

Leitfaden für Presseberichte und Fotografien

1. Ausrüstung

Schreibzeug (Ersatzstift!) und Block mit ausreichend freien Seiten?

Digitaler Fotoapparat; Akku geladen und Chip mit genügend Kapazität? Stativ? Ladegerät?

2. „Tatort“

Wer veranstaltet was, wann, wo und warum?

Unterlagen des Veranstalters lesen und /oder zum Thema/Inhalt auch im Internet recherchieren.

3. Wie soll das Produkt aussehen?

Textform: stets unformatierten Fließtext verfassen

Überschrift: erst dann eine ausdenken, wenn der komplette Text steht! (WICHTIG!)

Foto: hoch? quer? wie viele?

Bildunterschriften: was wird dargestellt? Wer steht wo? Auf Vollständigkeit und korrekte Zuordnung achten.

Motive: Portraits, Aktionen, Gruppenfotos (bloß keine „Orgelpfeifen“); interessante Arrangements zusammen stellen, wenn man auf das Motiv und die Personen Einfluss hat.

4. Am Ereignisort

Falls erforderlich: Sich durchfragen, Verantwortlichen aufsuchen

Genau zu- und hinhören, mitschreiben, ggf. nachfragen.

Leitsätze:

Wovon hat der Leser später den größten Nutzen?

Was muss er wissen?

Was ist neu?

Was ist wichtig?

Was hilft weiter?

Randinformationen beachten.

Veranstaltung erst nach Überprüfung der gesammelten Daten verlassen.

Alles Mitgebrachte auch wieder mitnehmen.

5. Nach der Veranstaltung

Sammeln und sortieren nach den „7 Goldenen W“:

1. WER? 2. WANN? 3. WAS? 4. WO? 5. WIE? 6. WARUM? 7. WELCHE QUELLE?

Mit dem Wichtigsten anfangen, zum Kern der Sache vordringen, weglassen, was der Leser nicht wirklich braucht.

6. Stilfragen

Kurze Wörter

Fachbegriffe oder Umschreibungen treffend „übersetzen“ (Bsp. „Kapazitätsüberhänge im Beherbergungsgewerbe“ sind nichts anderes als „leere Betten“!)

Keine Schachtelsätze

Hauptsachen gehören in Hauptsätze, Nebensachen in Nebensätze. Und: Nebensätze anhängen – nicht einschieben. Es lebe der klassische Relativsatz!

Plastisch schreiben

Sprache ist Wirklichkeit und die Wirklichkeit ist bunt! Lieber „Veilchen duften“ und „Osterglocken nicken“ lassen, anstatt über „Frühlingsblumen in der Fußgängerzone“ zu berichten!

Keine Fremdwörter

Aber : Fachbegriffe für Fachpublikum sind ok.

Kein Bürokraten-Deutsch

Worte mit „...ung“ vermeiden

Aktiv schreiben (Passivformulierungen vermeiden: „ist getroffen worden.“ Besser: „traf“)
Dabei beteiligte Personen und Organisationen namentlich benennen

Keine Modewörter oder Floskeln

„Blähdeutsch“ vermeiden; wenn etwas neu ist, dann sollte es auch nicht „innovativ“ genannt werden. Aufwändige Dinge brauchen nicht „spektakulär“ zu sein. Was man früher „wichtig“ nannte, neigt heute zum überflüssigen „relevant“. Nicht jede Suche ist auch gleich „fieberhaft“ und die Mehrheit braucht auch nicht „überwältigend“ zu sein.

Sprachlogisch Fehlritte, verbale Verstrickungen oder seltsame Synonyme sind tabu

„Die Kuh ist vom Eis!“ = Quatsch! Sie war nie drauf. Ist abgegriffen.

„Es ist in trockenen Tüchern!“ = Wer wickelt da wen (ein)?

„Gefüllt bis auf den letzten Platz!“ = Aber wo ist denn nun dieser „letzte Platz“? Besser: „Die Halle war ausverkauft!“

„Stattfinden“ = Gäh! Eine Veranstaltung beginnt!

„Für das leibliche Wohl sorgt..“ = Es gibt etwas zu essen und trinken.

Die Liste ließe sich verlängern – also, auf Sprachfallen bewusst achten.

7. Endkontrolle

Text laut vorlesen

Rechtschreibprogramm nutzen

Alle Infos drin? Die wichtigsten Fakten? Die richtige Ordnung?

Noch „Klischees“ oder „verbotene Formulierungen“ drin?

Schachtelsätze alle raus?

Füllwörter? (z. B. „auch“)

Hat man auf Wertungen verzichtet?

Anlagen in die Email eingefügt?

Weiterführende Hinweise und/oder Quellenangaben drin?

Fotografieren

1. **Ein gutes Foto entsteht im Kopf!** Vor der Veranstaltung Gedanken machen, was man fotografieren möchte. Erst dann über das „Wie“ nachdenken.
2. **Blickfänge schaffen.** Auch für Standardsituationen gilt: Ruhig einmal eine ungewöhnliche Perspektive wählen.
3. **Hoch- und Querformate fertigen.** Das erleichtert die Auswahl beim Layout und schafft Abwechslung.
4. **Ran ans Motiv!** Was fotografiert wird, soll bildfüllend sein. Menschen gehören nach vorne. Bei sportlichen Motiven allerdings kann auch die bewegte Übersichtsaufnahme interessant sein.
5. **Menschen sind eitel** und wollen gern in die Zeitung. Falls möglich, Regie übernehmen und Motiv aktiv selbst „komponieren“.
6. **„Orgelpfeifen“-Motive unbedingt vermeiden.** Menschen gruppieren, große Personen nach hinten. Gruppe auch einmal im Bogen aufstellen lassen (das gibt dem Bild Tiefe und Abwechslung).
7. **Hintergrund beachten!** Person mit dunklem Anzug gehört vor einen hellen Hintergrund – und umgekehrt. Aufpassen: Sitzt das Hirschgeweih an der Wand plötzlich auf dem Kopf des soeben Geehrten?
8. **Möglichst keine Gegenlichtaufnahmen** und keine Aufnahmen mit extremen Licht- und Schattenverhältnissen. Falls doch, gut „ausblitzen“.
9. **Das selbe Motiv mehr als einmal ablichten** (irgend jemand hat immer die Augen zu!)
Tipp: wenn Bild fertig, „Danke-das war’s!“ sagen und danach noch mal auf den Auslöser (die Leute sind plötzlich entspannter!) .
10. **Namen sind Informationen!** Zum Foto unbedingt die Namen der Abgebildeten notieren. Kann bei größeren Gruppen auch anders beschrieben werden, sollte aber Grundsatz sein.
11. **Recht am eigenen Bild beachten.** Während der abgelichtete Jubilar sicher mit der Veröffentlichung einverstanden ist, muss das bei einer zufällig fotografierten Person nicht

unbedingt der Fall sein. Also: Einverständnis einholen, wenn das Motiv für eine Veröffentlichung interessant genug sein könnte. Näheres regelt das KUG (Kunsturhebergesetz, §§ 21 ff.)

Das sind also die Grundsätze guter Pressearbeit. Sicherlich muss hiervon aufgrund besondere Umstände auch mal abgewichen werden. Wer jedoch die Kernaussagen beherzigt, wird in den Redaktionen der Lokalpresse, bei den Pressestellen und Magazinen ein sehr gern gesehener Artikellieferant sein. Er kann sich weitgehend sicher sein, dass sein Artikel bald erscheinen wird.

Viel Erfolg bei der Berichterstattung und sportliche Grüße

Hans-Werner Rudat
Landespressestelle NJJV e. V.