

Artikel vom 14.01.2020

Storytelling im Verein...

Menschen vertrauen Menschen, nicht Fakten



Seit Jahrtausenden erzählen sich Menschen Geschichten. Sie prägen unser Sozialleben, sie stiften Nähe, bringen uns zum Lachen und zum Weinen, transportieren Wissen und Erfahrung. Geschichten werden im Unterricht, im Gottesdienst oder in der Werbung eingesetzt. Wie dieses Storytelling funktioniert und wie man es gezielt in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit einsetzen kann, erklärte Torsten Geiling, Journalist und Geschäftsführer einer Strategieberatung, am Dienstagabend auf Einladung der CSU rund 30 Vereinsvertretern.



„Gefällt mir! Wie eine moderne Medien- und Pressearbeit für Vereine und Verbände gelingt“, lautete die Überschrift zum Vortragsabend im Siedlerheim in Augsburg, der von den Stadtratskandidaten und dem Bürgermeisterkandidaten Volker Ortloff von der CSU Haßfurt organisiert und von der Hanns-Seidel-Stiftung durchgeführt wurde.

Volker Ortloff betonte die unschätzbare Bedeutung des Ehrenamtes für das Miteinander und führte die große Anzahl von Vereinen und Verbänden bzw. Organisationen in Haßfurt vor Augen. „Die

Vereine sind der Kitt unserer Gesellschaft, die uns zusammenhalten. Dafür braucht es Menschen wie Sie, die sich bereitwillig in der Vereinsarbeit engagieren. Für den Erhalt der Vereine müssen die politisch Verantwortlichen auch etwas tun!"

Wie die Vereinsvertreter selbst etwas tun können, um ihre Arbeit an der und für die Gesellschaft darzustellen, erklärte Torsten Geiling in seinem Vortrag. Das Aufzählen von Daten und Fakten reiche nicht aus, um die Aufmerksamkeit von Menschen zu gewinnen und sie von Inhalten zu überzeugen. „Dafür brauche es Geschichten, sie sind das emotionale Verbindungsstück - auch zwischen Vereinsmitgliedern und Öffentlichkeit. Wer Geschichten erzählt, kann Herzen gewinnen, das Denken verändern, Ziele erreichen. Das ist inzwischen wissenschaftlich erwiesen.“

Torsten Geiling machte anhand von zahlreichen Beispielen deutlich, wie wichtig gute Bilder, spannende Geschichten und rechtzeitige Veröffentlichung von Beiträgen in den Medien sind. Dabei hilft es sich in die Perspektive des Lesers hineinzusetzen und zu überlegen, auf welchem Medienkanal erreiche ich meine Zielgruppe und was will ich mit meinem Beitrag erreichen. Nicht immer übermittelt das Gruppenfoto eines Vereins die richtige Botschaft. Hier gilt es auch mal kreativ und mutig zu sein. „Überlegen Sie sich, was sie selbst gerne für Fotos anschauen. Das Gartenzaun- oder Aufstellbild ist es wahrscheinlich nicht.“

Brauche ich in Zeiten von Social Media überhaupt noch die Zeitung? Wie arbeiten Journalisten, auf welche rechtlichen Vorgaben muss ich achten oder wie schreibe ich eine Pressemitteilung, waren weitere Themen. Die rund 30 Zuhörer aus unterschiedlichsten Vereinen im Stadtgebiet zeigten sich sehr interessiert an den Inhalten und hatten viele Fragen, die der Referent beantwortete. „Das war auch unsere Idee. Wir wollen über die Wichtigkeit des Ehrenamtes nicht nur reden, sondern auch die Ehrenamtlichen gezielt unterstützen“, sagte Volker Ortloff.

Zehn Tipps für eine gute Pressearbeit:

1. Finde etwas, was spannend ist
2. Fasse dich kurz
3. Denke ans Storytelling (Zielgruppe, Ziel und Kanäle)
4. Beantworte die W-Fragen (Wer, wie, wo, wann, was, warum)
5. Pressemitteilung schreiben, heißt nicht Werbung machen
6. Einfach und klar formulieren
7. Zitate nicht vergessen
8. An gute Bilder (Videos) denken
9. Ansprechpartner nicht vergessen
10. Presseverteiler aufbauen und pflegen