



Themen finden, mit denen ihr in die Presse kommt

Donnerstag, 22.01.2026
17:00 bis 18:30 Uhr
Online via Zoom

Barbara Stromberg
Selbstständige Texterin und ehemalige Journalistin



Weiterbildungsreihe
Engagement voranbringen

Wir stärken das Ehrenamt in Nordrhein- Westfalen!



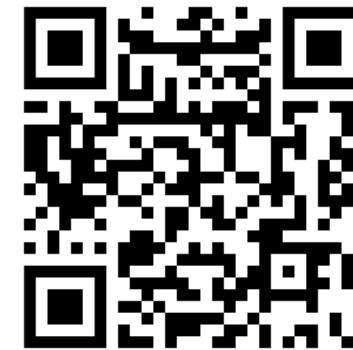
Landesservicestelle
für bürgerschaftliches Engagement
Nordrhein-Westfalen



Landesservicestelle
für bürgerschaftliches Engagement
WISSENSTRÄGERIN. LOTSIN. VERMITTLERIN.
Ein Angebot für Engagierte.

Landesservicestelle für bürgerschaftliches Engagement Nordrhein-Westfalen

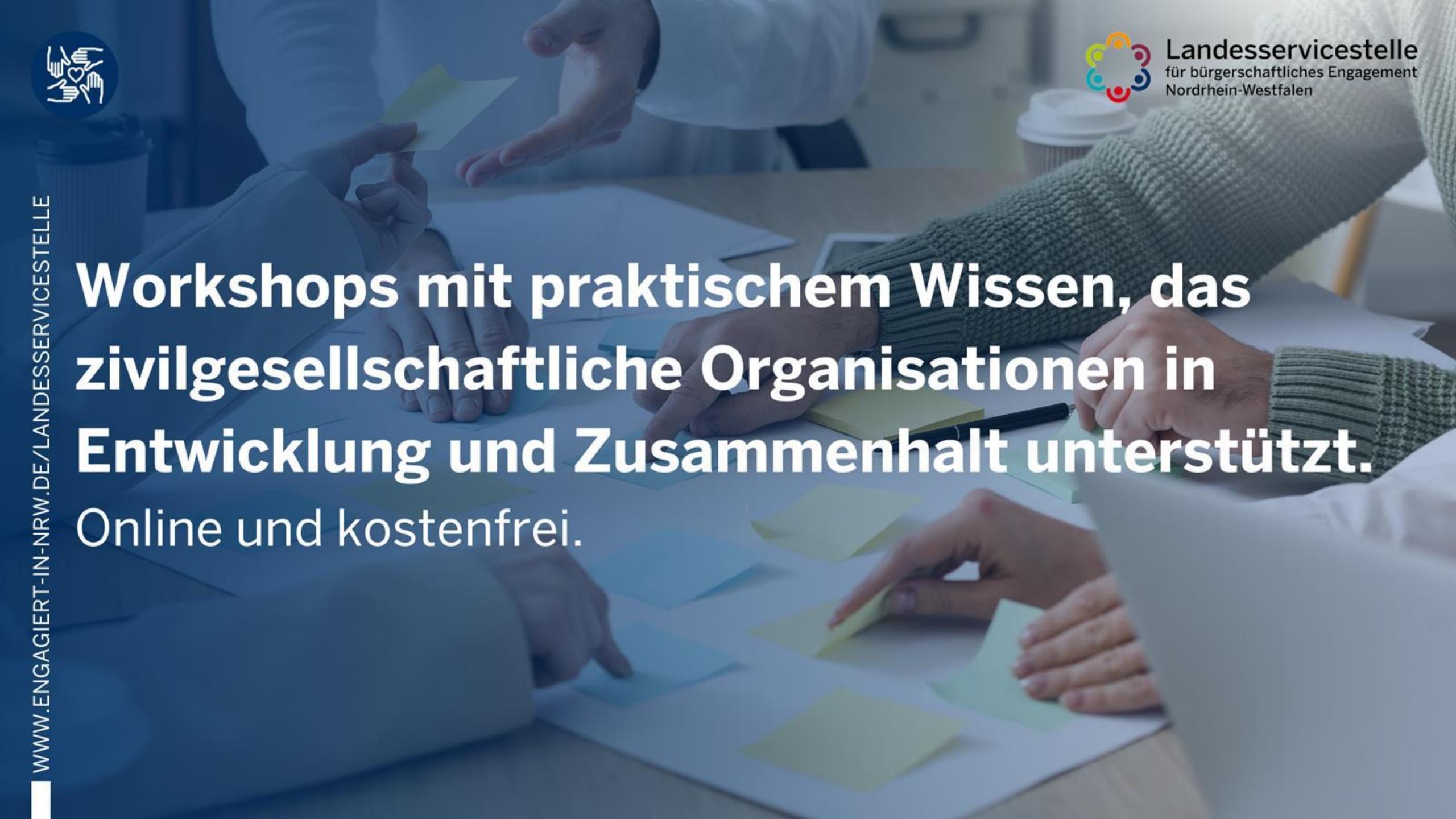
- Zentrale Anlaufstelle des Landes für Engagierte und zivilgesellschaftliche Organisationen
- Angebote:
 - Engagement-Portal engagiert-in-nrw.de
 - [Boxenstopp fürs Ehrenamt: Wissen, Tipps und Austausch für Engagierte](#)
 - Servicehotline und E-Mail-Beratung
 - [Engagement-Newsletter](#)



Landes-
servicestelle

Engagement-
Newsletter





**Workshops mit praktischem Wissen, das
zivilgesellschaftliche Organisationen in
Entwicklung und Zusammenhalt unterstützt.**

Online und kostenfrei.

Agenda

- **Begrüßung**
- **Teil I**
 - Impulsvortrag I: Gute Arbeit, keine Presse
- **Teil II**
 - Impulsvortrag II: Mehr Sichtbarkeit
 - Moderierte Fragerunde
 - Breakout Session: Vom Projekt zum Thema
- **Teil III**
 - Impulsvortrag III: Storytelling
 - Moderierte Fragerunde
- Feedback und Abschied

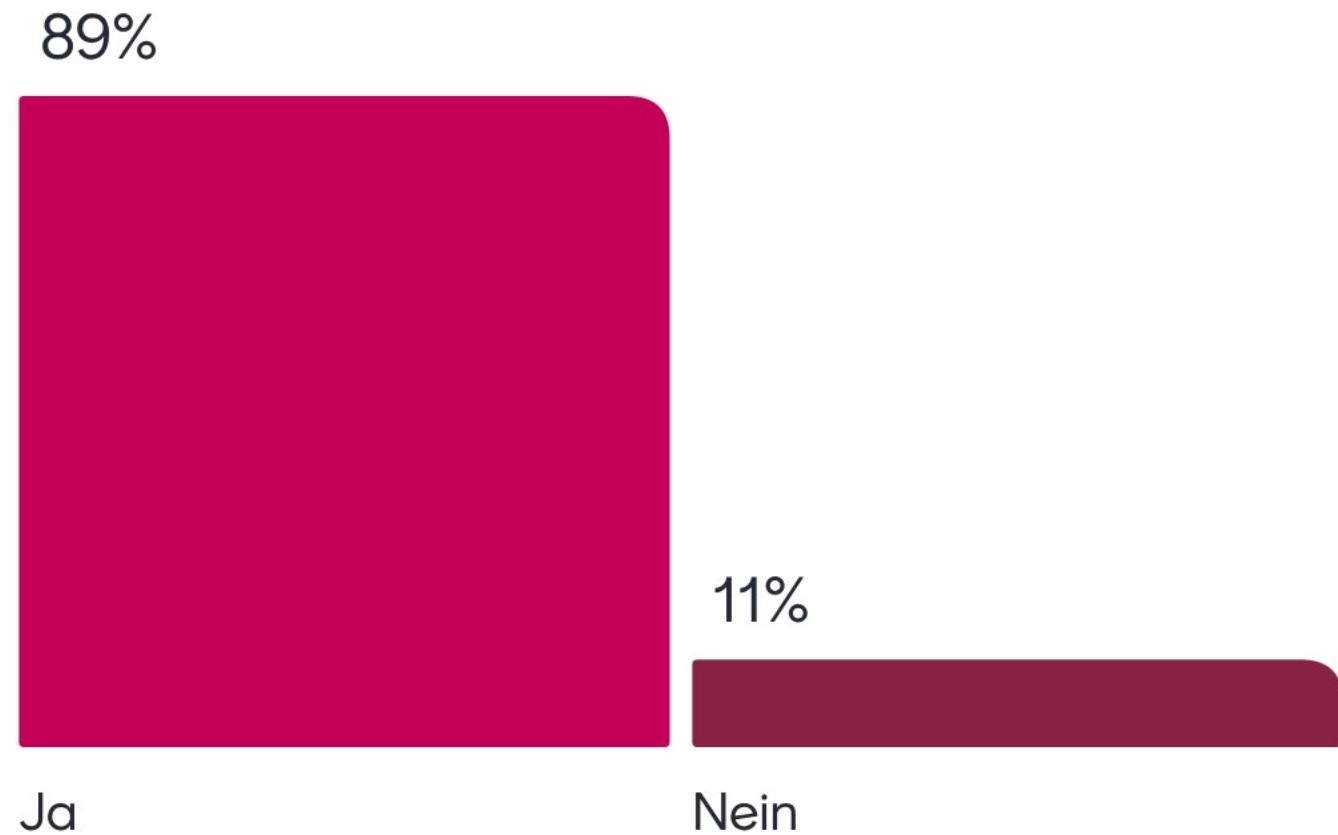


Zwei Fragen zum Start

- „Bist du schon mal aktiv auf die Presse zugegangen?“
- „Was denkst du, ist der Grund dafür, dass du in der Presse nicht sichtbar bist?“



Bist du schonmal aktiv auf die Presse zugegangen?



Was denkst du, ist der Grund dafür, dass du in der Presse nicht sichtbar wirst?

zu speziell
uninteressant nicht relevant genug
nicht aktiv genug für die zeitung nicht int
keine information von pre falsche liga flasche zielgruppen unwissen
unscheinbar kein platz andere lokale themen zu wenig reichweite
nicht interessant desinteresse inaktiv nicht greifbar
keine lokale anbindung falsches thema
nicht spannend genug nicht aktiv genug presse hat wenig zeit
wiederholung zu wenig nachrichtenwert

Referentin



Barbara Stromberg

Selbstständige Texterin und
ehemalige Journalistin

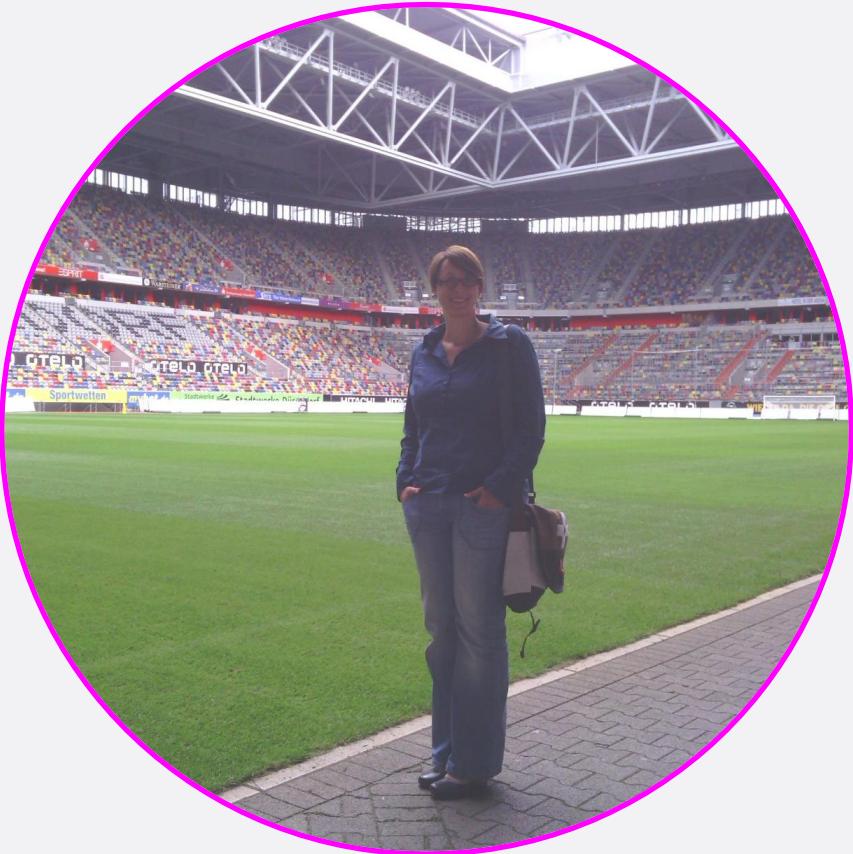
Themen finden, mit denen ihr in die Presse kommt

Online-Workshop der **Landesservicestelle**
für bürgerschaftliches Engagement
Nordrhein-Westfalen



Barbara Stromberg
Texterin, Ghostwriterin, ehemalige
Journalistin

Wer bin ich



Barbara Stromberg
Früher Journalistin,
heute Text-Strategin
www.textorama.de

1996 nach Abi direkt in die Lokalredaktion (Tageszeitung) als Reporterin
1998 Redaktionsassistenz in der PR-Redaktion
2000 Volontariat in der PR-Redaktion
2002 Start in die Selbstständigkeit und im Einsatz für Tageszeitungen,
Wirtschaftsmagazine und Fachmagazine
Heute: Ghostwriting und Strategie für Websites, Blogs und Posts

Warum bekommt gute Arbeit **keine Presse?**

*“Seit Ewigkeiten ist **kein Reporter** bei unseren Spielen gewesen. Wenn überhaupt kommt mal ein **Fotograf**, der eine Minute draufhält.”*

Herbert

Vorstand @ Sportverein

*“Wir haben im Sängerbund tolle Events. Aber: **Vorankündigungen brauchen oft Wochen** bis sie es in die Zeitung schaffen. Dabei schreiben wir die Nachberichte schon selbst!”*

Monika

Vorstand @ Sängerbund und Chor

Warum bekommt gute Arbeit **keine Presse**?

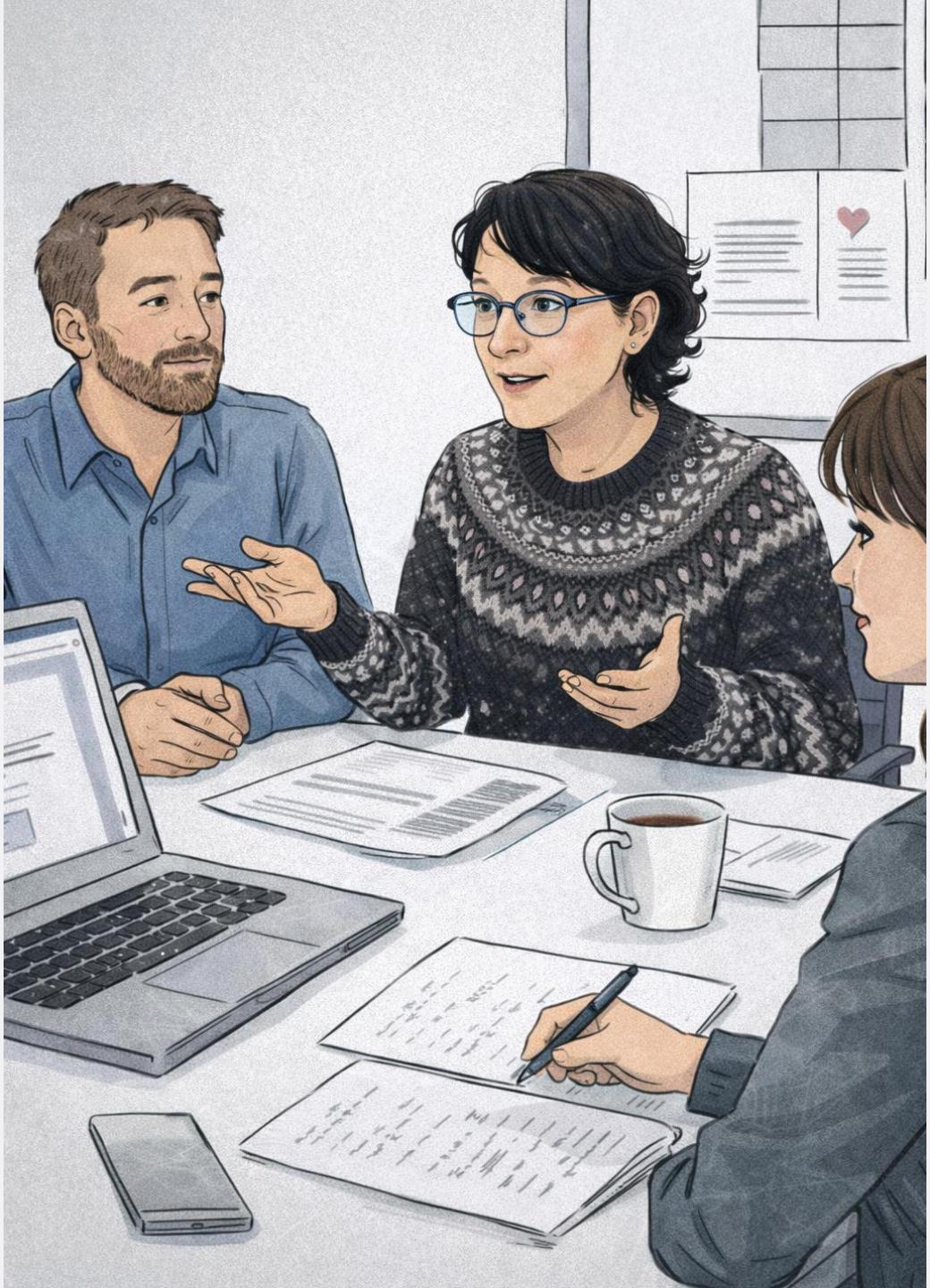
“Wenn wir anrufen, heißt es: Schicken Sie eine Mail. Und dann **passiert** wieder **nichts**.”

„Früher war das einfacher. Heute **meldet sich niemand** mehr zurück.“

„Unsere Arbeit ist **wichtig für den Ort**, aber das scheint niemanden zu interessieren.“

„**Andere Vereine** kommen ständig vor, wir nie.“

„Wenn was erscheint, ist es oft eine **Kurznotiz** ohne Kontext.“



Presse berichtet **nicht** über Fleiß.
Presse berichtet über **Relevanz**.



„Unser Projekt
ist relevant!“

Jeder Verein, immer

Wie Redaktionen wirklich denken



Wen
interessiert das?



Warum
jetzt?



Ist das neu
oder anders?

Konkreter: Nachrichtenwert



Neugigkeit / Kuriosität

Sage ich etwas komplett Neues?
Sagen die Leute: "Das ist ja krass/schräg/absurd! Echt jetzt?"



Tragweite

Betrifft mein Thema ein Problem, was sehr viele Menschen haben?
Ist das Thema in aller Munde?



Nähe

Passt das Thema zu einem aktuellen Ereignis bundesweit, global oder in der Region/Stadt?



Gefühle

Treibt die Geschichte manchen Menschen (vor Wut, Freude, Lachen...) die Tränen in die Augen?



Dramatik / Konflikt

Wird es Leute geben, die widersprechen? Gibt es eine unerwartete Wendung?



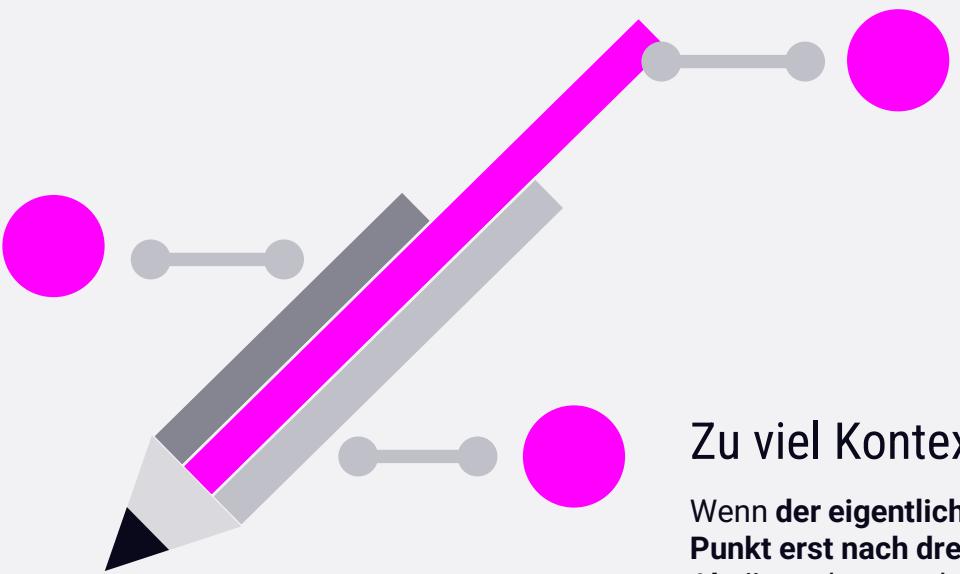
Fortschritt

Lernt der durchschnittliche Leser etwas, was er sofort anwenden kann?

Was verhindert diese Sichtbarkeit?

Vereinen haben keinen Einfluss auf Unterbesetzung und Zeitmangel in den Redaktionen. Aber auf diese Hindernisse:

Zu allgemein
Wenn nicht klar wird, **was sich für wen konkret verändert**, ist es für die Redaktion kein Thema.



Zu selbstbezogen

Wenn die Redaktion rückfragen muss, um zu verstehen, **warum das jemanden draußen interessiert**, sinkt die Chance gen Null.

Zu viel Kontext

Wenn **der eigentliche Punkt erst nach drei Absätzen** kommt, landet der Text vorher im Papierkorb.

Der Fokus auf das Thema macht sichtbar

	Funktioniert gut	Funktioniert schlecht
Beteiligte Menschen	✓	✗ Namenlose Maßnahmen
Mögliche Auswirkungen	✓	✗ Nüchterne Angebote
Sichtbare Veränderungen	✓	✗ Eingefahrene Routinen
persönliche Erfahrungen	✓	✗ Blasse Konzepte
spürbare Außenwirkung	✓	✗ Selbstbezogene Innensicht
Konkretes Beispiel	✓	✗ Abstrakte Beschreibung



NOCH
FRAGEN?

Übung

Vom Projekt zum Thema



Ziel der Übung

Nehmt ein konkretes Projekt und sucht darin den **Ansatz für ein Medienthema**.

Wichtig vorab:

Wir schreiben **keine fertige Pressemitteilung**.

Wir sammeln **Rohmaterial**, aus dem später ein Text werden kann.

Projekte ohne Themen

Projekte, bei denen ihr auf die Frage „Was ist jetzt anders für andere?“ **keine klare Antwort** findet, eignen sich nicht.

Auch wenn ihr merkt: „Eigentlich hat sich nichts verändert“ → anderes Projekt wählen.

Übung

Vom Projekt zum Thema

Schritt 1 Projekt wählen

Notiert ein konkretes Projekt oder eine Aktivität, die aktuell läuft oder gerade abgeschlossen wurde.

- Was ist passiert?
- Wer war beteiligt?
- Wo fand es statt?

Schritt 2 Perspektive ändern

Beantwortet schriftlich mindestens **eine** dieser Fragen:

- Was ist für andere interessant?
- Für wen verändert sich etwas konkret?
- Was wäre ohne dieses Projekt anders oder gar nicht passiert?
- Was steht auf dem Spiel?

Schritt 3 Thema auf den Punkt

Formuliert einen Satz nach diesem Muster:
„Durch dieses Projekt verändert sich für ___,
dass ___.“

Schritt 1 Projekt wählen:
Neues Freizeitangebot für Jugendliche

Schritt 2 Perspektive ändern:
„Jugendliche haben nach der Schule erstmals einen festen Treffpunkt.“

Schritt 3 Thema auf den Punkt:
„Durch das neue Freizeitangebot verändert sich für
Jugendliche im Ort, dass sie einen sicheren
Treffpunkt haben, statt allein in ihrem Zimmer zu
hocken.“

Übung

Vom Projekt zum Thema

Schritt 1 Projekt wählen – 5 min

Notiert ein konkretes Projekt oder eine Aktivität, die aktuell läuft oder gerade abgeschlossen wurde.

- Was ist passiert?
- Wer war beteiligt?
- Wo fand es statt?

Schritt 2 Perspektive ändern – 5 min

Beantwortet schriftlich mindestens **eine** dieser Fragen:

- Was ist für andere interessant?
- Für wen verändert sich etwas konkret?
- Was wäre ohne dieses Projekt anders oder gar nicht passiert?
- Was steht auf dem Spiel?

Schritt 3 Thema auf den Punkt – 10

min

Formuliert einen Satz nach diesem Muster:
„Durch dieses Projekt verändert sich für ___,
dass ___.“



NOCH
FRAGEN?



Das Geheimnis: **Storytelling**.
Geschichtenerzählen in Mini-Format



Das ist die **kleinste, funktionierende Geschichte**

Früher war __

Dann passierte __

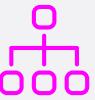
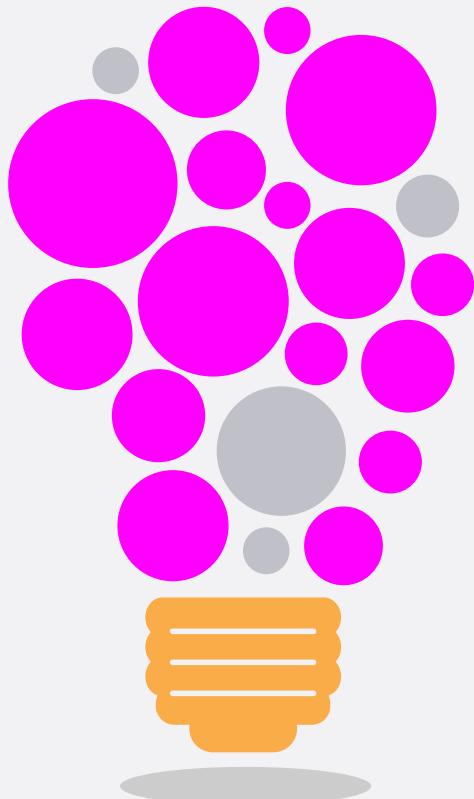
Jetzt ist __

„Durch das neue Freizeitangebot verändert sich für Jugendliche im Ort, dass sie jetzt einen sicheren Treffpunkt haben, statt allein in ihrem Zimmer zu hocken.“

Noch bis vor einem Monat hatten die Jugendlichen in unserem Ort keinen Treffpunkt, um Zeit miteinander zu verbringen. Sie saßen allein mit ihren Handys in ihren Zimmern oder trafen sich auf den Bänken auf dem Spielplatz, wo sie nicht willkommen waren und sich nicht wohl fühlten.

Dann bauten wir als ehrenamtliches Projekt den alten Lagerraum der Feuerwehr zu einem Jugendtreff um. Mittlerweile ist dort ein sicherer Treffpunkt entstanden, an dem Jugendlichen gerne zusammenkommen.

Themen finden wie ein Redakteur



Aspekte

Mindmap mit Thema im
Mittelpunkt.
Konkret:
Was hängt am
Jugendtreff alles dran?



Schmerzpunkte

Welche Fragen,
Probleme treten auf?
Konkret: Wie reagieren
Anwohner und Eltern
darauf?



Prozess

Ein komplexer Ablauf
wird vereinfacht.
Konkret: Im
Schnelldurchlauf zur
Eröffnung.



Tiefe

Ein Detail des
Themas wird seziert.
Konkret: Was war die
größte Hürde bei der
Umsetzung?



Schichten

Ein Thema wird
zurückgedreht.
Konkret: Eine
Jugendliche aus dem
Jugendtreff interviewen.



Vision

Ein Thema
wird weitergedreht.
Konkret: Wie kann das
Projekt als gutes Beispiel
dienen?

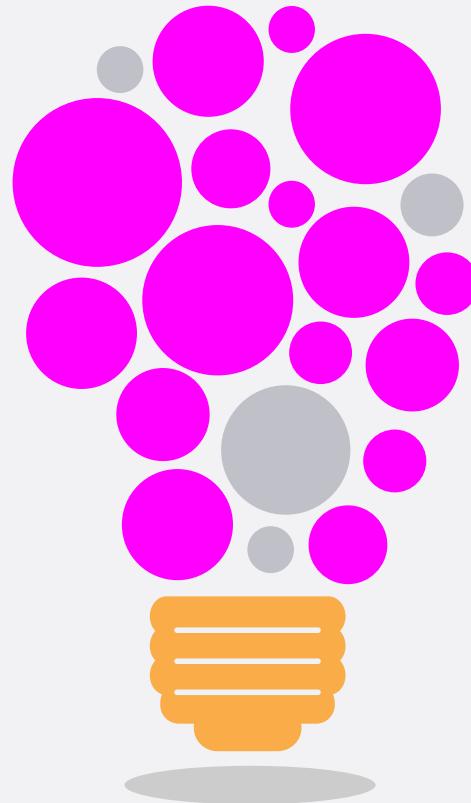
Beispiel 2: Der Barfußpfad



Tag des Fußes am Barfußpfad

Es ist wieder soweit: Am 29.06.2026, am internationalen Tag des Fußes, lädt der Verein Barfußpfad e.V. einem besonderen Programm mit viel Spiel, Spaß und Wellness für Jung und Alt auf sein Gelände ein.

Es gibt viel zu entdecken, beispielsweise an den mehr als 60 Barfußpfad-Stationen. Auch für das leibliche Wohl ist bestens gesorgt.



Themen finden für den Tag des Fußes



Tag des Fußes am Barfußpfad

Interview-Angebot: Ein Experte erzählt, was die Füße im Laufe eines Lebens alles durchmachen und gibt **7 Tipps, welche Fehler man vermeiden sollte.**

Menschelndes: Ein Mitarbeiter des Parkes erzählt zum Tag des Fußes, dass er erst **durchs Barfuß-Gehen** seine **Rückenschmerzen los** wurde.

Klare Meinung: Interview mit Experten zum Thema "Wir kümmern uns viel zu wenig um unsere Füße – und das **rächt sich im Alter!**"

Beitrag für die Kinderseite der Lokalzeitung: So machst du eine **Fuß-Schatzsuche** an deinem Geburtstag!

Zusätzliches Angebot an Redaktion: **Barfuß-Reportage**

Ferienbeginn: Die **7 schönsten Orte zum Barfußlaufen** in der Region – für Touristen und Daheimgebliebene

Interview-Angebot: Der perfekte Schuh? Gar keiner! Warum wir alle **täglich** mindestens **30 Minuten barfuß** laufen sollten.

Interview-Angebot zum Frühjahrsbeginn: Warum **Barfußgehen nach dem langen Winter** besonders gesund ist.

Der Nachbericht mit Storytelling

01

Kein Protokoll schreiben

- Beschreibt, was Menschen erleben, sehen, bewegt.
- KEIN Ablaufprotokoll.

03

Veränderung benennen

Was ist jetzt anders als vorher?
Früher war _____. Jetzt ist _____.
_____.

02

Beobachtungen teilen

- „Der Verein XY hat ein neues Angebot gestartet.“
- „Nachmittags ist es jetzt voller im Gemeindehaus.“

04

Echte Zitate mit Gefühlen

= Ein Satz, der zeigt, wie jemand darüber denkt und spricht. Wie „Das hat hier echt gefehlt.“

Lieber klar statt clever schreiben



Clever klingt gut.
Klar wird gelesen.

Für die Presse zählt **nicht, wie schön** etwas
formuliert ist, sondern **wie schnell man es
versteht**.



NOCH
FRAGEN?

Kontakt zu mir



KONTAKT

Barbara Stromberg

Ghostwriting und Strategie
für Website, Blog und Posts

www.textorama.de

Eine Frage zum Schluss

- „Was nimmst du aus der heutigen Veranstaltung mit?“



Was nimmst du aus der heutigen Veranstaltung mit?

verwertbares
informelles
interessantes

Impressionen aus der Veranstaltung



Nächste Veranstaltungen der Mini-Reihe Sichtbarkeit



Das 1x1 der Pressearbeit für Vereine

Donnerstag, 12.02.2026, 17:00-18:30 Uhr

Auf den Punkt bringen, was euer Verein macht

Donnerstag, 05.03.2026, 17:00-18:30 Uhr

Starke Fotos selbst machen: so geht's!

Donnerstag, 19.03.2026, 17:00-18:30 Uhr

Krisenkommunikation im Ehrenamt meistern

Donnerstag, 16.04.2026, 17:00-18:30 Uhr



Nächste Veranstaltungen



Bildungsprojekte umsetzen mit Förderung der PwC-Stiftung
Dienstag, 03.02.2026, 17:00–18:15 Uhr



Erben als Verein – das müsst ihr beachten
Mittwoch, 04.02.2026, 12:15–12:50 Uhr



Fotos und Musik im Ehrenamt sicher nutzen
Mittwoch, 11.02.2026, 12:15–12:50 Uhr



Förderpott.Ruhr: Euer Projekt für den Stadtteil
Dienstag, 17.02.2026, 17:00–18:15 Uhr

Videoaktion:

- Auf der Suche nach Engagierten, Initiativen, Vorständen und Vereinen, die von den Angeboten der Landesservicestelle profitiert haben und dazu einen kurzen professionellen Videoclip erstellen.
- Link im Chat oder den nebenstehenden QR-Code mit dem Mobilgerät scannen für weitere Informationen.



Weiterführende Informationen

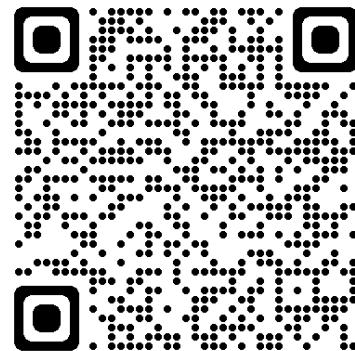
- Mehr zum Thema „Sichtbar in den Medien“ im Blog von Barbara Stromberg:
<https://www.textorama.de/tag/sichtbar-in-den-medien/>

Soziale Medien

Wir sind auch in den sozialen Medien zu finden:

Facebook:

[@engagiertinnrw](https://www.facebook.com/engagiertinnrw)



Instagram:

[@engagiert_in_nrw](https://www.instagram.com/engagiert_in_nrw)

