kontakte halten, den Informationsfluss in Bewegung halten**

- Newsletter etc.
- Redaktion in Verteiler aufnehmen
- Der Redakteur sieht manchmal Nachrichten, wo Sie vielleicht selbst keine sehen

## **10. Alle Regeln sind nur bedingt anwendbar,**

- weil von Medium zu Medium unterschiedliche Anforderungen gelten.
- Lokalblatt
- Regional-Ausgabe
- Hörfunk
- TV / Internet

*Mit freundlicher Genehmigung  
von Jürgen Streicher 2012*