

## Interessante Geschichten für die Presse – Was muss ich beachten?

Forschung findet nicht nur im Labor statt. Umsetzungsorientierte Forschungsprojekte wie jene des Nachhaltigen Landmanagements zielen darauf ab, das öffentliche Interesse für bestimmte Fragestellungen zu wecken – und im besten Fall, das Akteursverhalten zu beeinflussen. Beiträge in regionalen und überregionalen Zeitungen oder auch in Verbandszeitschriften fördern die gesellschaftliche Aufmerksamkeit für Problemstellungen und möglichen Lösungen und fördern die Auseinandersetzung mit Themen, die uns alle betreffen. Insbesondere helfen Beiträge in regionalen Zeitschriften, die Akzeptanz für die Forschung vor Ort zu erhöhen und somit die Umsetzung zu erleichtern, indem informiert und zugleich Raum für Diskussionen gegeben wird.

Dieser kurze Leitfaden soll den Verbundprojekten als Gerüst für die Erstellung von Beiträgen für nicht wissenschaftliche Zielgruppen dienen. Wie im wissenschaftlichen Bereich sind auch für das Erstellen von Presseartikeln bestimmte Regeln zu berücksichtigen, damit der Text Interesse bei den Redaktionen weckt. Das Einhalten der Regeln stellt keine Garantie für die Veröffentlichung dar, jedoch hilft es, die Texte gut lesbar zu strukturieren und die Wahrscheinlichkeit der Verwendung zu erhöhen.

### Sechs Regeln einer Pressemitteilung

- **aktuell** (bspw. aktuelle Aktivitäten in der Region oder Anknüpfen an aktuelle Ereignisse),
- **hierarchisch aufgebaut** (6 W-Fragen Wer? Was? Wann? Wo? Wie? Warum?),
- **sachlich und verständlich formuliert** (Wertungen, Superlative, Selbstlob und nicht zu belegende Behauptungen vermeiden; Botschaften präzise formulieren) und
- **überprüfbar** (der Presse eine nachprüfbare Quelle bieten),
- **mit kurzen, knappen Worten den Sachverhalt schildern** (lange Schachtelsätze, Fremdwörter und Leerwörter vermeiden),
- **attraktiv gestaltet** (Mitteilung grafisch gliedern, Infokasten für Eckdaten zum Projekt nutzen) und
- **biographische Angaben** der Autoren bzw. der Personen, von denen im Text berichtet wird, sowie **Zitate** nutzen

Die aufgeführten Regeln basieren auf den Ausführungen der folgenden Homepage, auf der die Regeln noch stärker untersetzt sind: <http://www.nonprofit.de/artikel-lesen/artikel/pressemitteilung-regeln/>

Ein wesentlicher Erfolgsfaktor ist der **persönliche Kontakt zu den Redakteuren**. Rufen Sie in den Redaktionen an und stellen Sie sich und ihre Geschichte kurz vor. Senden Sie zeitnah nach dem Gespräch Ihren Presstext. Fragen Sie nach, ob der Text den Vorstellungen entspricht oder ob Änderungen gewünscht sind. Pflegen Sie den Kontakt mit den Redakteuren – aber immer nur dann, wenn Sie Aktuelles zu berichten haben!

### Hilfreiche Internetseiten

Weitere detaillierte Informationen, insbesondere zur Gliederung von Pressemitteilungen, finden Sie auf den beiden folgenden Internetseiten:

<http://de.wikihow.com/Wie-man-eine-Pressemitteilung-schreibt>

<http://www.onpulson.de/themen/3530/wie-verfasst-man-eine-pressemitteilung/>

### Buchtipps

Norbert Schulz-Bruhdoel und Katja Fürstenau (2010): Die PR- und Pressefibel: Ein Praxisbuch für Ein- und Aufsteiger: Zielgerichtete Medienarbeit. Das Praxisbuch für Ein- und Aufsteiger

### Wissenschaftlicher Beitrag zur Gestaltung von Kommunikationsprozessen

Zscheischler, J., Weith, T., Gaasch, N., Strauß, C., Steinmar, R. (2012): Nachhaltiges Landmanagement – Eine kommunikative Herausforderung. In: Flächenmanagement und Bodenordnung (fub), Ausgabe 5/2012 Oktober, S. 211-218