
Das Geheimnis der sechs Ws

Öffentlichkeitsarbeit für Vereine



Das Geheimnis der sechs Ws



Die Meldung oder Nachricht



**Sie beantwortet die W-Fragen im
ersten Absatz:**

**Wer? Was? Wann? Wo? Wie?
Warum?**

Das Geheimnis der sechs Ws



- **Kompakt:** Eine Nachricht ist die verdichtete Zusammenfassung eines Ereignisses.
- **Aktuell:** Das Ereignis hat einen Nachrichtenwert und ist neu und wichtig.
- **Hierarchischer Aufbau:** Das Wichtigste steht am Anfang des Artikels.
- **Verständlich:** Die Nachricht will in erster Linie informieren. Sie soll klar und für jeden verständlich geschrieben und immer objektiv sein. Sie darf keine Wertungen enthalten.
- **Kurz:** Meist ist die Nachricht oder Meldung in einer Zeitung oder einem Magazin nicht länger als 20 Zeilen.

Für Vereine im Vorfeld einer Veranstaltung geeignet (Ankündigung)

- **Die Langform:** Der Bericht ist die längere Form der Nachricht. Er enthält zusätzlich Hintergrundinformationen zum Thema, Stellungnahmen von Betroffenen und Zitate von Experten.

Für Vereine als Instrument der Nachberichterstattung geeignet.

Das Geheimnis der sechs Ws



Grundsätzliches

Das Geheimnis der sechs Ws



Aktiv ist die erste Wahl

Nicht so doll: „Die Kirche wurde besichtigt. Dann wurde das Mittagessen eingenommen. Danach wurde die Stadt angeschaut.“

Besser: „Die Teilnehmer besichtigten zunächst die Kirche, nahmen dann ein gemeinsames Mittagessen ein und brachen schließlich zu einem Stadtbummel auf.“

Kürzlich & Co.

Fall 1: Das Ereignis liegt schon ewig zurück, womöglich noch saisonal gebunden (Weihnachten)

Fall 2: Es erschließt sich nicht, wann genau das Ereignis war

Lösung: Kürzlich, unlängst, vor kurzem

Anzeige/Redaktionelle Berichterstattung

Eine Anzeige ist eine bezahlte Veröffentlichung und muss zum bestellten Zeitpunkt erscheinen. Redaktionelle Berichterstattung ist eine freiwillige Leistung. Es besteht kein Anspruch.

Das Geheimnis der sechs Ws



Zitate oder indirekte Rede?

Grundsätzlich macht ein Zitat einen Text lebendiger, muss aber im Verhältnis zur Textlänge stehen.

Aber: Satzzeichen beachten, Genauigkeit beim Zitatgeber und beim Zitat selbst. Falls Foto vorhanden, Zitatgeber benennen, am besten mit Funktion.

Bei indirekter Rede: Vorsicht, Konjunktiv!

Beispiel: Das milde Wetter könne durchaus zu einem verstärkten Feldhamsteraufkommen führen, erklärte Oberförster Waldemar Butz, es sei nicht auszuschließen, dass die Population sich verdreifache.

Das Geheimnis der sechs Ws



Vorsicht, Falle(n)!

Gut gemeint kann auch zu viel des Guten sein.

Das Geheimnis der sechs Ws



Der Schwafel-Faktor

Viele Pressemitteilungen sind sehr blumig geschrieben und müssen komplett „entblümchent“ werden. Das macht Redaktionsmitarbeiter eher aggro als fröhlich.

Wertungen (besonders schön, herausragend, leider), Unsachliches (Er fühlt sich der Stadt schon seit Jahrzehnten verbunden), Unwichtiges (Der Siegerpokal, der schon seit zehn Jahren im Regal des Vereinslokals einstaubt...), Werbliches (Hochspannung ist wieder garantiert; Die gemütliche Vereinskneipe lädt zum Verweilen ein), in die Länge ziehen (Die Landfrauen Marköbel trafen sich morgens und nahmen erstmal ein kräftiges Frühstück mit Speck und Eiern zu sich. Dabei wurden die Gruppen eingeteilt und jede erhielt eine Aufgabe. Danach ging es in die Küche der Ersten Vorsitzenden Herta Malzahn, wo die Brotdosen schon bereit standen.....).

Vorsicht: Jahreshauptversammlungen! (Nach der Begrüßung durch den Vorsitzenden Horst-Heinrich Soest bat dieser die Gäste, sich zu Ehren der Verstorbenen zu erheben...)

Das Geheimnis der sechs Ws



Augen auf!

Genau schreiben: Unterschiedliche Veranstalter, Veranstaltungsorte

Beispiel: Ein Verein richtet ein Fest aus, das aber nicht im Vereinsheim, sondern auf dem Sportplatz des Nachbarortes stattfindet.

Deadlines: Veranstaltungsdatum und Anmeldedatum variieren

Zeichensetzung: Kommata, Ausrufezeichen

Orthographie und Worte mit Gemeinheitsfaktor (Chirurg, Turnier)

Das Geheimnis der sechs Ws



Das geht gar nicht!

Ein guter Kontakt zur Presse ist für jedes Unternehmen, aber auch für jeden Verein Gold wert. Dieser Kontakt sollte gepflegt, aber nicht verhätschelt werden. Keiner muss sich anbiedern. Trotzdem gibt es Dinge, die einen Redakteur echt nerven können:

- Der Satz „Jetzt aber schön berichten“ oder „Schreiben Sie aber nur Positives“
- Dauerndes Rumgemecker an der Berichterstattung
- Vergleiche ziehen („Die vom TV Grummeldorf sind dauernd in der Presse“)
- Gegendarstellungen verlangen
- Belege erwarten
- Dauernd wechselnde oder auch gar kein Ansprechpartner im Verein

Das Geheimnis der sechs Ws



Für den Hinterkopf!

- Die Zeitungsverlage haben es sehr schwer – die Anzeigenerlöse und Abzahlen gehen seit Jahren zurück. Die Folge: In den Redaktionen herrscht Personalmangel. Eine Chance für Veröffentlichungen! Je besser man das Material (Meldung oder Nachbericht) vorbereitet, desto weniger muss die Redaktion daran arbeiten, nachbereiten oder verbessern. Damit steigen die Chancen auf Abdruck enorm!
- Viele Redaktionen können überdies Termine gar nicht mehr besetzen – ruhig vorher anrufen und einen eigenen Nachbericht mit Fotos (zum Beispiel von einer Veranstaltung) anbieten. Deadline abfragen und einhalten (Aktualität!)
- Redaktionen nach Themen selektieren – Fachthemen an Fachverlage, Allgemeines und Dinge, die wissenswert für die Region sind, an die Lokalmedien.
- Besondere Themen (Kooperationen, Neuerungen etc.) auch außer der Reihe den Redaktionen anbieten.
- Ferien sind immer eine nachrichtenarme Zeit – da suchen die Redaktionen häufig Füllmaterial.

Das Geheimnis der sechs Ws



Auf einen Blick

- Je besser vorbereitet, desto höher die Abdruckwahrscheinlichkeit
 - Die sechs Ws
 - Meldung als Ankündigung; Bericht für hinterher
- Bildunterschriften nicht vergessen (Personen benennen, von links nach rechts)
 - Themen anbieten
 - Saure Gurken-Zeiten nutzen
- Unterschied Anzeige/Redaktionelle Berichterstattung
 - Ansprechpartner nennen!

Das Geheimnis der sechs Ws



**Und immer dran denken:
Kommunikation ist keine Einbahnstraße!**

