Wie Journalist*innen arbeiten

Redaktionsalltag

Journalist*innen erhalten täglich sehr viele Informationen und Pressemitteilungen. Sie nehmen an Redaktionssitzungen und auswärtigen Terminen teil und erstellen meist ab Nachmittag ihre Berichte für die nächste Ausgabe. Da die Redaktionen personell oft dünn besetzt sind, Journalist*innen aber stets über das aktuelle Tagesgeschehen berichten müssen, stehen sie permanent unter Zeitdruck.

Daher ist es wichtig, dass die Informationen, die Sie kommunizieren möchten, kurz, schlüssig und konkret sind – und hier kommt Ihre gut aufgebaute Pressemitteilung ins Spiel. Sie ähnelt formal einem Zeitungsartikel und folgt dem Prinzip: Das Wichtigste steht am Anfang.

Merke:

Je weniger Journalist*innen Ihren Text aufbereiten müssen, desto größer ist die Chance, dass er publiziert wird.

Denken Sie digital!

Immer mehr Leser*innen informieren sich heute online – zum Beispiel über Facebook, Google News, Nachrichtenportale und andere Dienste. Das klassische Printmedium verliert an Bedeutung und deshalb müssen sich Zeitungsverlage an das geänderte Medienverhalten ihrer Leserschaft anpassen: Auf der Website und Facebook-Seite vieler Zeitungen werden heute mehr Bilder, Fotostrecken und Videos integriert.

Daher steigt die Chance, dass eine Pressemitteilung veröffentlicht wird, wenn Sie aussagekräftige Fotos in hoher Auflösung und, falls es sich anbietet, auch Videos mitschicken. (> siehe „Fotos“) Es lohnt sich, ein gutes Bildarchiv anzulegen, um Journalist*innen eine Auswahl anzubieten.

Tipp:

Optimal ist es, wenn Sie Journalist*innen pro Pressemitteilung drei Fotos per E-Mail schicken: zwei Bilder im Querformat, eines im Hochformat.

Stand: 20.03.2019

© LKJ Niedersachsen

Presseverteiler anlegen

Versuchen Sie, wenn möglich, Ihre Pressemitteilung der Person in der Redaktion zu schicken, die für Ihren Bereich zuständig ist. Größere Zeitungen haben häufig ein Kulturressort mit mehreren Mitarbeiter*innen. Bei Lokalzeitungen sind die Mitarbeiter*innen meist für eine Ortschaft des Landkreises zuständig. Vergessen Sie auch nicht die Online-Redaktion! Viele Redaktionen veröffentlichen ihre Ansprechpartner*innen und Kontaktdaten auf ihrer Website.

Neben festangestellten Redakteur*innen und Volontär*innen arbeiten auch viele freiberufliche Journalist*innen für Tagesmedien. Nutzen Sie Kontakte zu freien Mitarbeiter*innen, die ihre Texte oft mehreren Medien anbieten.

Tipp:

Suchen Sie den persönlichen Kontakt zu Journalist*innen und klären Sie – zum Beispiel durch einen Anruf in der Redaktion – technische Details zur Pressemitteilung: Soll sie als Word- oder PDF-Datei geschickt werden? Wie viele Fotos sind gewünscht? Wie groß dürfen Dateianhänge sein?

Pressefreiheit – Was bedeutet das?

Pressefreiheit umfasst die Freiheit, Tatsachen, Meinungen, Stellungnahmen und Wertungen durch jede Art von Druckwerken zu verbreiten, ohne dass eine Zensur stattfindet. In Deutschland ist die Pressefreiheit in Artikel 5 des Grundgesetzes verankert.

Konkret bedeutet dies, dass es Journalist*innen freisteht, über ein Thema zu berichten. In diesem Sinne ist Ihre Pressemitteilung als **Angebot** an Journalist*innen zu verstehen.

Darüber hinaus beinhaltet Pressefreiheit, dass Journalist*innen den Text Ihrer Pressemitteilung bearbeiten, kürzen oder umstellen dürfen (redigieren) – zum Beispiel um ihn an den Schreibstil der Zeitung anzupassen.

Merke:

Es kann viele Gründe haben, warum Ihre Pressemitteilung nicht veröffentlicht wird: z. B. wird schon über ein ähnliches Thema berichtet, die Zeitung ist bereits gesetzt oder es gibt eine brandaktuelle Meldung.

Stand: 20.03.2019

© LKJ Niedersachsen

Pressekodex – Was bedeutet das?

Neben der Pressefreiheit fühlen sich Journalist*innen dem Pressekodex verpflichtet, den der Deutsche Presserat auf seiner Website veröffentlicht hat. Die Achtung der Wahrheit, journalistische Sorgfalt oder Trennung von Werbung und Redaktion sind Richtlinien, die dort unter anderem aufgeführt sind.

In der Praxis heißt dies, dass Journalist*innen ihre Texte informativ und sachlich formulieren und ihre eigene Meinung zum Thema nicht äußern – es sei denn, es handelt sich um einen Kommentar oder eine Kolumne, die als solche gekennzeichnet sind. Pressemitteilungen, die ein Projekt oder eine Einrichtung „über den grünen Klee loben“, stoßen eher sauer auf.

Tipp:

Wählen Sie einen sachlichen Schreibstil mit möglichst kurzen, prägnanten Sätzen. Verwenden Sie aussagekräftige Adjektive („erfolgreiches Projekt“) anstatt Wertungen („wunderbares Projekt“).

Stand: 20.03.2019

© LKJ Niedersachsen