

Leitfaden Öffentlichkeitsarbeit in der TG 1848 Bad Waldsee e.V.

# Öffentlichkeitsarbeit in der TG Bad Waldsee

Unser Leitfaden Öffentlichkeitsarbeit unterstützt euch, bessere Ankündigungen, Spiel- und Wettkampfberichte zu schreiben und unsere Arbeit ins rechte Licht zu rücken. Denn: Was nützt der vielseitigste Verein, was nützen die engagiertesten ehrenamtlichen Trainerinnen und Trainer, Übungsleiterinnen und Übungsleiter, wenn niemand von unseren attraktiven Angeboten erfährt?

## Warum Öffentlichkeitsarbeit?

Öffentlichkeitsarbeit ist eine effektive und preiswerte Möglichkeit, uns und unsere Arbeit zu präsentieren. Eine gute Öffentlichkeitsarbeit ...

- informiert Mitglieder und (Noch-)Nichtmitglieder, Förderer und Sponsoren, Entscheidungsträger und Meinungsführer über uns und unsere Angebote.
- steigert unsere Bekanntheit.
- unterstützt uns bei der Gewinnung neuer Mitglieder,
   Ehrenamtlicher, Förderer und Sponsoren.
- stärkt unser positives Image.

## Pressearbeit, Öffentlichkeitsarbeit?

Noch vor ein paar Jahren führte der Weg einer Information in die Öffentlichkeit nahezu zwingend über die Presse. Dank eigener Website, Facebook & Co. können wir als Verein heute selbst Öffentlichkeit herstellen. Das heißt jedoch nicht, dass wir auf Pressearbeit verzichten. Unsere Informationen sollen möglichst viele erreichen. Dafür nutzen wir verschiedene Wege. Die Anforderungen an eine Nachricht oder einen Bericht sind dabei nahezu identisch: ob für die Presse oder zur Veröffentlichung auf der Website. Ist in diesem Leitfaden von "Pressetext" die Rede, ist alles gemeint: der Bericht für die Zeitung, das Onlineportal, die eigene Website ...

## Was ist einen Pressetext wert?

Darauf gibt es eine einfache Antwort: Das, was die Menschen in unserem lokalen Einzugsgebiet interessiert: die Besucher unserer Website, unsere Fans auf Facebook, genauso aber die Leser der lokalen Tageszeitung, der Onlinezeitung und des Amts- und Mitteilungsblatts. Bei den drei letztgenannten Medien entscheidet zwar eine Redaktion über eine Veröffentlichung, tut das jedoch mit dem gleichen Maßstab. Sie veröffentlicht, was für ihre Leser interessant ist.

Letztlich entscheiden also die Leser, ob für sie etwas interessant ist. Folgende Punkte spielen dabei eine Rolle:

### 1. Neuigkeitswert

"Was ich schon weiß, macht mich nicht heiß", könnte man in Abwandlung eines geflügelten Wortes sagen. Der Neuigkeitswert einer Information ist das k.o.-Kriterium schlechthin. "Neu" heißt dabei: Etwas ist aktuell, trifft den Zeitgeist oder bietet eine Zusatzinformation zu einem bereits bekannten Thema.

- Der Bericht zu einem Punktspiel ist in der Folgewoche aktuell. Bereits zwei, drei Wochen später ein alter Hut.
- Dass unser World Jumping seit langem sehr beliebt ist, ist nichts Neues. Dass wir zwei weitere Instruktorinnen ausbilden ließen und eine neue Trainingsgruppe eröffnen dagegen schon.
- Mit Inhalten und Termin unserer Hauptversammlung wären wir ein halbes Jahr vorher zu früh dran. Richtig "aktuell" sind diese Informationen etwa vier bis zwei Wochen davor.
- Ähnlich ist es mit der Ankündigung eines Turniers: Sie ist sinnvoll, wenn man sich schon anmelden kann/muss oder bereits die Vergabe/Vorbereitung einen Neuigkeitswert hat. Ansonsten genügt für die Ankündigung ein Vorlauf von drei bis vier Tagen. Das gilt für die meisten Veranstaltungen (Punktspiele, Feste, Turniere ...).

Wenn unsere Information kein alter Hut ist, haben wir die erste Hürde genommen. Wenn sie jetzt noch einen Informationswert besitzt, lohnt sich eine Veröffentlichung. Folgende Merkmale bestimmen den Informationswert:

### 2. Nähe

... kann in geografischer oder thematischer Hinsicht gegeben sein. Als großer lokaler Sportverein ist unsere Tätigkeit natürlich für unsere Mitglieder, für Menschen in Bad Waldsee und der näheren Umgebung interessant. Auch dann, wenn die eigentliche Aktivität außerhalb des eng begrenzten eigenen Einzugsgebiets stattfindet (z. B. bei Auswärtsspielen, auswärtigen Turnieren ...).

3. Menschen

"Jeder gedruckte Name bedeutet drei verkaufte Exemplare", lautet eine Verlegerweisheit. Wir interessieren uns für Menschen.

Ganz besonders interessant sind Personen, die wir kennen oder kennen könnten, weil sie eine geografische und/oder thematische Nähe zu uns haben. Das setzt voraus, dass wir sie er-kennen: anhand des Vor- und Zunamens und/oder eines Bildes. Wenn letzteres nicht gerade eine unübersichtliche Menschenansammlung zeigt, gehören Vor- und Zunamen der abgebildeten Personen in die Bildunterschrift.

Namen sind Nachrichten: Mensch und **Emotion in Text** und Bild. Ideal.



Hatte als bester Amateur im Starterfeld allen Grund zum Jubeln: Konstantin Häcker triumphiert beim Triathlon-Langdistanzdebüt.

#### 4. Emotionen

Emotionen machen die Menschen lebendig, lassen Leser mitfühlen. Freude, Triumph, Trauer, Glück, Unglück, Konflikte sorgen für Abwechslung im Nachrichtengrau.

#### 5. Besonderes

Informationen sind interessant, wenn sie von der Norm abweichen, außergewöhnlich sind. Der Platz auf dem

Siegertreppchen, der erste Sieg nach der Pechsträhne, die unerwartete Niederlage des erfolgsverwöhnten Teams, Verletzungspech ...

In der Fußball-Bundesliga ist der vorzeitige Titelgewinn fast Normalität, die TG-Handballer hatten zu Saisonbeginn 2015/16 kaum damit rechnen können.





TG-Handballer holen zwölften Sieg in zwölfter Partie und sind vorzeitig Meiste

Einen wahrlich meisterlichen Auftritt legten die Waldseer Handballer am vergangenen Samstag aufs Parkett. Mit dem zwölften Sieg in der zwölften Partie spielte sich die TG zur vorzeitigen Meisterschaft in der Kreisliga B. Es trifft wieder einmal  $das\ alte\ Sprichwort\ zu:\ Die\ Offensive\ gewinnt\ Spiele,\ die\ Defensive\ gewinnt\ Titel.\ So\ war\ die\ Leistung\ am\ Samstag\ ein\ [\dots]$ 

Die Merkmale 1 bis 5 sind auf der Mannschafts-, Bereichs- und Abteilungsebene relevant. Weitere Merkmale seien der Vollständigkeit halber erwähnt, spielen jedoch in der klassischen Vereinsberichterstattung eher eine untergeordnete Rolle.

- 6. Fortschritt und Innovation
- 7. Betroffenheit/Tragweite
- 8. Nutzen/Schaden
- 9. Provokation und Dramatik

## Und jetzt: Den Pressetext schreiben

Wenn wir von Pressetext sprechen, meinen wir entweder die Nachricht oder den Bericht. Alle anderen journalistischen Darstellungsformen (Interview, Reportage, Feature etc.) überlassen wir besser den Profis.

Die Nachricht eignet sich für weniger umfangreiche Informationen wie

Ankündigungen und Terminhinweise. Sie beantwortet kurz und sachlich die sechs W-Fragen:

- Wer?
- Was?
- Wann?
- Wo?
- Wie?
- Warum?

Je nach Bekanntheitsgrad bzw.
Informationsgehalt kann das "Wie?"
und "Warum?" kompakter ausfallen.
Das kursiv Geschriebene wird in
manchen Redaktionen nicht so gern
gesehen. Für Fans und Spieler ist es
zumindest informativ. In einen
separaten Absatz geschrieben, kann
es jeder Redakteur nach eigenen

Vorgaben mit geringem Aufwand streichen.

Heimspieltag der TG-Faustballer

Am kommenden Sonntag [Wann?] bestreiten die Faustballer der TG Bad Waldsee [Wer?] ihren diesjährigen Heimspieltag [Was?]. Die Kurstädter sind durch eine hervorragend geschlossene Mannschaftsleistung wieder in die Bezirksliga im Feldfaustball aufgestiegen und wollen sich in dieser Saison im guten Mittelfeld platzieren. Die Mischung aus erfahrenen Spielern und jungen, ehrgeizigen Talenten soll dazu beitragen, dieses Ziel zu erreichen. [Warum?]

Am bevorstehenden Heimspieltag, an dem 15 Begegnungen auf zwei Feldern ausgetragen werden, nehmen alle acht Mannschaften der Liga teil [Wie?]. Für spannende Begegnungen sorgen die Teams TG Biberach 2, TSV Lindau 2, TSV Westerstetten, VFB Friedrichshafen 2, SV Erlenmoos, SV Bad Buchau, MTG Wangen und Gastgeber TG Bad Waldsee [Wer (noch)?]. Spielbeginn ist um 10 Uhr im Döchtbühlstadion auf dem Frauenberg. [Wann? Wo?]

Fans und Zuschauer sind herzlich eingeladen, das hiesige Team zu unterstützen. Für das leibliche Wohl ist gesorgt. Neben Kaffee und Kuchen gibt es auch belegte Wecken, Saitenwürschtle und erfrischende Getränke.

**TG Bad Waldsee mit**: Martin Bernhard, Hannes Hörmann, Elmar Wassmer, Matze Welz, Thommy Hörmann, Patrick Mägerlein, Michael Stöckler, Michael Mägerlein , Werner Störk, Marcel Leins.

5

Etwas umfangreicher ist der Bericht, der neben der eigentlichen Nachricht interessante Hintergrundinformationen liefert. Berichtet wird im Regelfall rückblickend: Spielberichte, Turnierberichte, Spieltagsberichte, Versammlungsberichte, Berichte zu Festen usw. füllen ganze Zeitungsseiten.

Im ersten Absatz eines Berichts steht die Nachricht, danach folgen die Hintergrundinformationen.

## Wichtig!

Die Nachricht vor einem Spiel ist eine andere als nach einem Spiel!

Vor einem Spiel: Wer spielt wann, wo, gegen wen, wie ...

**Nach dem Spiel:** Wie ist das Ergebnis, wer hat gewonnen, warum, mit welchen Auswirkungen ...

Am besten, wir schauen uns das an einem konkreten Beispiel an: Ein nur für diesen Leitfaden geschriebener Bericht zur Fußball-Weltmeisterschaft 2014.

## Es gibt weniger gute Berichte

In 64 Spielen Weltmeister ermittelt

Vom 12. Juni bis zum 13. Juli fand in Brasilien die Fußball-Weltmeisterschaft statt. Dabei traten 32 Länder in insgesamt 64 Spielen gegeneinander an, um die beste Mannschaft der Welt zu ermitteln. Die Länder, die sich im Vorfeld qualifiziert hatten, spielten zunächst in den Gruppen A bis H um den Einzug in die Endrunde, wobei Deutschland in der Gruppe G gegen Portugal, Ghana und die USA antreten musste.

Mit einem klaren 4:0 gelang den Deutschen ein furioser Start gegen Portugal, der viel erwarten ließ. Leider patzte die deutsche Elf gleich im zweiten Spiel: Gegen Ghana kam man nur zu einem 2:2. Etwas mehr Glück hatten die Deutschen im letzten Gruppenspiel gegen die USA, das sie knapp mit 1:0 gewannen und es nun doch schafften, als Gruppensieger in die Hauptrunde einzuziehen, was manche schon kaum noch zu hoffen wagten.

Im Achtelfinale sollten die Deutschen auf Algerien treffen. Am Ende wurde es ein glücklicher 2:1-Sieg in der Verlängerung, mit dem die Deutschen nicht überzeugten. Frankreich hieß nun der Gegner im Viertelfinale. Da Deutschland auch dieses Spiel nur knapp mit 1:0 gewann, machte sich niemand große Hoffnung, das Halbfinale gegen Brasilien zu überstehen. Um so größer die Überraschung, als man die Gastgeber klar mit 7:1 deklassierte.

Im Finale mussten die Deutschen nun gegen Argentinien antreten. Lange war das Spiel ausgeglichen und stand auf Messers Schneide. So ging es in die Verlängerung. Erst in der 113. Minute fiel das Siegtor für Deutschland, das letztlich die Weltmeisterschaft gewann.

Die Überschrift ist der visuelle Anker eines Berichts. Sie soll die Leser in den Text "ziehen".

Gähnend langweilig. Dieser Einstieg reizt niemanden. Chronologische Abarbeitung ab der ersten Zeile tötet jedes Leserinteresse. Leider in Berichten häufig zu lesen: "Am ... fand in ... das Spiel/Turnier gegen ... statt."

Schachtelsätze, die man mehrmals lesen muss, um den Sinn zu verstehen, nerven nicht nur jeden Redakteur, sondern auch Leser, weil sie die Lektüre anstrengend machen und am Satzende niemand mehr so richtig weiß, worum es eigentlich geht.

Das Wichtigste zum Schluss, sozusagen am Rande bemerkt? Wohl dem, der bis hierhin durchgehalten hat. Das dürften jedoch nur wenige gewesen sein.

Wenigstens ein Bild zum Text. Leider ohne Bildunterschrift. Nun weiß niemand, wer/was darauf zu sehen ist.

## ... und es gibt bessere Berichte

#### Götze schießt Deutschland zum WM-Titel

Deutschland ist Weltmeister. Die Auswahl von Bundestrainer Joachim Löw setzte sich im WM-Finale mit 1:0 nach Verlängerung gegen Argentinien durch. Der erst spät eingewechselte Mario Götze schoss sich mit seinem spektakulären Siegtreffer in der 113. Minute zum Helden und Deutschland zum Titelgewinn. "Ich habe einfach nur draufgehalten und gar nicht mitbekommen, was passiert ist", kommentierte er den spielentscheidenden Moment.

Der Weg zum Titel war alles andere als geradlinig. Die Deutschen starteten furios mit einem überzeugenden 4:0 gegen Portugal. Gleich im zweiten Spiel bremste Ghana die Euphorie und rang der deutschen Elf ein 2:2 ab. Erst das 1:0 gegen die USA sicherte dem Löw-Team den Gruppensieg.

Holprig ging es im Achtelfinale weiter. Für ein 2:1 gegen Algerien mussten die Deutschen in der Verlängerung alle Kräfte aufbieten. Immerhin: Den 1:0-Sieg gegen Frankreich im Viertelfinale schafften sie in der regulären Spielzeit. So furios wie das Auftaktspiel war das Halbfinale gegen Brasilien. Mit 7:1 deklassierte die Löw-Elf die südamerikanische Fußballnation.

Torschütze und "Man of the Match" Götze jedenfalls ist glücklich: "Das ist ein unglaubliches Gefühl. Ich weiß sicht, wie ich es beschreiben soll. Für uns ist der Traum wahr ge vorden."

Lukas Podolski, Philipp Lahm und Thomas Müller (v.l.) jubeln: Sie sind Weltmeister.

Götze, Deutschland, WM-Titel sind gleich drei Informationen in der Überschrift.

Nachrichtenwerte: Mensch, Nähe, Besonderes..

Das Wichtigste, die Nachricht, zuerst: Deutschland ist Weltmeister. Dazu ein Held (mit Vor- und Zuname!), Emotionen, Dramatik. Ein Zitat rundet den Einstieg ab.

Bei Hintergrundinformationen ist Chronologie erlaubt, wenn sie der Sache dienlich ist. Trotzdem: Unwichtiges weglassen, Wichtiges betonen.

Das Ende der chronologischen Hintergrundinfos kündigt sich an.

Zum Schluss gibt's noch mal Menschen, Helden, Emotionen. Weil der Vorname bereits im Einstieg genannt wurde, genügt hier der Zuname.

Namen sind Nachrichten: Bei der ersten Nennung immer Vorund Zuname, bei Folgenennungen nur der Nachname (bei Kindern nur Vorname). Ausnahme: Bei (Vor-/Zu-) Namensgleichheit zweier Personen geht klare Erkennbarkeit vor Schreibregel.

Zu einem Bild gehört zwingend eine Bildunterschrift: Wer ist darauf zu sehen.

## Besser schreiben – das Wichtigste zu Inhalt und Stil

## • Grundsätzlich gilt

- Nachricht und Bericht lesen sich wie Darstellungen von unbeteiligten Beobachtern: ich und wir kommen höchstens in einem Zitat vor
- kurz und knapp: Berichte brauchen nicht mehr als 2.500
   Zeichen (inkl. Leerzeichen)
- kurze Sätze: 9 bis 10 Wörter sind kurz und knackig,
   15 noch verständlich, mehr die Ausnahme
- keine Textformatierungen wie fett, kursiv, unterstrichen

#### Die Überschrift

- kein Text ohne prägnante Überschrift
- enthält erste wichtige Informationen, macht Lust auf mehr
- Das etwas irgendwann irgendwo "stattfand", ist nicht die wichtigste Information und weckt keine Leselust!

## Der Einstieg

- Das Wichtigste am Anfang!
- Auch hier gilt: Die Leser entscheiden nach den ersten Zeilen, ob sie weiterlesen!

## - Falsch:

Am vergangenen Wochenende fanden bei schönstem Sommerwetter die nunmehr dritten vereinsinternen Meisterschaften der TG Bad Waldsee im Rasenrodeln statt. Insgesamt hatten sich 27 Team angemeldet, von denen nur 23 zum Start erschienen. Der Modus war wie folgt ...

### Richtig:

Rudi Renner und Rita Raser sind die neuen
Vereinsmeister im Rasenrodeln. Bei den dritten
Meisterschaften der TG Bad Waldsee lieferten sie sich
am Wochenende ein Kopf-an-Kopf-Rennen mit ihren
Kontrahenten Fritz Flink und Herta Hurtig. Erst im
packenden Finale bewiesen sie die besseren Nerven und
siegten mit einem hauchdünnen Vorsprung.

### • Besser schreiben

- bei vielen Verben spüren Leser Atmosphäre und Aktion, sie bringen Farbe und Pep in den Text, z. B.:
  - donnern, krachen, jubeln, flüstern, jagen, sprinten, schreien, stürmen, toben, fürchten, kontern ...
- weg mit verzwickten Verb-Hauptwort-Verpaarungen
  - starten statt an den Start gehen
  - schießen statt einen Schuss abgeben
  - treffen statt einen Treffer landen
  - beweisen statt unter Beweis stellen

#### - Aktiv statt Passiv

- Die TG gewann statt Das Spiel wurde gewonnen
- Der Gegner gewann statt Die Partie wurde verloren

## - Hauptwörter

- Hauptwörter für Dinge und Zustände, für Tätigkeiten Verben nutzen, zu viele Hauptwörter machen einen Satz schlecht lesbar
- Hauptwörter enden auf -heit, -keit, -ung, -ion? Das geht einfacher: Wenn einem Gegner nur die Kapitulation blieb, lasst ihn aufgeben. Komplexität ist verwirrend oder undurchschaubar und wenn ein Team im Angriff Beharrlichkeit zeigt, dann greift es beharrlich an.

### - Adjektive

- Adjektive sind das Salz in der Suppe, aber: zu viel machen Mahlzeit und Text ungenießbar.
- Ein Vorsprung kann hauchdünn oder deutlich sein. Aber Chancen sind immer erfolgversprechend und reizvoll, Verteidiger defensiv und Prognosen zukunftsorientiert.

#### - Bilder

- ordentliche Qualität, für den Druck mind. 1 MB groß; kein eingeblendetes Datum o.ä.
- Kein Bild ohne Bildunterschrift: Wer/was ist zu sehen, worum geht es. Kommt es auf die abgebildeten Personen an, immer volle(n) Namen

(Vor- u. Zuname) und klare Zuordnung (z.B. von links nach rechts) nennen; Fotografen nennen

ein bis zwei aussagekräftige Bilder genügen

## Auf dem Weg zu den Lesern

Bis hierhin alles richtig gemacht? Dann spricht alles dafür, den Text in den Medien und auf unserer Website zu veröffentlichen.

### • Wie?

- am besten per E-Mail, Pressebericht und Bild(er) als Anhang; den Bericht als offenes Dokument (z.B. Word/.doc-Datei, kein .pdf); Bilder als .jpg oder .png; Bilder niemals in die Dokumente einbinden/einfügen
- in die Betreffzeile gehört:

Pressebericht: [Thema]

- kurzes Anschreiben + Kontaktdaten, z. B.:

Sehr geehrte Damen und Herren,

in der Anlage übersende ich Ihnen die Pressemitteilung [Thema/Titel] mit der Bitte um freundliche Berücksichtigung.

Text und Bild dürfen im Rahmen der Berichterstattung honorarfrei verwendet werden.

Mit freundlichen Grüßen

Heiko Stein

Vorstand Öffentlichkeitsarbeit TG Bad Waldsee 1848 e. V.

Tel. für Rückfragen: 0171-7563465

Mail: heiko.stein@tgev.de

#### An wen?

- Wir behandeln die relevanten lokalen Medien gleich.

Schickt die Berichte bitte an

Schwäbische Zeitung: über Storybox oder

redaktion.waldsee@schwaebische.de

Bildschirmzeitung: redaktion@diebildschirmzeitung.de
Wochenblatt RV redaktion@wochenblatt-online.de

TG-Presse heiko.stein@tgev.de

(Zur Veröffentlichung auf der TG-Website www.tgev.de)

Amtsblatt: redaktion@amtsblatt-bad-waldsee.de An das Amtsblatt bitte nur kurze Ankündigungen und ggfls. Saisonrückblicke. Aus Platzgründen werden im Regelfall keine

einzelnen Spiel-/Wettkampfberichte veröffentlicht.

#### Weitere Informationen

## Ansprechpartner in der TG Bad Waldsee:

Heiko Stein

Vorstand Öffentlichkeitsarbeit

Tel.: 0171-7563465

E-Mail: heiko.stein@tgev.de



### Über die TG Bad Waldsee 1848 e. V.

Die TG 1848 Bad Waldsee ist ein gemeinnütziger Sportverein mit Angeboten im Wettkampf-, Freizeit- und Gesundheitssport. Mit mehr als 2.400 Mitgliedern, darunter 800 Kinder und Jugendliche, zählt die TG zu den größten Sportvereinen im Landkreis Ravensburg.

TG 1848 Bad Waldsee e. V. Klosterhof 3 88339 Bad Waldsee

Telefon: +49 07524-48283 E-Mail: info@tgev.de

Internet: http://www.tgev.de

Vertretungsberechtigte Vorstände: Christof Rauhut, Tanja Thurnherr, Heiko Stein

Registergericht: Amtsgericht Ulm

Registernummer: Vereinsregister VR 600043

#### **Hinweis zum Urheberrecht:**

Dieser Leitfaden Öffentlichkeitsarbeit wurde von Heiko Stein (<a href="http://www.hs-training.de/">http://www.hs-training.de/</a>) für die TG Bad Waldsee 1848 e.V. (<a href="http://www.tgev.de/">http://www.tgev.de/</a>) erstellt und unterliegt – natürlich – dem Urheberrecht.

Gemeinnützige Vereine dürfen diesen Leitfaden in den vereinsspezifischen Bestandteilen (z. B. Logo, Kontaktdaten, Beispiele) anpassen und für eigene gemeinnützige Zwecke nutzen. Auf Anfrage erhalten sie dafür die offene Word-Datei vom Autor. Dieser Hinweis zum Urheberrecht sowie der Haftungssauschluss dürfen nicht entfernt oder verändert werden. Jede Nutzung bzw. Weitergabe über diesen Rahmen hinaus, insbesondere jede kommerzielle Nutzung, bedarf der ausdrücklichen Zustimmung des Autors.

## Haftungsausschluss:

Der Autor übernimmt keine Gewähr für die Aktualität, Korrektheit, Vollständigkeit oder Qualität der bereitgestellten Informationen. Haftungsansprüche gegen den Autor, welche sich auf Schäden materieller oder ideeller Art beziehen, die durch die Nutzung oder Nichtnutzung der dargebotenen Informationen bzw. durch die Nutzung fehlerhafter und unvollständiger Informationen verursacht wurden, sind grundsätzlich ausgeschlossen, sofern seitens des Autors kein nachweislich vorsätzliches oder grob fahrlässiges Verschulden vorliegt.