

Keine Angst vor den Medien

Nützliche Tipps im Umgang mit den Medien



Um Dir Deine Berichterstattung zu erleichtern, findest Du nachfolgend einige praktische Tipps und Hinweise.

Allgemein gilt

Sage die Wahrheit bei all Deinen Verlautbarungen. Lügen haben mittel- und langfristig keine Chance. Dies bedeutet nicht, dass immer alles gesagt werden muss. Aber was gesagt wird, muss stimmen!

Verfassen eines Presstextes

Die klassische Medienmitteilung gliedert sich in folgende Teile:

a) Titel:

- Der Titel ist die Seele jedes Artikels und muss zum Weiterlesen animieren.
- Ein guter Titel enthält eine konkrete Aussage oder eine Frage.
- Der Titel muss mit dem nachfolgenden Artikel-Text übereinstimmen.
- Ein Titel muss kurz und bündig sein.

b) Lead:

- Der Lead ist ein Extrakt der Story.
- Der Lead ist eine Art "Menükarte", die den Appetit anregen soll.
- Viele Leute lesen bekanntlich nur Titel und Lead!

Keine Angst vor den Medien - Nützliche Tipps

c) **Artikel:**

Für den Aufbau Deines Berichtes hältst Du Dich am besten an die 6W-Regel:

- Wer?
- Was?
- Wann?
- Wo?
- Wie?
- Warum?

Ein Presstext beginnt immer mit dem Wichtigsten und endet mit dem Unwichtigsten. Es kann sein, dass der Leser aus dem Artikel "aussteigt"! Darum ist es wirklich wichtig, mit dem Wichtigsten zu beginnen!

Auf jeden Fall Zwischentitel setzen!

Artikel werden durch die Redaktion von hinten nach vorne gekürzt. Je kürzer und prägnanter, desto bessere Chancen hast Du, dass Dein Artikel publiziert wird.

Optional: Der letzte Teil eines Presseartikels beinhaltet mögliche Schlussfolgerungen sowie eine kurze Zusammenfassung.

d) **Nicht zu verwendende Begriffe:**

Die nachstehenden Begriffe sollten vermieden werden, da sie im Medienbereich mit einem negativen Empfinden verbunden sind:

Begriff <i>(nicht verwenden)</i>	Alternative Begriffe <i>(diese können verwendet werden)</i>
Schütze (Schütze = Täter)	- Sportschütze, Gewehrschütze, Pistolenschütze, etc. - Sportler - Athlet - Wettkampfteilnehmer - etc.
Waffe (Waffe = Krieg)	- Gewehr, Sportgewehr, Luftgewehr, Matchgewehr, etc. - Pistole, Sportpistole, Luftpistole, Matchpistole, etc. - Sportgerät - etc.

Keine Angst vor den Medien - Nützliche Tipps

Zu verwendende Sprache

Keine Fach- und Spezialkenntnisse voraussetzen (ausser Du schreibst für eine Fachzeitung).

Einfach und möglichst leicht verständlich formulieren. Vermeiden von Fachausdrücken, Fremdwörtern und Abkürzungen. Bezeichnungen wie "Herr" oder "Frau" kommen in den deutschsprachigen Medien nicht vor (nicht einmal bei einer Bundesrätin!).

Bei einer ersten Erwähnung einer Person zu Vorname und Nachname immer auch Funktion nennen (z.B. "Hans Huber, Präsident SV Musterdorf, erklärte"). Danach kann mit dem Nachnamen weiter gearbeitet werden.

Vornamen nie abkürzen, sondern ausschreiben.

Zahlen eins bis zwölf ausschreiben.

Form und Gestaltung

a) Generell:

- Schriftgrösse mindestens ARIAL 12 (oder eine ähnliche Schriftart) für den Text. Keine unterschiedlichen Schriftarten verwenden und Text nicht gestalten.
- Fliesstext verwenden. Keine Tabellen, Bilder oder sonstige Elemente einbauen. Allfällige Ausnahmen (z.B. Fachmagazine, etc.) sind gesondert zu betrachten und mit diesen direkt abzusprechen.

b) Papierform:

Von der Einreichung in Papierform wird abgeraten!

c) Elektronisch:

Wird der Bericht mittels eMail eingereicht, so gilt es folgendes zu beachten:

- Bericht als Beilage (Word-Dokument) einreichen - und nicht als Text in das eMail einsetzen.

Bilder und Fotos

Fotos nie in den Text integrieren, sondern separat bzw. als separate Beilage schicken.

- **Generell:**

- Die Bilder im "Breitformat" einreichen. Bilder im "Hochformat" haben eine geringe Chance, publiziert zu werden.

- **Elektronische Medien (z.B. Webseiten):**

- Ein Foto sollte im Format 1024x768px eingereicht werden.
- Es dürfen auch mehrere Bilder (aber nicht mehr als 20) eingereicht werden.

- **Print-Medien (Zeitungen):**

- Eine möglichst hohe Auflösung einreichen! Die Auflösung zu verkleinern ist durch die Redaktion möglich - umgekehrt nicht! Allenfalls über mehrere eMails verteilt.
- Es dürfen auch mehrere Bilder (aber nicht mehr als 2) eingereicht werden.

- **Bildlegenden:**

Zu jedem Foto gehört immer auch eine Bildlegende (Name; Funktion; Kurzbeschreibung, was zu sehen ist).

Die Bildlegende (Fliesstext; keine Absätze oder Tabulatoren) ist direkt unter den Dateinamen der Bilddatei zu setzen.

Beispiel: *DV-2018_Praesident_001.JPG:*
Ein strahlender Heinz Meili (li) nach seiner Wahl zum neuen Kantonalpräsidenten zusammen mit seinem Amtsvorgänger Urs Stähli.

Ranglisten

Wird der Bericht elektronisch eingereicht, so ist zusätzlich zu den oben erwähnten Punkten für Ranglisten auch noch folgendes zu beachten:

- **Generell:**

- Die Ranglisten können auch (am Schluss des Berichtes) als Fliesstext eingefügt werden. Auf jeden Fall (zwingend!) die Darstellung "Fliesstext" verwenden.

Beispiel einer Rangliste im Fliesstext:

Wettkampftitel/Bezeichnung:

1. Bruno Winzeler (Zürich) 200. 2. Patrick Wick (Hirzel) 199. 3. Mirco Costa (Wohlen) 199. 4. Nadja Marbach (Grosswangen) 199. 5. Franz Ingold (Remigen) 198. 6. Markus Wild (Bönigen) 198. 7. Daniel Streuli (Horgenberg) 198. 8. Monika Zahnd (Frutigen) 198. 9. Urs Simmler (Brütten) 198. 10. Willi Garo (Unterägeri) 198.

- **Elektronische Medien (z.B. Webseiten):**

- Die Ranglisten auch im PDF-Format einreichen. PDF-Dateien können auf Webseiten zusätzlich publiziert werden.

- **Print-Medien (Zeitungen):**

- Keine Tabellen einschicken (weder PDF, noch Word, noch Excel). Allfällige Ausnahmen (z.B. Fachmagazine, etc.) sind gesondert zu betrachten und mit diesen direkt abzusprechen.



Wie gelangt man in die Medien?

Entscheidend ist, dass die Meldung neu und für die entsprechende Leserschaft von Interesse ist. In Lokalzeitungen sind die Abdruckchancen viel besser als bei den grossen Tageszeitungen, vor allem, wenn die Meldung einen lokalen Bezug hat.

Personifizieren (lokale Personen namentlich und mit Wohnort erwähnen) erhöht die Abdruckchancen ebenso wie ein Bild. Vorabklärungen bei der entsprechenden Redaktion können von grossen Nutzen sein.

- **Anmerkung:** Um die Chancen, dass ein Bericht publiziert wird, zu erhöhen, kann derselbe Bericht nicht für alle Zeitungen in identischer Ausführung verwendet werden. Der lokale Bezug (im Titel, im Lead, beigelegtes Bild) muss hergestellt werden. Dementsprechend muss ein Bericht für die verschiedenen Zeitungen jeweils angepasst werden.

Absender kann entscheidend sein

Bezeichne Deine Meldung nicht als "Eingesandt", sondern als "Pressemitteilung" oder "Pressedienst". Es hilft auch, wenn in Deinem Absender ein offizieller Titel (wie z.B. "Pressedienst SV Musterdorf") zu finden ist.