

Basics der pol. Kommunikation: Schwerpunkt Pressearbeit

Julian Lange, 6. Mai 2025

Das bin ich

- Julian Lange (37) aus Berlin
- BA Deutsch & Geschichte (2009) / MA Deutsche Literatur (2011)
- 2011: Wahlkampf Berliner SPD / Wowereit
- 2011-2018 SPD-Parteivorstand, zuletzt stellv. Sprecher
 - Bundestagswahlkampf 2013, u.a. Auslandsreise Steinbrück, Begleitung Schwesig, etc.
 - Presse für M. Schulz EU-Wahlkampf 2014 + Bundestagswahlkampf 2017
 - Presse für SPD-Vizes, v.a. TSG, Stegner, Özoguz, Schwesig, Kohnen, etc.
- 2019-2022: Sprecher des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit, Energie und Verkehr des Saarlandes und stellv. Regierungssprecher
- Seit April 2022: Regierungssprecher des Saarlandes
- Seit September 2023: Abteilungsleiter Öffentlichkeitsarbeit + Projektleiter Tag der Deutschen Einheit

SEX

5 ½ Gebote der politischen Kommunikation

5 ½ Gebote

1. Errege Aufmerksamkeit!
2. Schreibe kurz und verständlich!
3. Sei aktuell!
4. Erzähle Stories statt Langeweile!
5. Schluss mit Silos!

5 ½ Gebote

1. Errege Aufmerksamkeit!
2. Schreibe kurz und verständlich!
3. Sei aktuell!
4. Erzähle Stories statt Langeweile!
5. Schluss mit Silos!

5 ½ Niemand mag Ausrufezeichen. Wirklich niemand.

Wen wollen wir erreichen?



Der Journalist

- Themensuche am Morgen
- Redaktionskonferenz ca. 10-11 Uhr
- Recherchen, Materialsammlung
- Nachfragen, Telefonieren, Schreiben
- Redaktionsschluss zwischen 16-20 Uhr
- Zeitdruck: IMMER

Gespräche mit Journalisten

- Keine Angst vorm Sprechen haben
- Niemals lügen / Nicht alles sagen
- Sätze bewusst wählen
- Verbindlich sein / Zurückrufen / Nicht labern
- Informationen schnell nachliefern
- „unter Eins“, „unter Zwei“, „unter Drei“
- Zitate autorisieren (vorher absprechen)

Was steht in der Zeitung?

- Meldung / Nachricht
- Terminankündigung
- Artikel / Bericht
- Reportage / Hintergrundbericht

Nachrichtenfaktoren

- Neuigkeitswert (Aktualität, Relevanz, Seriösität)

Nachrichtenfaktoren

- Neuigkeitswert (Aktualität, Relevanz, Seriösität)
- Prominenz (öffentliche Bedeutung)

Nachrichtenfaktoren

- Neuigkeitswert (Aktualität, Relevanz, Seriösität)
- Prominenz (öffentliche Bedeutung)
- Konflikt (Kampf, Provokation, Dissens)

Nachrichtenfaktoren

- Neuigkeitswert (Aktualität, Relevanz, Seriösität)
- Prominenz (öffentliche Bedeutung)
- Konflikt (Kampf, Provokation, Dissens)
- Personalisierung („human touch“)

Nachrichtenfaktoren

- Neuigkeitswert (Aktualität, Relevanz, Seriösität)
- Prominenz (öffentliche Bedeutung)
- Konflikt (Kampf, Provokation, Dissens)
- Personalisierung („human touch“)
- Kuriosität / Besonderheit (Liebe, Sex, Gefühl, Drama)

Nachrichtenfaktoren

- Neuigkeitswert (Aktualität, Relevanz, Seriösität)
- Prominenz (öffentliche Bedeutung)
- Konflikt (Kampf, Provokation, Dissens)
- Personalisierung („human touch“)
- Kuriosität / Besonderheit (Liebe, Sex, Gefühl, Drama)
- Regionaler Bezug (Nähe, Folgenschwere, Fortschritt)

Nachrichtenfaktoren

- Neuigkeitswert (Aktualität, Relevanz, Seriösität)
- Prominenz (öffentliche Bedeutung)
- Konflikt (Kampf, Provokation, Dissens)
- Personalisierung („human touch“)
- Kuriosität / Besonderheit (Liebe, Sex, Gefühl, Drama)
- Regionaler Bezug (Nähe, Folgenschwere, Fortschritt)
- Themenkarriere (Event, Debatte, Medienhype)

Tipps zur Themenfindung

- Anschluss an Vorhandenes suchen
- → „Gatekeeper“ oder Leitmedien beobachten
- → Kalender im Auge haben

Tipps zur Themenfindung

- Anschluss an Vorhandenes suchen
- → „Gatekeeper“ oder Leitmedien beobachten
- → Kalender im Auge haben/Events nutzen
- Was sind eure „natürlichen“ Themen

Tipps zur Themenfindung

- Anschluss an Vorhandenes suchen
- → „Gatekeeper“ oder Leitmedien beobachten
- → Kalender im Auge haben/Events nutzen
- Was sind eure „natürlichen“ Themen
- Wo ist die eigene Meinung „besonders“
- Wo lässt sich provozieren?
- Wo gibt es eine emotionale Geschichte?

Tipps

- Morgens nicht nur die Lokalzeitung lesen (Newsletter, Briefings, Podcasts, etc)
- Kommunal selbst Reporter sein, finde Geschichten
- Haltung & Meinung trauen
- First Mover sein / Speed kills
- Nischen suchen

Von der Botschaft zur PM

- Botschaft ausdenken, bevor nur eine Zeile geschrieben ist
- Die Überschrift ist die Botschaft nochmal verkürzt
- Die Botschaft taucht im ersten Absatz auf

Pressemitteilung

- Überschrift transportiert die Botschaft
- So kurz wie möglich / 1-2 Seiten
- Der erste Absatz beantwortet zentrale W-Fragen (Wer? Wann? Was? Wo?)
- Das Wichtigste zuerst
- Keine überflüssigen Infos, keine Behauptungen, kein Humor, keine schiefen Bilder
- Sachlich schreiben, keine Wertungen (nur im Zitat)
- Überlegen: was könnte zitiert werden – knackig, kurz, ungewöhnlich formulieren

„In St. Jago, der Hauptstadt des Königreichs
Chili, stand gerade in dem Augenblicke der
großen Erderschütterung vom Jahre 1647, bei
welcher viele tausend Menschen ihren
Untergang fanden, ein junger, auf ein
Verbrechen angeklagter Spanier,
namens *Jeronimo Rugera*, an einem Pfeiler des
Gefängnisses, in welches man ihn eingesperrt
hatte, und wollte sich erheben.“

Heinrich v. Kleist „Erdbeben von Chili“

- Pressemitteilungen optimal am Vormittag bis frühen Nachmittag
- Nachfragen von Journalisten kommen auch noch am frühen Abend
- Nach 17 Uhr geht (fast) nichts mehr
- Online-Medien haben keinen Redaktionsschluss!
- TV sammelt bis ca. 17 Uhr Material

Pressemitteilung – formal

- Optimale Überschrift: max. 63 Zeichen
- Ansprechpartner mit Telefonnummer

Pressemitteilung – formal

- Optimale Überschrift: max. 63 Zeichen
- Ansprechpartner mit Telefonnummer
- Eindeutige Quelle

Pressemitteilung – formal

- Optimale Überschrift: max. 63 Zeichen
- Ansprechpartner mit Telefonnummer
- Eindeutige Quelle
- Keine Abkürzungen, kein Fach-Chinesisch
- Personen mit Vor- und Zuname (Titel nur, wenn von Bedeutung)

Pressemitteilung – formal

- Optimale Überschrift: max. 63 Zeichen
- Ansprechpartner mit Telefonnummer
- Eindeutige Quelle
- Keine Abkürzungen, kein Fach-Chinesisch
- Personen mit Vor- und Zuname, kein Titel
- Nicht länger als 1-2 Seiten
- Einheitliche (übliche!) Schriftart

Pressemitteilung – formal II

- Routinen schaffen, Gewohnheiten züchten
- Copy & Paste ermöglichen
- Niemals „Ich“ oder „wir“ – nur in direkter Rede
- Deutsch schreiben, neue Rechtschreibung
- Gegenlesen lassen
- Keine großen Anhänge (z.B. nur ein Foto)

Verteiler

- Mind. 1x im Jahr komplett aktualisieren.
- Am besten ist der persönliche Kontakt!
- Wer schreibt Artikel zu meinen Themen?
- Rückläufer beachten / aktuell halten
- Gibt es interessante Blogs/Neuerscheinungen?

Pressetermine

- Klare Ortsangaben
- Unterscheidung in Bildmedien und Sonstige
- Klare Bilder definieren, Fotopunkte, Motive vordenken
- Klare Führung vor Ort

Verständlich schreiben

- Texte klar gliedern („Erstens, zweitens, drittens“, „Fünf Thesen zur“)
- Erklär's den Kumpels in der Kneipe!

Verständlich schreiben

- Auf den Einstieg kommt es an!
- „Ilsebill salzte nach.“ (G. Grass, „Der Butt“)
- Zitate, Überraschendes, in jedem Fall kurz
- → „Hook“ in Social Media

Verständlich schreiben

- „Ein Satz ist vollkommen, wenn kein Wort überflüssig ist.“ Arthur Schnitzler

Wie lang darf ein Satz sein?

- Fünf Wörter haben viele Sätze der BILD
- Acht Wörter lassen sich wiederholen
- 14 Wörter im Schnitt in der „Tagesschau“
- 17 Wörter in Manns „Buddenbrooks“
- Sätze über 20 Wörter gelten bei dpa als Tabu

Verständlich schreiben

- „KISS – keep it short & simple“
- Füllwörter vermeiden (eigentlich, selbstverständlich, nun, gar, sicherlich, jedenfalls, auch, ...)
- Jedes Wort prüfen, ob es notwendige Information transportiert und/oder kürzer auszudrücken ist.

Verständlich schreiben

- „KISS – keep it short & simple“
- Klare Sätze, nur ein Nebensatz

Verständlich schreiben

- „KISS – keep it short & simple“
- Aufgeblasene Begriffe meiden
- Statt „Im Rahmen der Veranstaltung“ besser „Bei der Veranstaltung“.
- Statt „Im Bereich des Sports“ besser „im Sport“.
- Statt „zum Thema des Ehrenamts“ besser „zum Ehrenamt“

Verständlich schreiben

- „KISS – keep it short & simple“
- Redundanz vermeiden
- „Die herrschaftlichen Schlossgebäude werden von der Stiftung neu renoviert.“
- Besser: „Die Stiftung renoviert das Schloss.“

Verständlich schreiben

- Substantive vermeiden, Verben suchen
- „Er ist mit der Leitung der Filiale betraut.“ = Er leitet die Filiale.“
- Endungen –ung, -heit, -keit, -ät, -ion, -nis, -tum, -schaft, -nahme sollten skeptisch machen!

Verständlich schreiben

- Aktiv statt Passiv
- „Besonders montags wird die Geschäftsstelle von vielen Ratsuchenden angerufen.“ =
„Besonders montags rufen viele Ratsuchende bei der Geschäftsstelle an.“

Verständlich schreiben

- Wortungetüme vermeiden oder trennen
- Statt „Geschäftsführungsleitlinien“ besser „Leitlinien für die Geschäftsführung“

Tools

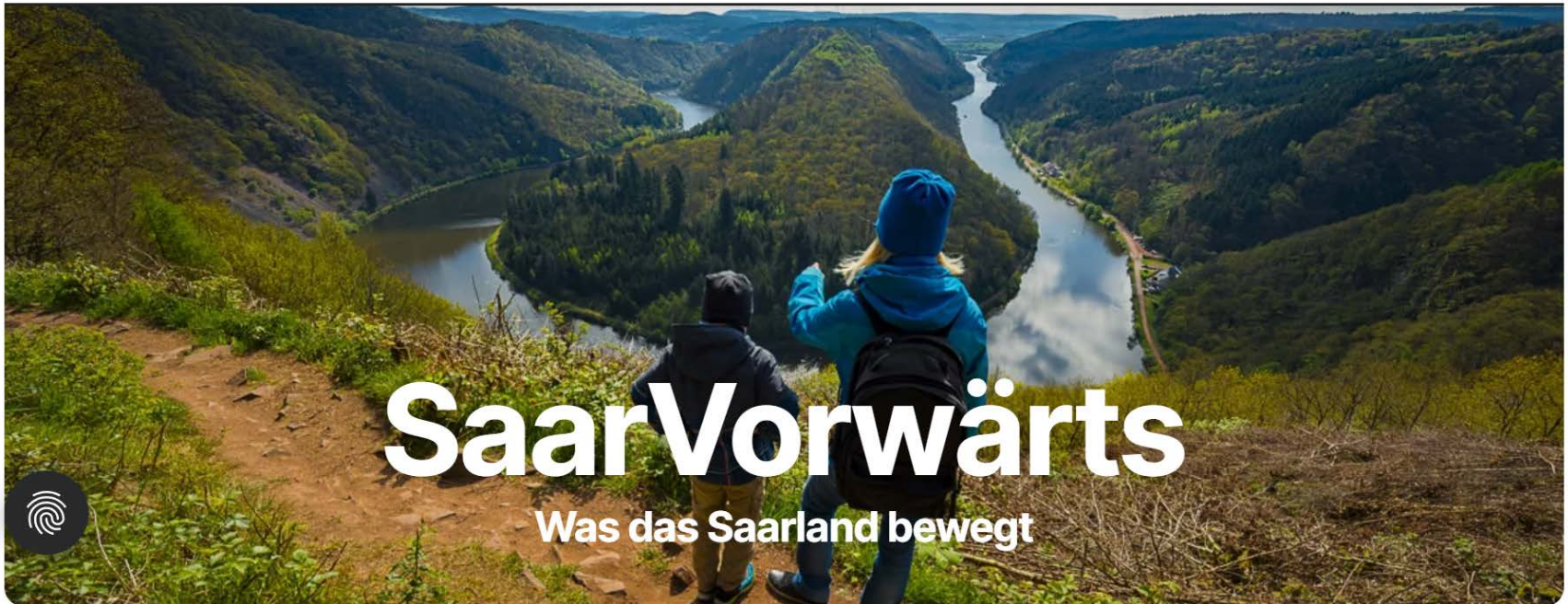
- Word nutzen (Rechtschreibung, Wörter zählen)
- KI nutzen (z.B. ChatGPT, WortLiga, etc.)

Wortliga (o.ä.)

- <https://wortliga.de/textanalyse/>

ChatGPT

<https://chatgpt.com/>



SaarVorwärts

Was das Saarland bewegt



WIRTSCHAFT

Politischer Husarenstreich aus dem Saarland: Wie Anke Rehlinger und ihr Finanzminister die deutsche Finanzpolitik veränderten

Es war ein politisches Manöver, das seinesgleichen sucht: Saarlands Ministerpräsidentin Anke Rehlinger und ihr Finanzminister Jakob von Weizsäcker (beide SPD) haben im Bund ein gigantisches Investitionspaket initiiert, das die Finanzpolitik Deutschlands nachhaltig verändert. So berichtet es das „Handelsblatt“.

Vielen Dank

- Wer bist Du und was willst Du erreichen?
 - Engagier Dich bitte!
 - Kandidiere bitte!
- Folge mir auf [LinkedIn](#) & [TikTok](#)