

# Grundregeln zur Pressearbeit von Vereinen

## Ziel:

Über die Medien die Bürger von Aufgaben, Kompetenz und Leistungen des Vereins zu informieren. Öffentlichkeitsarbeit schafft Vertrauen, hilft bei der Nachwuchswerbung. Wichtig sind: Offenheit, Glaubwürdigkeit, Kontinuität.

## Was ist eine Pressemitteilung?

Eine klare und verständlich formulierte Mitteilung, die in Aufbau und Sprache einer bestimmten Struktur folgt. Man unterscheidet zwischen kürzeren **Meldungen** und längeren **Berichten**.

## Aufbau:

Das Wichtigste gehört an den Anfang, den so genannten Vorspann. Weitere Informationen folgen je nach Wichtigkeit. Die Zeit des Lesers ist knapp, es kommt auf schnelle Infos an. Wichtig sind die so genannten 6W: Wer hat was wann wo wie und warum getan?. Zusätzlich sollte noch die Quelle der Nachricht genannt werden.

**Wer:** Vor- und Zunamen sollten ausgeschrieben werden, ebenso der Name des Vereins.

**Wo:** An welchem Ort findet/fand die Veranstaltung statt.

**Wann:** Nicht auf das Datum vergessen.

**Was:** Anlass der Pressemitteilung.

**Wie:** Nähere Details können nun ausgeführt werden.

**Warum:** Zusätzliche Hintergründe.

## Stil/Inhalt:

Formalien: Name, Anschrift, Telefonnummer nicht vergessen.

Einfacher Satzbau, wenige Nebensätze.

Auf abstrakte Hauptwörter verzichten, Verben machen einen Bericht lebendig.

Sätze im Aktiv statt im Passiv.

Der erste Satz einer Nachricht steht im Perfekt: („Hans Maier ist zum neuen Vorstand gewählt worden“).

Zahlen von Eins bis Zwölf werden ausgeschrieben. Ausnahme: Datumsangaben.

Auf Abkürzungen verzichten oder diese zumindest beim ersten Gebrauch erklären.

Auf Füllwörter verzichten (dann, anschließend, diesjährig, kann begrüßen)

Verzichtet werden kann auch auf Selbstverständliches wie „ordnungsgemäße Einladungen“, „Bekanntgaben der Tagesordnung“, Gedenkminuten, ordentliche Kassenführungen, Entlastungen und den Dank für gute Zusammenarbeit.

**Der Leser will kein Protokoll, sondern Sie erzählen hören.**

**Der Leser muss zufrieden sein, nicht der Vereinsvorstand.**

**Die Vereinschronik hält fest, was für den Verein wichtig ist, der Zeitungsbericht, was für die Öffentlichkeit interessant ist.**

## Medienarbeit bei Veranstaltungen:

Ein **Medienverteiler** mit Telefon- und Faxnummern sowie E-Mail-Adressen sollte ständig auf dem Laufenden gehalten werden.

Für größere Veranstaltungen ist eine **Pressemappe** mit den wichtigsten Namen, Daten, Fakten und Uhrzeiten sinnvoll.

Am Tag einer Großveranstaltung ist der Vorstand ohnehin stark gefordert. Er sollte daher einen Mitarbeiter für die **Medienbetreuung** vor Ort abstellen.