

*Marion Anna Klabunde*

*Textweberin*

# **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Studierendenschaften**

fzs-Wochenendseminar

*Marion Anna Klabunde*

*Textweberin*

## **Grundlagen I: Medienlandschaft in Deutschland**

Grundgesetz Artikel 5 Absatz 1:

"Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten. Die Pressefreiheit und die Freiheit der Berichterstattung durch Rundfunk und Film werden gewährleistet. Eine Zensur findet nicht statt."

Brockhaus 1998: "ein Publizist, der hauptberuflich (...) durch die Verbreitung von Informationen von **großem Einfluss** auf die öffentliche Meinung ist."

*Marion Anna Klabunde*

*Textweberin*

## **Grundlagen I: Medienlandschaft in Deutschland**

### **Zahlen und Fakten:**

353 Tageszeitungen, davon 138 mit Vollredaktionen

24 Wochenzeitungen

8 Sonntagszeitungen

6.500 Zeitschriften

- 77,3 % der deutschen Bevölkerung über 14 Jahre lesen regelmäßig eine Tageszeitung – knapp 50 Millionen Frauen und Männer.
- Der Spiegel hat 6 Leser pro einzelnes Heft – Auflage 1 Million
- Stern hat 7 Leser pro Heft, Auflage 1 Million
- Bild hat 3,5 Leser pro Zeitung, Auflage 3,3 Millionen

36.000 fest angestellte Redakteure

12.000 freie Journalisten

7.000 arbeitslos gemeldete Journalisten

*Marion Anna Klabunde*

*Textweberin*

## **Grundlagen II: So arbeitet ein Journalist**

Journalisten sind auf Nachrichten angewiesen. **Jedoch nicht auf Eure!**

### **Informationsflut:**

- Eigene Recherchen
- Pressemitteilungen von Unternehmen, Verbänden und Co.
- Nachrichtenagenturen, Informationsdiensten
- Andere Medien: Radio, Fernsehen, Internet, Leitmedien

→ 1000 Nachrichten pro Tag

*Marion Anna Klabunde*

*Textweberin*

## **Grundlagen III: Was kann Pressearbeit leisten?**

"Unser Plan ist es, kurz und in aller Öffentlichkeit gesagt, die Presse und durch sie die Bevölkerung schnell und präzise über die Tatsachen zu unterrichten, die für sie von Wert und Interesse sind."

Ivy Lee, "Pressesprecher" von John D. Rockefeller 1905

### **Anders gesagt:**

Mit Pressearbeit möchte man die eigene Meinung der Allgemeinheit als von übergeordnetem Interesse glaubhaft machen.

## Grundlagen III: Was kann Pressearbeit leisten?

### Kompetenz

Experten  
zum Thema

### Glaubwürdigkeit

Gut recherchiert  
Eigene Meinung

### Sympathie

Freundliches  
Auftreten  
Höflich

### Professionalität

Rechtschreibung  
Stil  
Gut erreichbar

### Kontinuität

Regelmäßig  
melden  
EINE  
Kontaktperson

## **Exkurs: Presseverteiler**

### **5 Faustregeln**

Niemals ungefragt

Persönlicher Kontakt

Fachredakteur

Adresse nicht missbrauchen

Keine Massenmail verschicken

### **Medien**

Lokale Tageszeitung

Lokalteil der überregionalen Tageszeitung

Anzeigenblätter (nicht unterschätzen)

Korrespondenten

Infodienste, Presseagenturen

Szene-Magazine

Online-Portale

Sonstige relevante Magazine (Schülerzeitungen, AStA-Zeitungen, Gemeindebrief,...)

Radiosender

Fernsehsender

Regionale Sparten in den Dritten Programmen

Blogs

## **Grundlagen IV: Die Pressemitteilung**

### **1. Inhalt**

Echte Neuigkeit - Interessante Nachricht

**Mann beißt Hund      vs      Hund beißt Mann**

*Marion Anna Klabunde*

*Textweberin*

<b>Nachricht</b>	<b>Nachrichtenelemente</b>
Bundesbildungsministerin Annette Schavan	Prominenz, öffentliche Bedeutung
aus Jüchen	Nähe (geographisch, aber auch emotional)
übergibt auf dem Sterbebett	Gefühl
ihrem Geliebten	Liebe, Sex
das geheime Papier zur Innovationsoffensive,	Fortschritt
das den wirtschaftlichen Aufschwung bringen soll.	Folgenschwere, Wichtigkeit
Das Papier hat sie, trotz wiederholter verlockender Angebote und Erpressungsversuche der CDU	Konflikt, Kampf
und eines Einbruchs in ihren Safe,	Dramatik
bis heute verwahrt.	Gefühl
Leider ist das Konzept nicht zu gebrauchen, weil es Studiengebühren vorsieht.	Unerwartete Wendung
Weitere Nachrichtenelemente	Nutzen
	Aktualität

*Marion Anna Klabunde*

*Textweberin*

<b>Nachricht</b>	<b>W-Frage</b>
Der freie Zusammenschluss von StudentInnenschaften (fzs) und das Aktionsbündnis gegen Studiengebühren (ABS)	Wer
lehnen das von der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA)	Was
heute	Wann
in Berlin	Wo
vorgelegte Studiengebührenmodell ab.	Was
"Studiengebühren verhindern keins der Probleme der Hochschulen, sie verschärfen sie nur.	Warum
Wenn Hundt ein Stipendiensystem fordert, will er die Hochschulen zu Elitenproduzenten für die Wirtschaft umbauen",	Wie
sagte Klemens Himpele, Geschäftsführer des Aktionsbündnisses gegen Studiengebühren.	Wer

## **Grundlagen IV: Die Pressemitteilung**

### **2. Stil**

**KISS – Keep it short and simple**

*Marion Anna Klabunde*

*Textweberin*

<b>Beispiel</b>	<b>NOGO</b>
Auch das Festschreiben von Verfassten Studierendenschaften (VS), also einer studentischen Interessensvertretung ist von fundamentaler Bedeutung,	Substantivierung
da hierdurch den Studierenden ermöglicht wird,	Passiv
in einen bundesweiten politischen Meinungs- und Willensbildungsprozess einzutreten und zu hochschulpolitischen und gesellschaftlichen Problemen Stellung zu beziehen.	erweiterter Infinitiv
	langer Satz

**Besser:**

Das Verfassungsgericht muss außerdem die Verfasste Studierendenschaft (VS) in der Novelle akzeptieren. Nur so können Studierende in einen bundesweiten politischen Meinungs- und Willensbildungsprozess eintreten und zu hochschulpolitischen und gesellschaftlichen Problemen Stellung nehmen.

## Grundlagen IV: Die Pressemitteilung

### 3. Formale Kriterien

- Überschrift (Erklärend, knackig, kurz)

*Beispiel: fzs lehnt BDA Modell ab, DONOT: Richtermund tut Wahrheit kund*

- Unterzeile (zur weiteren Einführung in das Thema)

- Ort, Datum

- Text: 12 pt, 1,5 Zeilenabstand mit breitem Rand rechts (mind 5 cm) für Notizen.

- Abbinder – Wer steckt hinter der PM

*Der freie Zusammenschluss von StudentInnenschaften (fzs) ist der überparteiliche Dachverband von Studierendenvertretungen in Deutschland. Mit rund 90 Mitgliedshochschulen vertritt der fzs über eine Million Studierende in Deutschland. Der fzs vertritt bundesweit die sozialen, kulturellen, politischen und wirtschaftlichen Interessen von Studierenden gegenüber Hochschulen, Politik und Öffentlichkeit.*

- Kontakt – für Nachfragen