

RABE - INFO

Dr. Rahofer & Dr. Beck Consulting

Tipps für journalistische Sprache:

Grundregel:

Schreiben Sie einfach, kurz und gegliedert. Einfachheit erreicht man durch kurze Sätze, geläufige Wörter und anschauliche Formulierungen (Gegenteil: Kompliziertheit). Kürze erfordert die Beschränkung auf das Wesentliche (Gegenteil: Weitschweifigkeit). Gliederung setzt den übersichtlichen Aufbau von Information voraus, der „rote“ Faden muss sich durch den Text ziehen (Gegenteil: Zusammenhanglosigkeit).

Tipps 1: Schreiben Sie nur, was Sie (als Leser, Hörer oder Seher) selbst verstehen.

Tipps 2: Nennen Sie in Ihren Texten Namen und Funktionen.

Tipps 3: „Aktiv vor Passiv“ (Nicht „Der Täter wurde von der Polizei verhaftet.“, sondern „Die Polizei verhaftete den Täter.“)

Tipps 4: Fremdwörter nur dann verwenden, wenn sie unbedingt notwendig sind. Spezielle Fachausdrücke sollten erklärt werden.

Tipps 5: Eingedeutschte Wörter können ohne Weiteres verwendet werden (zum Beispiel „Trend“ oder „Snowboard“).

Tipps 6: Modewörter sind allerdings zu vermeiden. Wer weiß schon wirklich, was „Brainstorming“ ist?

Tipps 7: Erklären Sie Abkürzungen, wenn sie nicht geläufig sind. „ÖVP“ kennt jeder, aber wie ist es mir „KRAZAF“?

Tipps 8: Versuchen Sie, auf Wortwiederholungen zu verzichten. In drei Sätzen hintereinander vom „Unternehmenserfolg“ zu lesen, langweilt und ermüdet. Es gibt nur für Fachausdrücke keine Synonyme.

Tipps 9: Sparsam mit Wortzusammensetzungen umgehen. Wörter wie „Ortsbildverschönerungsaktion“ erschweren die Verständlichkeit.

Tipps 10: Die kürzeste Version eines Wortes ist meist die beste. „Kein“ statt „Keinerlei“, „Nur“ statt „Lediglich“ oder „Weiter“ statt „Weiterhin“.

Tipps 11: „Schönfärbereien“ vermeiden. Was ist der Unterschied zwischen „Arbeitskräfte freistellen“ und „Mitarbeiter kündigen“?

Tipps 12: Achten Sie auf die richtige Grammatik, Rechtschreibung und Satzzeichen.

Allgemeines zur Erstellung einer Pressemitteilung

Inhalt

Für den Inhalt einer Pressemitteilung gelten folgende Grundregeln:

- Eine Nachricht gibt nur Tatsachen wieder. (Die Meinung des Berichterstatters gehört nicht dazu).
- Die Nachricht muss neu, wichtig, interessant und ungewöhnlich sein. Die Redakteure und die Leser wählen die Berichte danach aus.
- Im Bericht sollten die sechs W s (Wer hat Was Wann Wo Wie und Warum getan (oder wird es tun)?) enthalten sein. Fragen Sie ihren eigenen Beitrag nach den sechs W s ab und geben Sie vollständige Namen und Titel, Ortsangaben und sonstige Daten an. Dazu kommt als siebtes W die Quelle der Nachricht.

Gestaltung

Wichtige Elemente einer Pressemitteilung sind Einfachheit, Gliederung (Ordnung), Kürze und Prägnanz. Insbesondere darf der Bericht nicht zu lang sein, der Leser muss motiviert sein, den Artikel weiter zu lesen. Anstatt einer langen Pressemitteilung sollte man lieber zwei kürzere anfertigen.

Aufbau

Eine richtig geschriebene Nachricht ist wie eine Pyramide: Das Wichtigste steht an der Spitze, danach folgen Informationen von abnehmender Bedeutung. Stellen Sie deshalb in allen Ihren Artikeln das Wichtige, Wesentliche, Außergewöhnliche an den Beginn, keinesfalls das Übliche, Selbstverständliche, Regelmäßige (bei längeren Berichten als fettgedruckter Vorspann sozusagen als „Kern der Nachricht“). Hier sollen möglichst viele W s, aber nicht ausführlich, beantwortet werden - nur die notwendigsten Informationen.

Tipp: Wenn Sie die ganze Nachricht in einem kurzen Satz sagen müssten, wie würde der lauten? Dieser Satz ist der erste Ihrer Meldung.

Bieten Sie nach dem Vorspann nähere Einzelheiten an, aber unwichtige Details sollten weggelassen werden, sonst wird der Artikel nicht gelesen. Führen Sie gegen Ende des Artikels weitere Informationen auf, die notfalls gestrichen werden können. Die Redaktion kürzt von hinten!

Schlagzeilen

Eine Überschrift oder Schlagzeile muss den Kern der Information des Artikels richtig wiedergeben, sie soll dem Leser Appetit machen, den Artikel überhaupt zu lesen. Die Schlagzeile soll aber keine falschen Hoffnungen wecken, die der Artikel dann nicht erfüllt. In der Regel entscheidet die Redaktion über die Schlagzeile (trotzdem ist diese froh, wenn Sie einen Überschriften-Vorschlag machen).

Schreibstil

Schreiben Sie in einfachen klaren Sätzen, in einer Sprache die jeder versteht. Vermeiden Sie Fremdwörter, zu viele Fachausdrücke, Belehrungen und komplizierte Erklärungen.

Schreiben Sie in kurzen Sätzen, mit möglichst nicht mehr als 15 bis 20 Wörtern. Eine Überprüfung der Satzlänge anhand des Ludwig-Reiners-Schema (im Anhang 9.2) ist meist sinnvoll.

Tipp: Versuchen Sie so zu schreiben, wie man spricht. Denken Sie daran, für wen Sie schreiben - Sie tun es für Ihre Leser.

Fotos

Vermeiden Sie langweilige Bilder. Verwenden Sie einen hochempfindlichen Schwarzweißfilm (400 ASA/27 DIN) um für alle Lichtverhältnisse gewappnet zu sein.

Wie man eine Nachricht vorbereitet

1. Stichwortartig alle **Aspekte** auf einen Zettel notieren
2. **Argumente** zu den Fakten ebenfalls notieren
3. Entscheiden, was daran **wichtig** erscheint:
 - a.)
 - b.)
 - c.)
4. **Struktur** entwickeln für die Reihenfolge
5. Jetzt erst mit der Formulierung beginnen

Formaler Aufbau einer Nachricht

Über- oder Dachzeile	→	<div style="border: 1px solid black; width: 200px; height: 15px; margin-left: 100px;"></div>
Hauptrubrik (Hauptzeile)	→	<div style="border: 1px solid black; width: 450px; height: 40px; margin-left: 50px;"></div>
Unterzeile	→	<div style="border: 1px solid black; width: 450px; height: 15px; margin-left: 50px;"></div>
Autor	→	<div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 15px; margin-left: 150px;"></div>
Vorspann		<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
normaler Text		<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>

aus: „Umwelt im Spiegel der Presse“, Schlüter, Hans-Joachim, Beiträge der Akademie für Natur und Umweltschutz Baden-Württemberg, Band 21, Hrsg.: Akademie für Natur und Umweltschutz beim Umweltministerium Baden-Württemberg, 1996.

Checkliste für die Zusammenstellung einer Pressemappe

- Ansprechendes Layout der Umschlagmappe: sie soll sofort eine optische Verbindung zum Projekt oder zum Veranstalter herstellen.
- Adresse, Telefon und Ansprechpartner für Rückfragen
- Verantwortliche
- Aufgabe und Bedeutung eines Projektes
- Chronik des Projektes und der Erfolge sowie Beteiligte
- Zusammenfassung der Ziele des Projektes
- Angaben zu Besonderheiten
- Fotos von Beteiligten, Aktionen, typischen oder bedrohten Pflanzen- und Tierarten, Lebensräumen (Untertitel, Herkunft und Datum auf der Rückseite)
- Information über Teilnehmer, Ablauf und Inhalt des Öffentlichkeitstermins

Checkliste für die Pressekonferenz

- Thema und Redner festlegen, Ziel formulieren.
- Termin festlegen, wenn möglich mit Redaktionen telefonisch vorklären.
- Sonstige Teilnehmer – Kollegen, Mitarbeiter, Verband – informieren.
- Zeitplan erarbeiten und Abläufe durchspielen.
- Sprecher und deren Reihenfolge festlegen.
- Ort der Pressekonferenz festlegen und reservieren.
- Einladungen an Redaktionen formulieren und versenden (mind. 10 Tage vor der Veranstaltung). Aus der Einladung müssen Gegenstand, Ort und Dauer der Pressekonferenz ersichtlich sein.
- Telefonisches Nachfassen bei den Redaktionen (zwei Tage vorher).
- Pressemappe vorbereiten (Text, Fotos, Pläne).
- Konferenzort überprüfen (Sitzordnung, technische Hilfen, Bewirtung, Verteilen der Pressemappen).
- Unterlagen mitnehmen und sich gut vorbereiten.
- Empfang, Begrüßung und Vorstellen der Teilnehmer.
- Darstellen des Themas oder des Problems, die Richtung der Diskussion vor geben.
- Diskussion leiten aber Bevormundungen vermeiden.
- Zusammenfassenden Konferenzbericht an Medien schicken, die nicht anwesend waren.
- Sichten des Presse-Echos, Manöverkritik.

nach: Schlüter, H.-J. (1996): Umwelt im Spiegel der Presse. - Beiträge der Akademie für Natur und Umweltschutz Baden-Württemberg, 21: 40 S. , verändert und ergänzt.