

Handreichungen zur Pressearbeit

Voraussetzungen

Für jede Veröffentlichung in der Tageszeitung sind ein enger lokaler und ein zeitlicher Bezug nötig.

Alleiniger Maßstab für eine Veröffentlichung ist die Information des Lesers und das Leserinteresse. Werbung und Artikel, die in erster Linie als Nachweis gegenüber Dritten gedacht sind, haben keine Chance.

Grundsätzliches

Zu unterscheiden ist bei Pressemitteilungen ganz grob zwischen Ankündigungen und Nachberichten.

Die Redaktion entscheidet frei, ob eine Einsendung veröffentlicht wird oder nicht. Sie entscheidet aber nicht willkürlich, sondern bemüht sich um „Gerechtigkeit“ – aber immer im Sinne des Leserinteresses.

Manuskripte können auch abgelehnt werden. Nicht immer ist Zeit, das im Einzelnen zu begründen. Um Enttäuschungen zu vermeiden, lieber vorher anfragen, ob eine Veröffentlichung möglich ist. Jede Redaktion hat andere Strukturen, Regeln und Richtlinien, was sich bei Ehrungen, Spenden und Ausflugsberichten bemerkbar macht.

Kontakt halten, Vertrauen aufbauen, kritisch sein

Erscheinungstermine sind nicht zu garantieren. Für mögliche Rückfragen der Redaktion Name und Telefonnummer mitteilen.

Aufbau der Texte

Jede nachrichtliche Pressemitteilung muss den W-Regeln folgen: „Wer, was, wo, wann, warum“ müssen in den ersten zwei Sätzen beantwortet sein.

Vom Wichtigen zum Unwichtigen gehen, auf ausschweifende Einstiege verzichten, die konkrete Botschaft an den Anfang stellen, chronologische Protokollierung.

Schreiben

Nüchtern, nachrichtlich, es gibt keine „Damen und Herren“, keine direkte Anrede, ganze Sätze, leicht verständlich, keine Abkürzungen, kurz und prägnant.

Behördendeutsch und Floskeln vermeiden, die Botschaft muss leicht verständlich sein. Schachtelsätze vermeiden, mehr Verben statt Substantive. Passivstil vermeiden.

Je besser die Meldungen den Anforderungen entsprechen, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass sie schnell und unverändert abgedruckt werden. Für große Umschreibarbeiten hat in der Redaktion niemand Zeit.

Zusätzliches

Überlegen: Sind Vergleiche sinnvoll, kann ich Zahlenmaterial für einen Infokasten oder eine Grafik liefern, die das Thema auf einen Blick anschaulich macht?

Überschriften kann man machen, aber nicht erwarten, dass sie unverändert übernommen werden.

Fotos und Illustrationen

Digital per E-Mail, mindestens 500 KB, aber auch nicht viel mehr. Papierfotos können im Notfall angenommen werden, aber keine Dias.

Als Illustration kann auch ein Bauplan oder eine Grafik dienen.

Leserbriefe

Sind den Lesern vorbehalten. Briefe von Funktionären oder Mandatsträgern veröffentlichen wir nicht. Ihnen stehen andere Wege offen: Stellungnahmen von Behörden und Institutionen werden bei Bedarf als redaktionelle Texte aufbereitet.

Übermitteln:

E-Mail: redaktion.bamberg@infranken.de

Fax: 0951/13296199

Brief: Augustenstraße 2a, 96047 Bamberg

Telefon: 0951/13296101 (Sekretariat), alle übrigen Nummern täglich auf der Serviceseite, in der Regel unten links

Pressekonferenzen: werden in der heutigen Zeit oft überstrapaziert. Bitte nur bei brisanten Themen.