

Pressearbeit – Die Gemeinde zum Gespräch machen

1. Gemeinden brauchen Pressearbeit

Gemeinde – das ist bereits Öffentlichkeitsarbeit. Keine Gemeinde kann davon leben, dass sie sich versteckt. Schon das Gemeindezentrum ist eine Einladung zum Glauben. Das Auto des Pastors vermutlich auch. Ob sein Fahrstil eine Einladung zum Glauben ist, vermag ich nicht zu beurteilen.

Pressearbeit geht aber noch über die traditionelle Öffentlichkeitsarbeit der Gemeinde hinaus – ist aber Bestandteil der Öffentlichkeitsarbeit. Auch Schweigen und Nichtstun ist Öffentlichkeitsarbeit und sie wird in der Umgebung wahrgenommen.

In ländlichen Regionen stehen selbstverständlich die Gottesdiensttermine der FeG neben denen der Landes- und anderen Freikirchen in der Zeitung. Oder sogar am Straßenrand auf Schildern.

Machen Sie die Zeitungen zu einem Instrument Ihrer Öffentlichkeitsarbeit, Ihrer Beziehungsarbeit zu den Medien und den Menschen.

2. Die Menschen brauchen Ihre Pressearbeit

Überlegen Sie kurz: Wie viel Prozent der Einwohner Ihrer Stadt / Ihrer Region werden durch Ihre Öffentlichkeitsarbeit erreicht? Z. B. durch Ihren Gemeindebrief?

Damit Menschen in Ihrer Umgebung von den Gottesdiensten und Gemeindeveranstaltungen erfahren, braucht es Pressearbeit. Die Mehrheit der Bundesbürger gehört noch einer Konfession an. Aber der christliche Wasserspiegel sinkt. Auch die Leser Ihrer Tageszeitung brauchen den Hinweis auf Gott. Das kann durch einen Bericht über Ihre Veranstaltung – Ihre Gemeinde geschehen. Machen Sie Ihre Gemeinde durch die Presse zum Gespräch.

Information ist eine Bringschuld. Die Gesellschaft hat ein Recht darauf, informiert zu werden. Sie haben das Recht, Ihre Ziele und Inhalte zu vermitteln. Vielleicht braucht der eine oder die andere genau Ihre Zeitungsmeldung, um den Schritt über die Schwelle Ihres Gotteshauses und die Schwelle zum Glauben zu überschreiten.

3. Die Medien brauchen Ihre Pressearbeit

Den Redakteuren wird oft eine geringe Nähe zur Kirche nachgesagt. Umso wichtiger ist es, dass sie mit Themen aus dem Bereich Glauben gefüttert werden. Das sollte nicht belästigend geschehen sondern in vertrauensvoller Zusammenarbeit. Ein gelegentliches Strohfeuer bringt nicht viel. Der Kontakt zu den Medien muss kontinuierlich gepflegt werden. Entweder der Pastor oder ein Beauftragter für die Pressearbeit sollte regelmäßig Kontakt zur Redaktion halten. Man kann auch mal einen Artikel an die Redaktion geben, der nicht abgedruckt wird. Sollte dies allerdings öfter passieren, muss nach der Ursache gesucht werden. Ist mein Text zu schlecht? Interessiert das Thema nicht?

4. Gemeindeleben für Presse und Leser übersetzt

Wichtigste Aufgabe eines Pressereferenten in der Gemeinde ist das Übersetzen der Geschehnisse in die Sprach- und Erlebenswelt des Lesers. Grundbegriffe wie Gnade, Barmherzigkeit, Sünde, Vergebung dürfen Sie nicht mehr als selbstverständliches Glaubensgut der Deutschen voraus setzen. So können Zitate aus einer Predigt zwar zeigen, dass Sie bei der Veranstaltung gut aufgepasst haben und Ihrem Bericht eine starke Authentizität verleihen. Wenn aber das Zitat für den Leser nicht verständlich ist, haben Sie sich umsonst bemüht. Oftmals muss der Verfasser eines Zeitungstextes – ähnlich wie der Bibelübersetzer – Brücken in die Sprachwelt der Leser schaffen.

Leitgedanken der Deutschen Presseagentur:

1. In einer gut geschriebenen Nachricht steht das Wichtigste vorn.
2. Die Nachricht muss klar und unmissverständlich sein.
3. Die Nachricht muss auch für den Nichtfachmann verständlich sein.
4. Die Nachricht muss vollständig sein.

5. Die Nachricht muss eine Quelle enthalten.
6. Die Nachricht muss in einfacher, guter Sprache geschrieben sein.
7. Namen und Zitate erhöhen die Glaubwürdigkeit und Objektivität der Nachricht.

b) Kontakt zur Presse

1. Das Pressegespräch

Haben Sie sich schon einmal eine Liste erstellt über die Medien, die es in Ihrer Stadt / Ihrer Umgebung gibt? Zeitungen, Wochenblätter, Radio, Fernsehen. Das könnte zu Hause ein erster Schritt sein, Pressearbeit offensiv anzugehen. Tipp: Die Stadtverwaltung / Presseamt hält eine Liste der Medien bereit, die von der Stadt regelmäßig beliefert werden. Das könnte der Grundstock für Ihre Presseadressen werden. Etliche Veranstalter laden Pressevertreter zu einem Pressegespräch ein oder suchen in der Redaktion das Gespräch über mögliche Themen. Beim Pressegespräch erwartet der Einladende nicht unbedingt, dass in den nächsten Tagen darüber etwas in der Zeitung erscheint.

2. Die Pressekonferenz

Zur Pressekonferenz kann man vor wichtigen Ereignissen einladen. Dabei werden mehrere Pressekollegen bei einem etwa halbstündigen Termin gemeinsam über Neuerungen informiert, etwa zur Einweihung des neuen Gemeindezentrums, zum Vorstellen einer Aktion in Ihrer Gemeinde.

3. Die Pressemappe (Beispiel ERF Pressemappe)

Sinnvoll ist es, wenn Sie eine Pressemappe für die Vertreter von Redaktionen bereit halten. Darin enthalten sollten sein eine Vorstellung

- der Gemeinde
- des Pastors (Vor- und Zunamen sind wichtige Daten für den Redakteur)
- der auftretenden Künstler
- der Akteure, die bei einer Veranstaltung auf der Bühne agieren oder die Ideengeber einer Aktion etc.

Was sind Themen für die Redaktionen?

Einige Zeitungsredakteure haben Themen zusammen gestellt, die ihre Leser möglicherweise aus dem Bereich Kirche interessieren könnten:

- Seelsorge für Häftlinge. Wer macht das in unserer Stadt und mit welchem Erfolg?
- Polizeiseelsorge: Viele Polizisten kommen mit dem Überbringen einer Todesnachricht nicht mehr klar. Hilft der Seelsorger?
- Historische Themen: Die Fahnen eines kirchlichen Traditionsvereins, ein Pfarrer/Pastor im Dritten Reich.
- Die meisten Kirchenglieder passieren nach einem Umzug. Wie gehen Gemeinden mit zugezogenen Bürgern um?
- Porträt: Warum hat unser Pfarrer diesen Beruf gewählt? Wer geht heute noch ins Kloster oder wird Missionar?
- Hat Gott immer noch diesen langen Bart? Gottesbild heute. (Eine Reportage aus dem Konfirmandenunterricht)
- Taufe: nur Formsache oder Familienfest?
- Sterben – Tod – Sterbebegleitung
- Ökumene: Wie funktioniert es am Ort, wie verhalten sich die Gemeinden?
- Ehrenamtliche ins Blickfeld rücken: die Frau, die seit 25 Jahren die Kirche putzt, der Küster, der Frauenkreis, der Kirchenchor, die Jugendarbeit
- Predigtkritik: Am Montag wird die Sonntagspredigt in der Zeitung kritisiert.

Ein Zitat zum Schluss:

*„Wer Gutes tut und darüber redet, will in die Zeitung.
Wer Gutes tut und nicht darüber redet, will in den Himmel“*

- Ende -

Zusatz:

Journalistische Grundregeln für einen kompetenten Bericht:

Die sieben W-Fragen

Das Einmaleins des Redakteurs sind die sogenannten W-Fragen. Auf diese sieben W-Fragen muss eine korrekt formulierte Nachrichten auf jeden Fall eine Antwort geben:

1. Wer
2. Was
3. Wann
4. Wo
5. Wie
6. Warum
7. Welche Quelle

Wer-Fragen:

Wer tritt auf? Wer leitet den Chor? Wer ist Veranstalter? Wer ist eingeladen? Wer ist Kontaktperson für den Zeitungsleser, falls dieser Fragen hat.

Was-Fragen:

Was findet statt? Was ist zu hören? Was kostet der Eintritt?

Wann-Fragen:

An welchem Tag, in welchem Monat, um welche Uhrzeit?

Wo-Fragen:

In welchem Gebäude, in welcher Stadt, in welcher Straße, welche Hausnummer

Wie-Fragen:

evtl. wie lange dauert das Konzert? Wie ist die Gemeinde auf diesen Chor gestoßen? Wie viele Musiker/Sänger gehören dazu?

Warum-Fragen:

Was ist der Anlass für dieses Konzert. (Warum fragt nach Hintergründen und Vorgeschichte)

Welche Quelle: Eine zusätzliche W-Frage kommt bei Zitaten, Wiedergabe von Inhalten:

Worauf beruft man sich, wer hat eine bestimmte Äußerung gemacht?

Aller Anfang ist schwer

Die zehn häufigsten Fehler journalistischer Neueinsteiger

1. Das Manuskript hat eine schlechte äußere Form. Der Text ist nicht in Absätze gegliedert.
2. Der Beitrag entspricht nicht dem Aufbau einer Meldung in Ihrer Zeitung: z. B. Zwei Überschriften, eine Ortskennung am Beginn des Textes etc. Ohne Überschriften keine Orientierung zum Inhalt!
3. Die mitgelieferten Bilder sind nicht ausreichend mit einer Bildunterschrift erklärt.
4. Namen und Funktionen sind nicht eindeutig erläutert.
5. Der Beitrag fängt langweilig an.
6. Der Beitrag entspricht nicht dem Aufbau einer Meldung in Ihrer Zeitung: z. B. Zwei Überschriften. Eine Ortskennung am Beginn des Textes etc.
7. Der Beitrag geht an dem Thema vorbei.
8. Der Beitrag lässt wichtige Fragen offen.
9. Der Beitrag ist zu lang.
10. Der Beitrag passt nicht in das Blatt, an das er gerichtet wird.

Häufiges Ergebnis: Der Beitrag landet im Papierkorb statt in der Tageszeitung.