

NewsTech-Package

# Guide to good News

Tips & Hints

Inhalt

1. Themenauswahl & Nachrichtenstrategie
2. Diese Angaben benötigen wir von Ihnen für eine Nachricht
3. So erhöhen Sie die Wirkung Ihrer Nachrichten
4. So sieht eine fertige Nachricht von Café Europe aus

## 1. Themenauswahl & Nachrichtenstrategie

Mit der NewsTech-Lösung von Café Europe können Sie Ihre Themen, Neuigkeiten und Geschichten zur Verarbeitung und Verbreitung als Nachricht vorgeben.

Nachrichten können sich beispielsweise auf Neuigkeiten ihrer Firma/Organisation (neue Produkte, Projekte, Kunden, Investoren, neue CEOs etc.), Veranstaltungen, Neuigkeiten von Partnern, eine Studie oder einen Meinungsbeitrag beziehen.

Das NewsTech-Paket beinhaltet auch eine Stunde telefonische Beratung hierfür. Unsere Redaktion unterstützt Sie gern bei der Auswahl von Themen sowie der zeitlichen Reihenfolge von Publikationen und berät Sie individuell.

Es ist hilfreich, wenn Sie sich zuvor ein einfaches Konzept zurechtgelegt haben. Wann sollen welche Informationen in der Zeitspanne des NewsTech-Pakets erscheinen? Welchen Fokus wollen Sie wann setzen?

## 2. Diese Angaben benötigen wir von Ihnen für eine Nachricht

Ihre Rohinformationen sollten folgende Informationen umfassen:

- Was ist die eigentliche Neuigkeit?
- Wer macht es?
- Wann geschieht es?
- Wo geschieht es?
- Was ist der Grund/Hintergrund?

Die fertige Nachricht benötigt eine Quelle, auf die sie sich beziehen kann. Das sollte eine Mitteilung Ihrer Firma/Organisation sein, auf die man verlinken oder wenigstens verweisen kann.

Ein Bild verstärkt die Wirkung der Nachricht.

### 3. So erhöhen Sie die Wirkung Ihrer Nachrichten

Je höher der Nachrichtenwert einer Information, desto wahrscheinlicher ist dessen Erfolg in der Nachrichtenwelt.

Dieser bestimmt sich durch Neuigkeitswert und/oder Informationswert.

#### Neuigkeitswert

Relevant ist ein Bezug auf:

- Zeitlicher Aufhänger (z.B. Produktlancierung oder –Präsentation)
- Tagesgeschehen (z.B. Corona, Fussball-WM)
- Trendthemen (z.B. Ressourcenschonung, AI, generell Megatrends)
- Saison (z.B. Weihnachtsgeschäft)

#### Informationswert

(entweder 1. oder 2.)

##### 1. Wissenswert / Orientierungswert / Gebrauchswert

Inwieweit ist das Thema etwa bezüglich regionaler oder fachlicher Aspekte relevant für eine bestimmte Gruppe von Kunden / Partnern / Lesern?

##### 2. Gesprächs- und Unterhaltungswert

Inwieweit erregt das Thema Aufmerksamkeit neben fachlicher Relevanz? Gefragt sind etwa prominente Partner oder Nutzer (z.B. Roger Federer) oder Kurioses (z.B. Geldschein-Recycling).

#### Tipps für interessante Drehs:

- Trend-Relevanz betonen (etwa Ressourcenknappheit)
- Verbindung zu Mega-Events schaffen (etwa Fussball-WM, Weltraum-Projekte...)
- Konkreten Nutzwert bieten (etwa direkte Anschlussmöglichkeiten für Projekte betonen)
- Exklusivität, Superlative in den Mittelpunkt stellen (etwa indem herausgearbeitet wird, der Erste, der Einzige, der Schnellste in einem Bereich zu sein)
- Personalisieren (etwa indem prominente Kunden in den Vordergrund gerückt werden)
- Zitate erhöhen Aufmerksamkeit (CEO formuliert die Botschaft in einem knackigen Satz)

## 4. So sieht eine fertige Nachricht von Café Europe aus

Der **Titel** enthält die wichtigste Neuigkeit

Ortsname - Der **Vorspann** enthält in rund 250 Zeichen die wichtigen Informationen. Er beginnt mit dem Ort des Geschehens, ist kurz und besteht aus einfachen Sätzen. Nur diejenigen Leser, die sich tiefer informieren wollen, klicken auf die eigentliche Nachricht.

Der **Hauptteil** der Nachricht bringt alle zur Information wichtigen Einzelheiten. Er beantwortet die sechs W-Fragen: wer hat was getan, wann, wo, wie und warum? Dabei wird der Akteur – wer – eingeordnet. So wird auch bei bekannten Unternehmen kurz gesagt, was sie tun und wo sie ihren Sitz haben: ABB, der Zürcher Technologiekonzern.

Die Nachricht gibt an, woher die Information stammt. Die Quelle sollte so nahe wie möglich beim Akteur selbst sein, etwa eine Pressemitteilung. Medien werden dann zitiert, wenn die Information auf ihre Recherchen oder auf ein von ihnen geführtes Interview zurückgeht. Nachrichten ohne Quellenangabe gibt es nicht.

Die Nachricht gibt nur Informationen wieder. Sie erlaubt keine Werbesprache. Die einzige Ausnahme ist das Zitat. In Zitaten können die Zitatgeber ihre Botschaft einbringen, ohne dass der Journalist eingreift.

Diese Objektivität der Nachricht bildet ihren eigentlichen Wert. „Die Nachricht ist das bestgeeignete Format der Informationsgesellschaft“, wird Steffen Klatt zitiert, der Geschäftsführer der Nachrichtenagentur Café Europe. „Wer mit Nachrichten kommuniziert, ist glaubwürdig.“

Wenn es nötig ist, enthält die Nachricht auch den Hintergrund des Geschehens. Denn sie sollte ohne besonderes Fachwissen verständlich sein. Die typische Nachricht umfasst zwischen 1000 und 1800 Zeichen und endet mit dem Kürzel des Autors. abc