

# Umgang mit Presse und Medien

ein Leitfaden für  
Selbsthilfegruppen und Vereine



Faulenstr. 31, 28195 Bremen

Telefon: 0421 – 70 45 81

E-Mail: [info@netzwerk-selbsthilfe.com](mailto:info@netzwerk-selbsthilfe.com)

Internet: [www.netzwerk-selbsthilfe.com](http://www.netzwerk-selbsthilfe.com)



# Vorwort

Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass überwiegend in den Selbsthilfegruppen wenig bis keine Erfahrungen im Umgang mit Journalistinnen und Journalisten vorhanden sind. Daher ist die Tragweite dieser Kontakte eventuell im Vorfeld schwer einzuordnen. Es darf aber davon ausgegangen werden, dass seitens der Medien ein umsichtiger und sachorientierter Umgang gewährleistet ist.

Allerdings haben wir in der jüngeren Vergangenheit auch schon Reaktionen auf Berichterstattungen – insbesondere im Internet - erlebt, die äußerst unangenehm waren. Daher wollen wir Ihnen einen kurzen, übersichtlichen und verständlichen Leitfaden anbieten, der keinen Anspruch auf Vollständigkeit und verbindliche Rechtsgültigkeit bieten kann. Die Hinweise wurden von uns allerdings nach besten Wissen und Gewissen zusammengestellt. Sehr gerne bieten wir unsere Unterstützung bzw. vertiefende Hilfestellungen an und helfen beim Auffinden weitergehender Informationen.

Über konstruktiv-kritische Kritik freuen wir uns via Mail ([info@netzwerk-selbsthilfe.com](mailto:info@netzwerk-selbsthilfe.com)) oder Telefon (0421/70481) immer und wünschen zunächst viel Spaß beim Lesen inklusive des Gewinns vielleicht ein paar hilfreiche Tipps und Anmerkungen.

Katharina Renout, Volker Donk und Andreas Weippert  
Bremen, im Februar 2022



# Inhaltsverzeichnis

Seite

Beispiel einer positiven Berichterstattung	7
Was tun bei negativer Berichterstattung	9
Kurzinformationen zu Veröffentlichungen im Internet	11
Aufbau einer Pressemitteilung	14
Auswahl lokaler Pressekontakt-Adressen	15
Quellen	15



# Beispiel einer positiven Berichterstattung

Im Februar 2021 kam eine Long-Covid-Genesene Bremerin auf uns zu, um die Gründung einer Selbsthilfegruppe zu thematisieren. Aufgrund der damals allgemeinen Lage war es aus unserer Sicht sachgerecht, dieses Ansinnen auch über die Medien zu kommunizieren. Daher haben wir am 23. Februar 2021 folgenden Text an die Medien per Mail verschickt:

## **Selbsthilfegruppe für Corona-Genesene in Gründung**

*Der Umgang mit Corona in der Gesellschaft bleibt zentral und wichtig. Die Zahl der Genesenen steigt an, damit ist allerdings der Alltag oftmals nicht mehr so wie er davor war. Neue gesundheitliche Einschränkungen gilt es anzunehmen und zu akzeptieren. Dabei kann der Austausch mit Gleichgesinnten helfen. Beim Netzwerk Selbsthilfe ist daher die Gründung einer Selbsthilfegruppe für Corona-Genesene in Planung. "Mit diesem Angebot schließen wir eine wichtige Lücke im Umgang mit der Pandemie. Erste Anfragen haben uns bereits in den letzten Wochen erreicht, weitere Interessierte sind natürlich herzlich willkommen", so Geschäftsführerin Sabine Bütow. Interessierte können sich telefonisch (0421/704581) oder per Mail (info@netzwerk-selbsthilfe.com) melden. Das erste Treffen der Selbsthilfegruppe ist bereits Mitte März im Netzwerk Selbsthilfe in der Faulenstraße 31 vorgesehen. Die Teilnahme ist kostenfrei.*

Dieser Text hatte zur Folge, dass von Radio Bremen zwei Online-Beiträge sowie jeweils ein TV- und ein Radio-Beitrag produziert wurde. Bei den Printmedien fand der Text im Weser Kurier, in der Kreiszeitung Syke und im Weser Report Verwendung. Diese Resonanz hatte zur Folge, dass wir einen

massiven Ressourcen-Einsatz geschultert haben. So haben wir den Dreh des TV-Berichts begleitet und das Internet-Interview in Abstimmung mit der Selbsthilfe-Akteurin autorisiert.

TV-Anfragen von zwei Sendern haben wir allerdings auch nicht bedienen können bzw. auch nicht wollen. Es bestand der – aus journalistischer Sicht nachvollziehbare – Wunsch von dort, dass ein Gruppentreffen filmisch begleitet wird. So eine Aktion bedarf der Zustimmung aller an diesem Tag anwesenden Teilnehmerinnen und Teilnehmer im Vorfeld und steht im Widerspruch zum Verschwiegenheitsgedanken der Selbsthilfegruppen. Unsere Haltung wurde verstanden und auch akzeptiert.

Natürlich empfanden wir in diesem Fall unser Wirken auch wichtig. Die Berichterstattung hat dabei geholfen, dass viele Betroffene den Weg in die inzwischen zwei Präsenz- und eine Online-Selbsthilfegruppe gefunden haben. Die Zusammenarbeit mit den Kolleginnen und Kollegen in den Redaktionen war vertrauensvoll und somit für beide Seiten erfolgreich.



# Was tun bei negativer Berichterstattung?

Von negativer Berichterstattung Betroffene sollten sich immer zuerst fragen: Wird die Nachricht Auswirkungen auf die finanzielle Situation oder auf bestehende Kooperationsbeziehungen haben? Wie groß ist die Reichweite der Veröffentlichung? Wird sie von der eigenen Zielgruppe gelesen? Ist der Artikel sachlich falsch oder übermäßig voreingenommen? Können diese Fragen nicht eindeutig beantwortet werden, sollte zunächst die aktuelle Nachrichtenlage beobachtet werden. Nachrichtenzyklen sind in der Regel kurzlebig und schlechte Presse verblasst schnell. Mit übereilten Reaktionen kann der Lebenszyklus eines Artikels ungewollt verlängert werden. Es empfehlen sich drei Szenarien, um auf negative Presse zu reagieren. Handelnde sollten in erster Linie die Entscheidungsträger in der Einrichtung oder Organisation sein. Gute Krisenkommunikation muss einheitlich sein und erfordert eine gute Erreichbarkeit. Folgende Szenarien können durchgespielt werden:

## **Auf negative Berichterstattung nicht reagieren**

Nicht reagieren bedeutet jedoch nicht, überhaupt nichts zu tun. Ist man von schlechter Presse betroffen, sollte man sich zunächst auf die wichtigsten Vernetzungsbeziehungen konzentrieren. Anfragen von der eigenen Zielgruppe oder Kooperationsbezügen, die aus der negativen Berichterstattung resultieren, müssen schnell und eindeutig beantwortet werden. Der erste Schritt nach Kenntnis von Negativschlagzeilen ist für die Entscheidungsträger daher: schriftlich Gegenargumente ausarbeiten und diese eventuell vorhandenen Mitarbeiter\*innen, Kooperationspartnern und Geldgebern am besten im persönlichen Gespräch zukommen lassen.

## **Kontaktaufnahme mit der Redaktion**

Enthält der Artikel sachlich falsche Informationen, sind die meisten Redaktionen schnell bereit, die Inhalte zu berichtigen. Liegt das Problem jedoch in einer einseitigen Wahrnehmung bestimmter Sachverhalte, ist eine Korrektur der Berichterstattung nicht sehr wahrscheinlich. Für eine Gegendarstellung gibt es in einem solchen Fall keinen Rechtsanspruch. Dennoch sollten die Entscheidungsträger der/den Journalist/in die Sichtweise der Betroffenen schildern und Verständnis für diese wecken. Der Fokus bei der Kontaktaufnahme sollte darauf liegen, Missverständnisse auszuräumen und ein Vertrauensverhältnis aufzubauen.

## **Herausgabe einer öffentlichen Stellungnahme**

Schädigt die Berichterstattung nachhaltig den Ruf der Einrichtung oder Organisation, sollte darauf mit einer öffentlichen Antwort reagiert werden. Die Herausgabe einer Presseinformation ist das effizienteste Mittel, um mit guten Argumenten negative Berichterstattung zu entkräften. Wird mit öffentlichen Äußerungen auf negative Schlagzeilen reagiert, so muss die Tonalität unbedingt sachlich und ausgewogen sein. Wer überzeugen will, sollte Fakten publizieren, die für sich selbst sprechen.

# Kurzinformationen zu Veröffentlichungen im Internet

Die folgenden Kurzinfos sind Zusammenfassungen, die keine verbindliche Rechtsgültigkeit haben. Wir beziehen uns aber hier auf rechtliche Grundlagen wie: „Das Recht am eigenem Bild“, so genannte „Persönlichkeitsrechte“ und das „Urheberrecht“.

Diese sind in Bezug auf das Internet gut dargestellt in den Materialien von Klicksafe (Quelle: Klicksafe 2017, Spielregeln im Internet 1-3).

## **Kurzinfo zur Einwilligung erforderlich**

Zur Aufzeichnung und Veröffentlichung von Interviews, Fotos und Video müssen die zitierten und abgebildeten Personen ihre Einwilligung gegeben haben. Diese muss grundsätzlich schriftlich vorliegen. Wenden sich die Personen jedoch an Presse oder Fernsehen, um für ihre Selbsthilfegruppe/ ihren Verein zu werben oder auf ein Krankheitsbild aufmerksam zu machen, wird meist davon ausgegangen, dass sie der Veröffentlichung des Textes, Fotos oder Videos zustimmen, spätestens sobald die Journalistin oder der Kameramann vor ihnen steht. Eine schriftliche Einwilligung einzufordern bzw. abzugeben ist aber eine gute Idee. Die Zeitung muss beispielsweise auch angeben, wo der Text veröffentlicht werden soll (Printausgaben, Internetausgabe und sonstiges). Vor der Veröffentlichung das Endprodukt sehen zu dürfen, kann ebenfalls eingefordert werden.

## **Kurzinfo zu Widerruf der Einwilligung**

Alle Einwilligungen können auch widerrufen werden, auch Presse und Medien sind dann innerhalb einer Frist dafür verantwortlich, entsprechende Textstellen, Bilder oder Videoausschnitte zu löschen.

## **Aber - Das Internet vergisst nie?!**

Zeitungsartikel werden in den allermeisten Fällen genau wie Fernsehbeiträge auch online veröffentlicht. Das sorgt für mehr Aufmerksamkeit und kann einen erhöhten Werbeeffect haben. Aber auch wenn ein Beitrag gelöscht wird und an der Stelle nicht mehr sichtbar ist, ist er vorher oftmals vielfach verlinkt, geteilt und auch kopiert worden (auch, wenn dies teilweise illegal geschehen ist). Manche Beiträge wurden unzählbar oft geliked, kommentiert und aus dem Zusammenhang gerissen. In den allermeisten Fällen stimmt es: das Internet vergisst nie, bzw. alles hinterlässt Spuren. Die aber auch meist schnell in Vergessenheit geraten.

## **Kurzinfo zu Veröffentlichungen auf der Homepage**

Veröffentlichen eine Selbsthilfegruppe oder ein Verein Fotos auf den eigenen Webseiten muss von den abgebildeten Personen ebenfalls eine Einwilligung vorliegen. Es empfiehlt sich Bilder zu machen, auf denen die Personen anonym bleiben (Abbildungen von Beinen, Rückansicht, verschwommen.), damit nicht nach kurzer Zeit gute Bilder wieder von Seiten gelöscht werden müssen, weil eine Person, zum Beispiel bei Austritt aus der Gruppe/dem Verein, ihre Einwilligung widerruft.

Außerdem dürfen nur Fotos veröffentlicht werden, die man selber gemacht hat. Ansonsten ist zu klären, wer die Rechte am Bild hat und ob diese erworben werden müssen.

## **Kurzinfo Hate Speech und shitstorm**

Die „sozialen Medien“ sind darauf ausgerichtet, dass Kommentare und Bewertungen abgegeben werden. Auch auf vielen anderen Seiten wird man dazu angeregt, seine Meinung zu äußern. Viele kritische Kommentare können im besten Fall auch auf Missstände hinweisen. Eine subjektiv große Anzahl kritischer Äußerungen, die teilweise aggressiv sind und sich vom Thema entfernen, können sehr beleidigend und bedrohend für Einzelne oder Gruppen werden. Man spricht dann von einem „shitstorm“. Werden Hassbotschaften im Internet verbreitet wird oft der Begriff „Hate Speech“ (englisch für „Hassrede“) benutzt. Die Grenzen der Meinungsfreiheit werden überschritten, wenn abwertende, menschenverachtende und volksverhetzende Sprache und Inhalte verbreitet werden. Wir beziehen uns auf Artikel 1 des Grundgesetzes, „die Würde des Menschen ist unantastbar“.

Richten sich die beleidigenden Kommentare gegen einzelne Personen, sollten diese im ersten Schritt die Betreiber der Plattform bzw. der Seite auffordern, den Kommentar zu löschen. Sollte es hier zu keiner Reaktion kommen, kann der betroffene Verein bzw. die Selbsthilfegruppe gemeinsam das weitere Vorgehen überlegen. Verleumdungen, Beleidigungen und Volksverhetzung sind nicht von der Meinungsfreiheit gedeckt. Eine Strafanzeige kann also erwägt werden. Rechtsverfolgungen sind auch möglich, wenn Kommentare anonym abgegeben wurden. Polizei und Staatsanwaltschaft können die Verfasser meist ermitteln.

Die Selbsthilfegruppe oder der Verein sollte gemeinsam mit den Betroffenen überlegen welcher Weg eingeschlagen wird und Unterstützung bieten.

# Aufbau einer Pressemitteilung

Pressemitteilungen sind grundsätzlich nach einem starren Schema aufgebaut. Zu Beginn der Meldung werden Ort und Datum angegeben sowie für die Wiedererkennung das Logo verwendet (wenn vorhanden). Pressemitteilungen bestehen aus einer einzeiligen Überschrift, aus der man sofort erkennt, wovon der Text handelt. Nach der Überschrift kann eine ein- bis zweizeilige Unterzeile folgen. Sie enthält nähere Informationen über das in der Überschrift angeschnittene Thema. Nach der Überschrift und Unterzeile beginnt die eigentliche Meldung mit der Einleitung.

Die Einleitung beantwortet die sechs W-Fragen: Wer? Wo? Was? Wann? Warum? Wie? Nach der Einleitung folgen zwei bis drei Abschnitte mit vertiefenden Informationen.

Der letzte Abschnitt enthält die Kontaktdaten des Verfassers der Pressemitteilung. Sie sind dazu da, um Redakteuren die Möglichkeit zu geben, weitere Informationen anzufordern. Ist eine Pressemeldung nach diesem Schema aufgebaut, müssen Redakteure nur bis zur Einleitung lesen. Denn die Einleitung sollte alle Informationen enthalten, die notwendig sind, um zu entscheiden, ob die Pressemitteilung aufgegriffen wird.

Längere Texte können natürlich auch versendet werden. Allerdings ist zu empfehlen, dabei möglichst präzise und informativ zu bleiben. Um in jeglicher Publikationsart erwähnt zu werden, ist die Pressemitteilung ein Angebot in Richtung der Medien. Auch wenn der Versender die Informationen als wichtig einstuft, in den Redaktionen kann und wird es oftmals eine andere Prioritätensetzung geben. Lassen Sie sich nicht entmutigen und versuchen Sie, weitere Meldungen zu relevant-neuen Themen anzubieten. Im Anhang haben wir eine Auswahl lokaler Pressekontakte zusammengestellt. Es empfiehlt sich, persönliche Kontakte aufzubauen und die Redakteure dann direkt zu informieren.

# Auswahl lokaler Pressekontakt-Adressen (Stand Dezember 2021)

Redaktion	Art	Telefon	Mail
Weser Kurier	Zeitung	0421/3671-3090	bremen@weser-kurier.de
Stadtteil-Kurier	Zeitung	0421/3671-3690	lokales@weser-kurier.de
Die Norddeutsche	Zeitung	0421/658456520	redaktion@die-norddeutsche.de
TAZ	Zeitung	0421 - 960 26 -0	redaktion@taz-bremen.de
BLV	Zeitung	0421 69055-15	redaktion@das-blv.de
Weser Report	Zeitung	0421 36 66 01	redaktion@weserreport.de
Radio Bremen	Hörfunk, Fernsehen, Online	0421/246-0	themenredaktion@ radiobremen.de
ZDF-Landesstudio	Fernsehen	0421/320102	lsbremen.redaktion@zdf.de
RTL-Nord	Fernsehen	0421/17452-501	rtlbremen@rtl.de
SAT 1 Regional	Fernsehen	0421/168 35-0	bremen.sat1@sat1.de
Online Redaktion Weser Kurier	Online	0421/3671-3295	onlineredaktion@weser-kurier.de
Bremen.de	Online	0421/166 974 00	info@bremen.de

## Quellen

Klicksafe 2019, Hate Speech – Hass im Netz: [https://www.klicksafe.de/fileadmin/media/documents/pdf/klicksafe\\_Materialien/Eltern\\_Allgemein/Hate\\_Speech\\_lfm\\_ajs\\_klicksafe.pdf](https://www.klicksafe.de/fileadmin/media/documents/pdf/klicksafe_Materialien/Eltern_Allgemein/Hate_Speech_lfm_ajs_klicksafe.pdf)

Klicksafe 2017, Spielregeln im Internet 1-3, Durchblicken im Rechte-Djungle, [https://www.klicksafe.de/fileadmin/media/documents/pdf/klicksafe\\_Materialien/iRights\\_Themenreihe/Spielregeln\\_im\\_Internet\\_1.pdf](https://www.klicksafe.de/fileadmin/media/documents/pdf/klicksafe_Materialien/iRights_Themenreihe/Spielregeln_im_Internet_1.pdf)

Die Landesbeauftragte für Datenschutz in Bremen  
<https://www.datenschutz.bremen.de/>

