

## „Erfolgreiche Pressearbeit“

Handout Netzwerktreffen Denkmalschutz, 25. Juni 2022

Christian Arns (Christian.Arn@med.uni-greifswald.de)

### Pressemitteilung: Neuigkeiten, nicht Medienfortbildung

Die meisten Journalist:innen in Redaktionen haben

- Zeitknappheit
- keinen Mangel an Themen und Ideen
- zu wenig Platz/Sendezeit
- Interesse an totalen Knallerthemen

Daraus folgt: Wir wollen es den Redaktionen leichtmachen, unsere Pressemitteilung auszuwählen und zu übernehmen. Daher sollte sie bereits wie eine journalistische Nachricht geschrieben sein. Unser Ziel: copy-paste ist möglich, ohne dass unser Text als „komisch“ auffällt.

Dazu muss die PM eine Neuigkeit enthalten! Die gehört ganz an den Anfang! (Ja, zwei Ausrufezeichen)

Wenn wir andere Formate anstreben, brauchen wir meist ein anderes Instrument der Medienarbeit. Aus einer normalen Pressemitteilung (geschriebener Text, digital an mehrere/viele Redaktionen gleichzeitig gemailt) wird nun einmal meistens eine Nachricht.. wenn sie es denn überhaupt ins Licht der medialen Öffentlichkeit schafft. Außer der Neuigkeit (!! ) sollte sie einen oder sogar mehrere Nachrichtenfaktoren enthalten. Wenn sie drin sind, sollten sie auch betont werden, also an den Anfang gestellt:

- Aggression/Konflikt
- Bedeutsamkeit (fürs Publikum)
- Prominenz
- Emotionen
- Nähe
- (möglicher) Schaden/Nutzen
- Tragweite
- Überraschung

Trifft der folgende Satz für die Pressemitteilung zu? „Das ist eigentlich ein interessantes Thema, über das man sich auch mal Gedanken machen sollte.“ Vermittelt die Pressemitteilung diese Botschaft? Mit „eigentlich“ und „sollte“? Dann ist sie viel zu schwammig. Sie kann weg, direkt in den Müll. In der Redaktion geschieht das ohnehin.

„Eigentlich interessant“ und „mal Gedanken machen“ reicht nicht. Denn die Pressemitteilung hat nicht die Aufgabe, Journalist:innen allgemein zu informieren, sie anzuregen oder fortzubilden. Dazu haben die meisten Redakteur:innen überhaupt nicht die Zeit. Jede Pressemitteilung steht in Konkurrenz zu vielen anderen Mails und muss daher sofort wirken: durch eine klare und neue Aussage, die spannender als die Pressemitteilungen der anderen Institutionen ist. Eine PM wird im Normalfall entweder direkt zu einer Nachricht oder eben gelöscht.

### Erste Sätze, die wir uns definitiv schenken können:

- ☛ Bereits zum achten Mal ...
- ☛ Die Geschichte des Gebäudes reicht bis ins 16. Jahrhundert zurück.
- ☛ Haben Sie sich schon einmal gefragt, ...

### **Gute Geschichten sind lebendig!**

Das gilt für den Bericht und das Interview, den Facebook-Post oder die Instagram-Story. Lebendig heißt, dass wir uns etwas vorstellen können: begeisterte Kinder in einem Raum mit einer interaktiven Ausstellung, finanzstarke Bildungs-Touristen, die einen neuen Ausflugspunkt ausgemacht haben, aber auch die junge Tochter des Bürgermeisters, die gegen alle Konventionen schreibt, Kontakt zu Dichtern pflegt und die sich durchsetzt, obwohl sie noch so jung ist.

Wer die Geschichte interessant findet, wer sie lebendig (!) vor Augen hat, findet den Handlungsort automatisch wichtig.

### **Funktionierende Dramaturgie einer guten Geschichte**

(NICHT für Nachricht / Pressemitteilung):

- 1) Held:in munter im Alltag; für die Zielgruppe ist Identifikation möglich
- 2) einschneidendes Ereignis, Störung des Alltags: Problem
- 3) Held:in will lösen, meist mit Ratgeber:in (die/der ggf. abrät)
- 4) Lösungsversuch scheitert, Problem wird deutlich sichtbar
- 5) Helfer:in erscheint, Optimismus steigt
- 6) krachendes Scheitern zeigt in vollem Umfang, wie enorm groß das Problem ist
- 7) Erweiterung des Problems, Spannung steigt
- 8) Geschafft

### **Orientierungshilfen**

Wer sich etwas für **Pressemitteilungen** abgucken möchte, braucht nur aufmerksam Nachrichten zu lesen, am besten mehrfach. Der Aufbau wird schnell sichtbar: erst die Neuigkeit (nicht die Vorgeschichte), dann eine Ergänzung, die Quelle/der Anlass, anschließend weitere Informationen.

Wer sich eine Standard-Dramaturgie einer funktionierenden **Geschichte** vergegenwärtigen möchte, schnappt sich zwei, drei Inhaltsverzeichnisse von Jugendbüchern, z.B. „5 Freunde“. Die Kapitel entsprechen in etwa den hilfreichen Schritten.