

# 15. DIÖZESANTAG ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

## JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN



## Zur Person

- Julia Geppert (38)
- Redakteurin für Mitarbeiterkommunikation/ Kommunikationsberatung/ Kampagnenkommunikation beim Bistum Münster
- Zuvor: Stellv. Chefin vom Dienst, Nachrichtenmanagerin & Redakteurin bei der „Glocke“ in Oelde
- Studium: Westfälische Wilhelms-Universität Münster  
Deutsch, Geschichte, Politik



# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

Ihre Arbeit steht heute im Fokus

- Welche Fragen haben Sie mitgebracht?
- Welche Erwartungen haben Sie an den heutigen Tag?
- Welche Erwartungen haben Sie an die Medien?  
Was wünschen Sie sich?  
Wo besteht Verbesserungspotential?

# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

## Fahrplan

1. Die Medien – Wer sind die?
2. Grundlagen der Pressearbeit
3. Was ist eine Nachricht?
4. Regeln journalistischen Schreibens
5. Mehr als „knipsen“ – Fotografie in Kürze

# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

## Fahrplan

6. Jetzt sind Sie gefragt – Praxisteil
7. Soziale Medien: Facebook und Instagram
8. Exkurs: Pressearbeit in der Krise
9. Die Pressekonferenz

# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

## 1. „Die Medien“ – Wer sind die?

- ▶ Instrument
- ▶ Multiplikator
- ▶ Pressearbeit machen nicht die Redaktionen
  - Sie sind selbst gefragt!
  - Sie sind Ansprechpartner für die Presse
  - Sie können das Image positiv prägen
  - Sie können besondere Angebote vorstellen
  - Sie können auf Krisen reagieren
  - Sie können Ehrenamtliche werben

# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

## 2. Grundlagen der Pressearbeit

### Allgemeines

- ▶ Massenmediale Kommunikation ist ein Baustein in einem strategisch geplanten Kommunikationskonzept.
- Sie ist zielorientiert: Sie kommuniziert Inhalte, um Ziele und Zielgruppen zu erreichen.



# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

## Kommunikationsstrategie und Planung

- ▶ Die Strategie beschreibt den Weg zum Ziel
  
- ▶ Frage:  
Wie können die Ziele vor dem Hintergrund vorhandener personeller und finanzieller Ressourcen am effektivsten erreicht werden?

# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

## Strategische Ö-Arbeit

- ▶ Ö-Arbeit beginnt im Haus
- ▶ Ö-Arbeit steht und fällt mit der Glaubwürdigkeit der Personen, die sie verantworten und umsetzen
- ▶ Ö-Arbeit schafft Vertrauen
- ▶ Ö-Arbeit berücksichtigt immer positive wie negative Seiten der Wirklichkeit
  - Transparenz
  - Ehrlichkeit

# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

## Tipps für die Kommunikation

- Planen Sie realistisch
- Denken Sie aus Sicht der Zielgruppe
  - **Der Wurm muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler!**
- Denken Sie mediengerecht
- Haben Sie das Mediennutzungsverhalten im Blick
- Konzentrieren Sie sich auf das Machbare

# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

## Zunächst: Klären Sie die Ausgangssituation

- Wer soll die Kommunikationsarbeit machen?
- Was soll im Rahmen der Kommunikationsarbeit gemacht werden?
- Welche Mittel/Ressourcen stehen zur Verfügung?
- Wie sind das eigene Selbstverständnis und die Kommunikationshaltung?
- Gibt es Schwachstellen?

# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

Dann: Welche Ziele haben Sie?

- ▶ Ziele sollten realistisch sein.
- ▶ Ziele sollten möglichst konkret sein.
- ▶ Ziele sollten möglichst messbar sein.

# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

## Zielgruppe und Mediennutzer im Blick haben

- ▶ Keine undifferenzierte Zielgruppen-Ansprache (Gießkannenprinzip vermeiden)
- ▶ Welche Personen/Gruppen wollen wir ansprechen?
- ▶ Welche Zielgruppe spreche ich wie und mit welchem Medium an?
- ▶ Welche Personen sind Multiplikatoren?

# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

## Kommunikationsprinzipien

- ▶ Dialog
- ▶ Kooperation und Vernetzung
- ▶ Koordination
- ▶ Kontinuität
- ▶ Transparenz
- ▶ Wahrhaftigkeit

# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

## Was braucht erfolgreiche Pressearbeit?

- ▶ Sie muss professionell betrieben werden, um effektiv zu sein.
  - Redaktionelle Arbeits- und Entscheidungsabläufe beachten (z.B. Einladungen frühzeitig rausschicken)
- ▶ Multimedialität
- ▶ Botschaften bleiben besser in Erinnerung, wenn Gefühle angesprochen werden.



# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

## Warum misslingt Pressearbeit?

- „Wir erwarten die umgehende Veröffentlichung“
- Termin zur „Unzeit“: samstags, Terminkollision
- Fehlender Anlass: außer Buffet nichts gewesen
- Nichts für die Medien: alt oder ohne lokalen Bezug
- langer Text ohne Nachricht
- unverständlich
- unvollständig
- unkomfortabel (Post, Fax)

# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

## Instrumente der Pressearbeit

- Medienverteiler (unbedingt aktuell halten!)
- Kontaktpflege zur Redaktion (auch persönlich)
- Ankündigung, Meldung, Personalie
- Bericht, Porträts, Reportagen
- Fotos, Audios, Videos
- Fototermin
- Pressegespräch/Pressekonferenz
- Interviewangebot
- Themenangebot
- Hintergrundgespräch (ohne Berichterstattung)

# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

## Medienverteiler

- Lokale Tageszeitungen
- Bistumszeitung „Kirche und Leben“
- Lokalradio und Regionalfernsehen
- Lokale Internetportale
- Anzeigenblätter und Verteilzeitungen
- Veranstaltungsmagazine
- Freie Redakteure
- pro Kontakt mindestens Bezeichnung der Redaktion, E-Mail-Adresse und Rufnummer (besser: Mobilfunk-Nummern)
- Funktionsadressen plus namentlich bekannte Redakteure
- ggf. Verteiler nach Zielgruppen/Themen/Regionen sortieren

# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

## Kontaktpflege zur Redaktion

- Das Medium erkunden: feststellen, wer wie über wen oder was berichtet
- Die festen und freien Mitarbeiter kennenlernen: wissen, wer wie tickt und wen was interessiert
- Kontaktaufnahme immer zur Redaktion, nicht nur zum einzelnen Redakteur
- Kontaktpflege/Small Talk bei möglichst vielen Gelegenheiten
  - Netzwerken nicht unterschätzen!

# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

## Über was berichte ich wie?

- Regelfall: Meldung, Personalie, Veranstaltungshinweis
- Besondere Veranstaltung: größere Ankündigung, Interviewangebot, eigener Bericht im Nachgang
- Pressekonferenz nur bei besonders relevanten Themen
- Konflikt/Krise: schnell, qualifiziert, kontinuierlich, umfassend und transparent kommunizieren, FAQ bereitstellen, Pressekonferenz
- Kontaktpflege: Small-Talk, Hintergrundgespräch

# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

Über was berichte ich wie?

▀ Was ist der passende Kanal für meinen Text?

- Presstext klassisch per E-Mail verschickt
- Veröffentlichung auf der Homepage
- Soziale Netzwerke

# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

## 3. Was ist eine Nachricht?

- ▀ Eine Nachricht ist eine **aktuelle** Mitteilung über Ereignisse, Sachverhalte oder Äußerungen, die eine Öffentlichkeit interessieren, weil sie **bisher Unbekanntes** enthält, das **folgenreich, nützlich oder unterhaltsam** oder auch alles zugleich ist.

# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

## Die Nachricht als journalistische Textform

Eine Nachricht (Meldung) ist auch eine journalistische Textform.

Sie ist **tatsachenorientiert**, enthält keine Wertungen und folgt bestimmten Regeln.

Eine lange Nachricht (Meldung) nennt man Bericht.



# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

## Die Meldung

- ▶ Eine Meldung wird nach dem Prinzip abnehmender Wichtigkeit geschrieben: Das Wichtigste steht am Anfang. Die Meldung ist im Idealfall von hinten kürzbar.
- ▶ Im „Lead“, der am Anfang einer Meldung steht, werden möglichst die W-Fragen (Wer, Was, Wann, Wo, Wie, Warum, Woher) beantwortet.

# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

## 4. Regeln journalistischen Schreibens

- Nachricht und Meinung trennen, Meinung nur im Zitat oder im Kommentar
- Immer in der dritten Person schreiben (mögliche Ausnahme: Reportage)
- Zitate und indirekte Rede abwechseln
- Namen vollständig und mit Funktion (ggf. Alter)
- Zahlen sparsam verwenden
- Synonym statt Wiederholung
- Aktiv statt Passiv
- Verb statt Substantiv

# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

## Praktische Tipps fürs journalistische Schreiben

### Zahlen

Zahlen bis einschließlich zwölf werden als Wörter geschrieben, danach als Ziffern.

Beim Datum nicht mit den Ziffern der Monate arbeiten, sondern mit den ausgeschriebenen Monatsnamen. Die Jahreszahl weglassen.

Beispiel: Am Mittwoch, 1. Dezember, ist die Adveniat-Aktion eröffnet worden.

# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

## Praktische Tipps fürs journalistische Schreiben

### Namen

Personen-Namen werden beim ersten Nennen komplett geschrieben, mit evtl. vorhandenen Titeln

(Bsp.: Prof. Dr. Elisabeth Jünemann ist zur neuen Vorsitzenden gewählt worden)

Bei den nachfolgenden Nennungen genügt der Nachname, möglich ist auch, den Titel mit zu nennen (Bsp: Prof. Jünemann stellte klar ..., Marx betonte ..., Minister Müller sagte, ...)

Bitte nicht: „Herr“ oder „Frau“

# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

## Praktische Tipps fürs journalistische Schreiben

### Abkürzungen

Grundsätzlich im Text nie Abkürzungen benutzen wie etwa z.B., u.a., etc. Diese Abkürzungen immer auflösen, also ausschreiben. Alles andere behindert den Lesefluss.

Bei Abkürzungen von Verbänden und ähnlichem, beim ersten Nennen den Verbandsnamen ganz ausschreiben und in Klammern dahinter die Abkürzung. Bei den folgenden Nennungen genügt dann die Abkürzung.

# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

## Praktische Tipps fürs journalistische Schreiben

### Zeiten

Beim ersten Satz, der über eine Veranstaltung berichtet, immer die Zeitform Perfekt benutzen, in der Folge Imperfekt.

(Bsp.: Am 1. Dezember ist die Adveniat-Aktion eröffnet worden. Dabei kündigte der Münsteraner Bischof Dr. Felix Genn an...)

Ansonsten gelten die Regeln der Zeitenfolge.

# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

## Praktische Tipps fürs journalistische Schreiben

### Direkte und indirekte Rede

Der Wechsel von direkter und indirekter Rede lockert einen Text auf.

Indirekte Rede steht im Konjunktiv.

Verwenden Sie Verben des Sagens und Meinens.

# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

Und außerdem...

- ▶ Platz in der Zeitung ist begrenzt: Absprache mit Redaktion, wie lang Text sein kann/soll.
  - In der Kürze liegt die Würze
  - Vorher: Interessiert mein Thema meine Zielgruppe?
  
- ▶ Aktualität
  
- ▶ Fakten prüfen



# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

## Schreiben fürs Internet

### ▀ Teaser

- Muss Leser in den Text ziehen; zum Weiterklicken anregen
- Basisinfos
- Kurz und knackig (schnelles Medium)

### ▀ Artikel selbst kann länger sein

- Garnieren mit weiteren Bildern
- Links in Text einfügen
- Infokästen

# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

## Schreiben fürs Internet

- ▶ Starkes Foto ist wichtig
- ▶ Generell können Texte übernommen werden, man kann sie aber durch technische Möglichkeiten noch „pimpen“
- ▶ Internet ermöglicht Crossmedialität
- ▶ Website als „Schaufenster“

# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

## 5. Mehr als „knipsen“

- ▶ Digitale Kompaktkameras und Smartphones können Fotos von ausreichender Qualität liefern
- ▶ Achten Sie auf Tiefe im Bild: unterschiedliche Ebenen
- ▶ Geben Sie den Menschen auf dem Bild, wenn möglich, etwas in die Hand, bitten Sie sie, etwas zu tun
- ▶ Lassen Sie über den Köpfen nicht zu viel Platz. Beine sind schöner als Decke.

# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

## Mehr als „knipsen“

- Regel: Wer die Kameralinse sieht, der ist auch auf dem Foto zu sehen.
- Immer mehrere Aufnahmen und Motive machen
- Aufmerksamkeit auf sich – also den Fotografen – lenken
- So nicht:
  - In einem dunklen Saal sind die Getränke auf dem Tisch durch den Blitz taghell beleuchtet, die handelnden Personen dahinter sind aber nicht zu erkennen.  
Also: Bitte auf Vorder- und Hintergrund achten

# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

Mehr als „knipsen“

## ▀ Bildrechte

- Einwilligung zum fotografieren kann ausdrücklich oder durch konkludentes Verhalten erfolgen (z.B. Lächeln in die Kamera)
  - **Tipp: Vor dem Fotografieren sagen, wofür die Bilder gedacht sind, wo sie veröffentlicht werden sollen.**  
Denn: Fotografieren ist nicht gleich Veröffentlichen, Zeitung ist nicht gleich Social Media oder Internet

# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

Mehr als „knipsen“

▀ Bildrechte:

<https://www.pfarrbriefservice.de/page/antworten-auf-rechtliche-fragen-rund-um-die-pfarrbriefarbeit>

# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

## 6. Jetzt sind Sie gefragt - Praxisteil

- Schreiben Sie zu den Aufgaben je einen Text, wie Sie ihn an die Presse geben würden:
  - Einladung zu einem Vortragsabend mit dem Thema „Fastenzeit“ am 3. März 2020.
  - Stellen Sie sich vor: Der Referent ist nicht erschienen, der Pfarrer hat den Vortrag übernommen und launig gehalten. Schreiben Sie eine Ankündigung, eine Presseeinladung und über den Abend einen Bericht für die Zeitung oder einen Text fürs Internet!

# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

## 7. Soziale Medien: Facebook und Instagram

- Facebook, Instagram und Co.
- Sind Sie dort präsent?
- Nutzen Sie die Sozialen Netzwerke um an Informationen zu gelangen und Anregungen für Ihre Arbeit zu bekommen?



# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

## Soziale Medien: Facebook und Instagram

Facebook (Bistum: fast 13.000 Freunde)

- Zielgruppe: ab 30 Jahre
- Niedrigschwellig
- Große Reichweite
- auf Veranstaltungen, Verlinkungen auf interessante Seiten (Bistum, Katholisch.de, ...)
- Aber: Man muss es pflegen, 1 Posting pro Woche sollte es schon sein.
- Einfach ausprobieren! Es erklärt sich von selbst. 😊

# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

## Soziale Medien

Instagram (Bistum: 6312 Follower)

- ▶ Zielgruppe: ab 16 Jahre
- ▶ Fotos, kurze Videos, Stories
- ▶ IGTV
- ▶ Nur mobil bespielbar
- ▶ Stories (Montagskerze des Bistum Münster) und Postings

# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

## Soziale Medien

### Instagram

#### ▀ Profile:

- Askthebishop
- Faithpwr
- seligkeitsdinge

# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

[geppert@bistum-muenster.de](mailto:geppert@bistum-muenster.de)

# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

## 8. Exkurs – Pressearbeit in der Krise Im Vorfeld

- ▶ Vertrauensbildung im Alltagsgeschäft: durch seriöse, professionelle und konsistente Kommunikationsarbeit
- ▶ Vorfeld-Kommunikation mit Pressure-Groups
- ▶ Vorbereitung auf die Krise:  
Checklisten/Ablaufpläne erstellen  
Verantwortlichkeiten definieren  
kritische Themen selbst aufspüren und durch eigene, aktive Medienarbeit beeinflussen

# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

## Während

- Sich selbst Klarheit über den Sachstand verschaffen
- Schonungslose Aufklärung und Eingeständnis eigener Fehler
- Transparenz gegenüber der internen und externen Öffentlichkeit
- So schnell wie möglich Information über den Sachverhalt liefern: schnelle, qualifizierte, umfassende, transparente und kontinuierliche Information und Kommunikation, „Wording“ und Schlüsselbotschaft festlegen; FAQ liefern

# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

## Während

- Einfache und überzeugende Botschaften: Komplexität muss reduziert werden; Information muss verknappert werden
- Integrierte Kommunikation: über verschiedene Kanäle beständig kommunizieren
- Auch Krisen-PR beginnt Zuhause: Sprachfähigkeit der Mitarbeiter herstellen
- Permanente Beobachtung der Medienberichterstattung und der sozialen Netzwerke

# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

## Danach

- Schonungsloser Blick zurück
- Aus Fehlern lernen
- Sich ggf. besser/anders auf die nächste Krise vorbereiten.
- „Krisenprävention braucht den mittel- und langfristigen Blick auf kritische oder potenziell kritische Issues.“  
(Hartwin Möhrle, Kommunikationsberater)



## 9. Die Pressekonferenz

- ▶ Ein Pressegespräch/eine Pressekonferenz ist ein Ereignis, zu dem Journalisten eingeladen werden mit dem Ziel, Publizität zu gewinnen.
- ▶ Der Anlass muss ein relevantes, berichtenswertes Ereignis sein (Veröffentlichung der Bilanz eines Unternehmens, Jubiläum, Einweihung eines neuen Gebäudes, etc.)
- ▶ Die Journalistinnen und Journalisten sollten von der Form „Pressegespräch“ einen Mehrwert haben etwa im Vergleich zu einer Presse-Mitteilung

# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

## Pressekonferenz – Was ist zu beachten?

- Definition des Anlasses
- Besetzung des Podiums – Definition der Rollen der Podiumsteilnehmer und Festlegung ihrer Botschaften
- Maximal: Moderator plus drei Gesprächspartner
- Festsetzung des Termins, werktags 10 oder 11 Uhr, Dauer ca. 45 Minuten
- Erstellung des Presseverteilers
- Wahl des Ortes (im Idealfall Ort, der zum Anlass passt)

# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

## Pressekonferenz – Was ist zu beachten?

- ca. 1,5 Wochen vorher einladen
- Insgesamt ca. 20 Minuten Statements, dann Fragen, O-Töne, Fotos
- Fotomotiv und Kulisse für Interviews vorab überlegen – evtl. Möglichkeiten für Bewegtbilder vorab überlegen
- Pressemappe vorbereiten mit Waschzetteln der Podiumsteilnehmer (alle Infos in Kürze: Daten, Namen, Fakten, Manuskripte der Statements,
- Eigene Presse-Mitteilung vorbereiten
- Getränke/Imbiss bereit stellen

# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

## 10. Jetzt sind Sie gefragt – Praxisteil II

- ▶ Planen Sie eine Pressekonferenz und führen Sie sie durch.
- ▶ Den Anlass können Sie sich selbst aussuchen.
- ▶ Besetzen Sie die verschiedenen Rollen: Sprecher, Podiumsteilnehmer, Journalisten.

# JOURNALISTISCHES SCHREIBEN UND TEXTREDIGIEREN

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

[geppert@bistum-muenster.de](mailto:geppert@bistum-muenster.de)