

Berichte über Vereinsaktivitäten – Presseberichte

Um Ihnen die Erstellung eines Presseberichtes zu erleichtern, haben wir einige Punkte zusammengefasst, deren Beachtung die Chancen für eine Veröffentlichung erhöhen.

Der praktische Gartenratgeber

Da im Landesverband rund 3.200 Gartenbauvereine zusammen geschlossen sind, erhalten wir viele Berichte aus den Vereinen sowie den Kreis- und Bezirksverbänden, mit der Bitte um Veröffentlichung in unserer Verbandszeitschrift. Dies ist eine begrüßenswerte Tatsache, denn sie zeigt, dass sich die ehrenamtlichen Kräfte engagieren und vielfältige Aktivitäten stattfinden. Es ist ein wichtiger Bestandteil unserer Arbeit positive, nachahmenswerte Beispiele unseres landeskulturellen Auftrags einer breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Gerne würden wir über all diese Veranstaltungen berichten, die jede für sich gesehen sicher einmalig sind.

Wir müssen aber an dieser Stelle deutlich darauf hinweisen, dass dies aus Platzgründen und den vielen thematisch ähnlichen Veranstaltungen nicht immer möglich ist.

Berichte aus den Gartenbauvereinen

Aufgrund der vielfältigen Aktionen bietet sich natürlich auch ein breites Spektrum an Themen für eine Veröffentlichung an. Im Interesse aller Leser möchten wir Sie bitten, über Ereignisse zu schreiben, die beispielhaft und überregional für alle Vereine in Bayern interessant sind und nicht nur von lokaler Bedeutung. Die Ereignisse sollten landeskulturellen Wert besitzen und Originalität zeigen.

Manuskripte

Bei der Texterstellung sollten folgende Punkte beachtet werden:

- Verwenden Sie ein gängiges Textverarbeitungsprogramm, z. B. Word (*.doc).
- Speichern Sie den Bericht in der Normalversion als Word-Datei ab.
- Die Texte müssen unformatiert sein (keine Zeilenschaltung am Zeilenende sondern endlos schreiben, nur am Ende eines Absatzes steht ein Return, keine automatische oder manuelle Silbentrennung, keine Aufzählungszeichen, keine automatischen Absatzformatierungen etc.). Lediglich die Haupt- und Zwischenüberschriften werden fett, Botanische Namen kursiv gekennzeichnet.
- Die Bildlegenden sollen getrennt, entweder am Textende, auf einer neuen Seite oder in einer eigenen Datei gespeichert werden.
- Tabellen und Grafiken müssen in eigenen Dateien abgelegt werden. Digitale Bilder sollten mit mindestens 300 dpi gescannt und im Original-Grafikformat gespeichert werden (z. B. als EPS-, JPG- oder TIF-Datei). Die Grafik bitte nicht in das Textverarbeitungsprogramm importieren.

Urheberrechte

Der Autor muss gewährleisten, dass er über die urheberrechtlichen Nutzungsrechte für den Beitrag einschließlich der Bilder verfügt und dass keine Rechte Dritter verletzt werden. Sollten Sie in Ihrem Beitrag Textpassagen oder Bilder aus Fachbüchern, Zeitschriften etc. verwenden, erkundigen Sie sich bitte genau, ob dies zulässig ist und holen Sie sich gegebenenfalls die Erlaubnis des Verlags oder Autors.

Bilder

Damit der Bericht auch anschaulich und gerne gelesen wird, sollte er mit einigen Bildern versehen werden. Am besten geeignet sind Digitalbilder in einer möglichst hohen Auflösung. Bei Fotos von Personen besteht das Recht am eigenen Bild der abgebildeten Person, deshalb sollte eine Einwilligung zur Veröffentlichung vorliegen.

Pressemeldung in Lokalzeitungen

Tageszeitungen, Gemeindeblätter, lokale Rundfunksender sowie Werbeblätter sind im Grunde immer an Berichten oder kurz gefassten Tipps und Tricks aus Gartenbauvereinen interessiert. Wir sollten dieses Interesse für ein positives Bild des Vereins oder Kreisverbandes in der Öffentlichkeit nutzen. Wichtig ist dabei der (persönliche) Kontakt zum zuständigen Redakteur. Geben Sie ihm die Termine des Vereins (Jahresprogramm) rechtzeitig bekannt, erinnern Sie die Redaktion immer wieder an die Veranstaltungen und laden Sie den Journalisten zu den wichtigsten Anlässen ein. Lokalredakteure sind für alle Themenbereiche zuständig, vermeiden Sie daher Fach-Fremdwörter. Stimmen Sie den Presseversand auf die Bedürfnisse der Journalisten ab, Medien haben verschiedene Redaktionsschlüsse. Denken Sie daran, dass Kontaktdaten des Ansprechpartners für Rückfragen zur Mitteilung gehören.

Das Internet ist für Journalisten eine wichtigste Informationsquelle, deshalb sollten die wichtigsten Eckdaten und Kontakte Ihres Vereins recherchierbar sein.

In jedem Verein sollte es eine Person geben, welche die Pressearbeit übernimmt. Die Informationen, die an die Presse weitergegeben werden sollen, müssen Aktualität haben und dürfen den Leser bzw. Hörer nicht langweilen. Weil nur bei besonderen Aktivitäten die Veranstaltungen eines Vereins von der Presse wahrgenommen werden, muss die Zuarbeit für die Redaktionen durch den Pressebeauftragten gewährleistet sein. Er muss somit auch in der Lage sein, Texte fachlich und stilistisch gekonnt abzufassen.

Dabei sind folgende Punkte zu beachten:

- Die Manuskripte müssen formal in Ordnung sein und sollten mit einem gängigen Textverarbeitungsprogramm geschrieben werden.
- Überschriften
Ein informativer Arbeitstitel für den Beitrag genügt, denn Schlagzeilen und Überschriften werden in den Redaktionen gemacht.
- Logische Reihenfolge
Es ist ratsam, sich vor dem Verfassen eines Textes eine Gliederung zu erstellen, damit man beim Schreiben den „roten Faden“ immer vor sich hat.
Informationen müssen sachlich und präzise erfasst werden, Zahlenangaben müssen stimmen.
Bei Namensnennung werden Titel, Vorname, Name und Funktion der betreffenden Person angegeben. Die zentrale Nachricht gehört in den Anfang – Fragen, wer, was, wann, wo, wie und warum getan hat, sollten im ersten Absatz beantwortet werden.
- Stil und Inhalt
Schreiben Sie sachlich, mit vielen Verben und verwenden Sie kein Passiv.
Vermeiden Sie Wiederholungen, Füllwörter, Abkürzungen, Schachtelsätze sowie Eigenlob, Mutmaßungen und Superlative.
- Korrektur lesen
Der Text sollte vor der Abgabe – auch von einer zweiten Person – geprüft werden (Inhalt, Stil, Grammatik, Rechtschreibung, Interpunktion).
- E-Mailversand
Nutzen Sie eine aufmerksamkeitsstarke Betreffzeile, die aussagekräftig ist.
Die Bedeutung der Maßnahme oder Veranstaltung wird kurz in der E-Mail erklärt mit der Bitte um Veröffentlichung. Die Länge der E-Mail sollte etwa eine DIN A4-Seite bzw. 300 Wörtern entsprechen. Der eigentliche Pressetext wird im Anhang verschickt. Weiterführende Informationen auf Anfrage versenden.
Wird die E-Mail an weitere Kontakte geleitet, sollten diese in das Bcc-Feld eingefügt, denn persönliche E-Mail-Adressen anderer sind kein Allgemeingut.