



Fokus Medien- und Pressearbeit

Welche Voraussetzungen muss ein Presstext erfüllen?

Viele Vereine bemängeln in der Arbeit mit den Medien immer wieder, dass zu wenige Artikel veröffentlicht werden. Die Gründe dafür sind vielfältig. Der Verein muss seinerseits prüfen, ob der Nachrichtenwert der Information bestimmte Voraussetzungen erfüllt.

Die Information muss:

- glaubwürdig sein
- Neues vermitteln
- für die Öffentlichkeit relevant sein
- nachvollziehbar sein

Diese Voraussetzungen müssen alle in den Redaktionen eingehenden Berichte erfüllen, ansonsten ist eine Auswahl zur Veröffentlichung relativ unwahrscheinlich.

Darüber hinaus müssen die Informationen einer Norm für den Textaufbau genügen. Das Wichtigste für den Leser steht immer am Anfang, die Inhalte sind in kleine Informationseinheiten unterteilt, die Sprache schnörkellos, konkret, kurz und dabei dem Verständnisniveau der Zielgruppe angepasst. Lesen Sie dazu auch unseren Text ["Regeln für die Mediensprache"](#).

Inhaltlich haben diejenigen Themen eine größere Chance ausgewählt zu werden, die den folgenden Kriterien genügen:

Vereinfachung: Themen oder Ereignisse, die einfach zu verstehen und darzustellen sind und keiner Recherche mehr bedürfen, erfahren eine größere Bereitschaft bei den Journalisten, diese zu veröffentlichen.

Identifikation: Journalisten veröffentlichen eher Themen, die ihnen räumlich, kulturell oder durch Personen nahe sind.

Sensationalität: Je ungewöhnlicher das Ereignis, desto leichter machen Redaktionen Nachrichten daraus.

Kontinuität: Wenn ein Thema bereits in der öffentlichen Diskussion war, gelangen Themen in diesem

Zusammenhang leichter in die Berichterstattung der Journalisten.

Nicht zu vernachlässigen ist auch das persönliche Motiv der einzelnen Journalisten, warum Informationen verarbeitet werden oder nicht. Sympathie und Antipathie der Informationsquelle können auch eine Rolle spielen.

Zeitaspekt: Neben den obigen Kriterien können Vereine auch die nachrichtenarmen Zeiten nutzen. Im Hochsommer während der Ferien beispielsweise oder rund um den Jahreswechsel können Informationen thematisiert werden, die sonst eine geringe Chance auf Veröffentlichung haben.