DOSB

DEUTSCHER OLYMPISCHER SPORTBUND

INTEGRATION DURCH SPORT

DOSB I Sport bewegt!

DOSB I Integration durch Sport

Arbeitshilfen

Pressemitteilung

Gefördert durch:

Bundesministerium des Innern

aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages

INTEGRATION DURCH SPORT®

Impressum
Broschürentitel: DOSB I Integration durch Sport l Arbeitshilfe Pressemitteilung
Herausgeber: Deutscher Olympischer SportBund l Geschäftsbereich Sportentwicklung I Ressort Chancengleichheit und Diversity I Integration durch Sport
Otto-Fleck-Schneise 12 I 60528 Frankfurt am Main l Tel. +49 (0) 69 / 67 00 361 I Fax +49 (0) 69 /67 00 13 61
www.integration-durch-sport.de

Pressemitteilung

In einem Sportverein passieren jeden Tag viele Dinge, die für die betroffenen Personen wichtig oder interessant sind. Ein Teil dieser Ereignisse reicht in seiner Bedeutung über den Vereinsrahmen hinaus und sollte an die Öffentlichkeit weitergegeben werden.

Ein geeignetes Mittel, um Medien auf Vorgänge im Verein aufmerksam zu machen, ist die Presseerklärung. Eine Muster-Presseerklärung ist am Ende dieser Arbeitshilfe zu finden

Beim Verfassen einer Presseerklärung sollten Sie erst einmal beachten, wie der Arbeitsablauf in einer Redaktion abläuft:

Der journalistische Arbeitsablauf

Letztendlich entscheiden die Redakteure der verschiedenen Medien, ob und in welcher Form ein Ereignis aus Ihrem Verein den Weg in das Medium findet.

Sie sollten sich deshalb darüber im Klaren sein, wie der journalistische Arbeitsablauf funktioniert.

Journalisten sind oft im Zeitdruck, da sie ihre Artikel und Sendungen zu bestimmten Zeitpunkten fertig stellen müssen.

Aufgrund der Informationsflut müssen sie schnell eine Auswahl von Themen treffen. Dabei spielen journalistische und subjektive Kriterien eine Rolle.

Jede Nachricht lässt sich anhand des so genannten Nachrichtenwert oder Newswert einteilen. Der Nachrichtenwert gibt Hinweise darauf, ob ein Ereignis würdig ist, als Nachricht veröffentlicht zu werden.

Der Nachrichtenwert lässt sich an folgenden Kriterien festmachen:

Neuigkeitswert: Etwas, das die Leute noch nicht wissen oder kennen, interessiert mehr als Altbekanntes.

Aktualität: Über Ereignisse, die gerade passiert sind und über die die Leute am Rande bereits etwas mitbekommen haben, wird besonders gerne gelesen.

Informationsgehalt: Der Leser sollte nach Lektüre des Artikels mehr über ein bestimmtes Thema wissen als zuvor.

Große Zielgruppe: Ein Thema ist für die Medien besonders dann interessant, wenn sich möglichst viele Leute dafür interessieren.

Gesellschaftliche Bedeutung: Vorkommnisse und Stellungnahmen von Personen werden nach der Bedeutung des Handelnden bewertet. Firmenchef vor Mitarbeiter, Bürgermeister vor Beigeordneter.

Originalität: Ungewöhnliche Aktionen die verblüffen, kurios sind oder erstaunen sind immer ein Thema für die Medien.

Vorgehensweise:

Wenn Sie glauben, dass ein Ereignis von Interesse für das Zielpublikum eines Mediums ist, versuchen Sie erst einmal Kontakt zu der Redaktion aufzunehmen. Finden Sie heraus, welcher Redakteur Interesse am Thema haben könnte und in welchem Ressort es platziert werden könnte. Im Bereich Integration durch Sport sollten sie sich erst einmal an die Lokalredaktion wenden.

Ihre Schilderung des Ereignisses kann natürlich nicht vollkommen neutral sein.

Sie sollten sich jedoch um eine objektive journalistische Darstellungsform bemühen. Ob es sich für den Redakteur lohnt, sich mit Ihrem Thema auseinanderzusetzen, hängt von der Bedeutung, Gültigkeit und Verstehbarkeit der Beiträge ab.

Dieses können Sie grundsätzlich dadurch erreichen, dass Sie die fünf W - Fragen beantworten:

Wer? Wer handelt? Um wen geht es? Über wen wird berichtet? (z.B. Verein AB, darin Abteilung CD...)

Was? Was ist der Inhalt der Nachricht? (z.B. das neue Sportgelände/Tagungshaus wird eingeweiht)

Wann? Zeitpunkt oder Anlass (z.B. Samstag, der 4.12.2003, zum 10. Jahrestag der Vereinsgründung...)

Wo? Ort des Geschehens (z.B. die neue Anlage, Finkenweg 11, 12345 Musterstadt...)

Wie? Besondere Umstände des Ereignisses (z.B. teilnehmende Prominenz, detailliertes Programm...)

Diese Informationen müssen nun in eine Form gebracht werden, die es den Redakteuren einmal erlaubt, daraus schnell einen Text für die Zeitung zu erstellen, auf der anderen Seite aber auch Interesse für darüber hinausgehende Recherchen zu wecken

Bedenken Sie, dass Presseredaktionen jeden Tag eine Vielzahl von Pressemeldungen erhalten, die nur gelesen werden, wenn Sie in einer angemessenen Weise gestaltet sind. Die Wahrscheinlichkeit, in der Zeitung und nicht im Papierkorb zu landen, steigt, wenn sie folgende Punkte beachten:

1. äußere Form

- Einheitliches Erscheinungsbild
- Absender (Vereinsname, Adresse, Telefon, Telefax, E-Mail, Internet)
- Gut lesbare Schrift (Arial oder Times New Roman)
- 1,5-facher Zeilenabstand
- Breiter Rand (Textbreite ca. 11 cm)
- Verantwortlichen für Pressekontakte nennen
- Datum angeben

2. Inhalt

- Ist der Anlass angemessen?
- Was hat der potenzielle Leser davon?
- Zwei prägnante Überschriften formulieren
- Qualität geht vor Quantität, Beschränkung auf das Wesentliche
- Fakten, Daten und Nachprüfbares nennen

- Vermeiden: Superlative, lobende Adjektive, nicht nachprüfbare Alleinstellungs-Behauptungen, abstrakte Formulierungen, Modewörter, Slang, Abkürzungen und Fremdwörter
- Kurze Sätze, kurze Absätze, kurze Texte
- Einfache und klare Sprache wählen
- Immer an die Zielgruppe denken: Ist der Text für eine Fachzeitschrift, für eine Publikumszeitschrift oder für eine Tageszeitung bestimmt, für Onlinemedien oder auch Rundfunk- oder Fernsehredaktionen?

3. Bildmaterial

- Wenn Sie haben, bieten Sie ein Foto an - das erhöht die Aufmerksamkeit,
- Wählen Sie möglichst ein Bild mit Menschen - und zwar nicht unbedingt den aufgereihten Vereinsvorstand, der ernst in die Kamera schaut, sondern Menschen in Bewegung

Weitere Informationen zu Fotos und Bildrechten finden sie in der Arbeitshilfe Bilder und Fotografien.

4. Ablauf

- benachrichtigen Sie Redaktionen frühzeitig über Termine, so dass sie langfristig im Voraus planen können
- telefonieren Sie nach: Ist die Meldung in der richtigen Redaktion angekommen? Sind noch weitere Informationen erwünscht, z.B. ein persönliches Interview? Ist mit einem Bericht zu rechnen?

Thematisch verwandte Arbeitshilfen die zum Download bereitstehen:

1. Bilder & Fotos
2. Internet & Vereinszeitung
3. Flyer & Plakate

PRESSEERKLÄRUNG

- Einweihung unserer neuen Sporthalle -

Muster

Musterhausen, 25. Februar 2003

Nach eineinhalbjähriger Bauzeit wird am 15. März 2003 unsere neue Sporthalle am Vogelweg 4711 eingeweiht. Die Einweihung wird Herr Müller, der Oberbürgermeister der Stadt vornehmen. Die Sporthalle ist das Kernstück des Projekts SV X 2010, mit dem der Verein sich für die Herausforderungen der Zukunft aufstellt.

Die Halle wird genau an der Stelle errichtet an der die Vereinsgründer 1945 begannen, als sie - noch in den Baracken auf der Schlotwiese - den Fußballclub FC Musterhausen aus der Taufe hoben. Galt es damals, den Heimatvertriebenen wieder ein neues Zuhause und - im Verein - eine Möglichkeit der Begegnung und der Identifikation zu schaffen, haben wir heute eine ähnliche Aufgabe:

Für ein zeitgemäßes attraktives Sportangebot zu sorgen in einem Stadtteil "mit besonderem Entwicklungsbedarf" - und zwar sowohl für Jugendliche als auch für die ältere Generation.

Denn hohe Arbeitslosigkeit, ein hoher Ausländeranteil sowie ein erheblicher Anteil an Sozialhilfeempfängern und Alleinerziehenden mit Kindern sind kennzeichnend für die Sozialstruktur des Stadtteils Y. Dieser Entwicklung wollen wir Einhalt gebieten und gleichzeitig attraktiv zu werden für junge Familien, besonders auch diese mit migrativem Hintergrund, die verstärkt die Leistungen des Sportvereins nachfragen können.

Baukosten:

Das Bauprojekt war mit rund 1,6 Millionen DM Baukosten geplant, die größenteils aus öffentlichen Mitteln aufgebracht worden sind.

Weitere Informationen zur Eröffnung und zum Projekt SV X 2010, sowie druckfähige Bilder zum Download finden Sie auf unserer Vereinshomepage unter www.musterverein.de

Kontakt:
Harald Mustermann, Pressewart Musterverein1945 e. V.
Tel:: 04711/4711 0000, Mobil: 0123/4711 345
E-mail: mustermann@musterverein.de

Deutscher Olympischer SportBund | Otto-Fleck-Schneise 12 | 60528 Frankfurt am Main
Tel. +49 (0) 69 / 67 00 0 | Fax +49 (0) 69 / 678 78 01 | www.dosb.de | E-Mail: office@dosb.de