



HOCHSCHULE OSNABRÜCK
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

*„DAS GEHEIMNIS DER
KOMMUNIKATION...WIE REAGIEREN SIE
AUF PRESSEANFRAGEN!“*

PROF. DR. MATTHIAS KUSSIN

SÄCHSISCHER GEFLÜGELTAG, 14.09.2022



HOCHSCHULE OSNABRÜCK

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

PROF. DR. MATTHIAS KUSSIN



***1979 in Osnabrück**

Lehr- und Forschungsgebiete:

Öffentlichkeitsarbeit, Stakeholdermanagement und
NH-Kommunikation in der
Agrar- und Ernährungswirtschaft

- Seit dem Sommersemester 2016 an der Hochschule Osnabrück
- Acht Jahre Referent bei der RWE AG / Bereich Konzernkommunikation
- Lehrbeauftragter an verschiedenen HS wie den Universitäten Bielefeld und Luzern
- Vier Jahre PR-Berater in einer Unternehmensberatung für Kommunikation

- Mitglied der Fachgruppe für Verbraucherkommunikation beim Bundesinformationszentrum Landwirtschaft der BLE
- Mitglied im Beirat der Landwirt schafft Leben GmbH



HOCHSCHULE OSNABRÜCK
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

LEHRBUCH ZUR AGRARKOMMUNIKATION



Themen u.a.:

- **Konzeption von Kommunikation**
- **Risikokommunikation**
- **Nachhaltigkeitskommunikation**
- **Veränderungskommunikation**
- **Projektkommunikation**
- **Krisenkommunikation**



HOCHSCHULE OSNABRÜCK

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

WAS SIE ERWARTET

1. UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION UND JOURNALISMUS – WER WILL WAS, WARUM UND WIE
2. NACHRICHT, HINTERGRUNDSTORY ODER INTERVIEW – WARUM ANFRAGE NICHT GLEICH ANFRAGE IST
3. MEINE STORY, DEINE STORY – WIE AUS INFORMATIONEN MEDIENPRODUKTE WERDEN
4. WAS TUN, WENN'S KNALLT – VERHALTEN IN KONFLIKTEN MIT DEN MEDIEN



RICHTIG ODER FALSCH?

- These 1: Das wichtigste Ziel von Öffentlichkeitsarbeit ist es, den Verbrauchern die objektive Wahrheit über sein Unternehmen und die hergestellten Produkte zu vermitteln.
- These 2: Das wichtigste Ziel von Journalismus ist es, den Verbrauchern ein objektives Bild über Unternehmen und ihre Produkte zu vermitteln.



Richtig oder falsch? Warum ja, warum nein?

5 Minuten



IDEALTYPISCHE ZIELE / AUFGABEN VON ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

**MEHR BEKANNTHEIT / WISSEN
ÜBER DAS UNTERNEHMEN / DIE BRANCHE**

**EINE POSITIVERE EINSTELLUNG / MEINUNG
ZU UNTERNEHMEN UND BRANCHE**

EIN POSITIVERES VERHALTEN





HOCHSCHULE OSNABRÜCK
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

IHRE ZIELE VON ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

**WAS WOLLEN SIE ALS GEFLÜGELHALTER
MIT ÖFFENTLICHKEITSARBEIT ERREICHEN?**





HOCHSCHULE OSNABRÜCK
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

ÜBER WELCHE WEGE SIE ÖFFENTLICH WERDEN

**EIGENE MEDIEN (HOMEPAGE, PODCAST, PLAKATE AUF
EIGENEM GELÄNDE, TAG DES OFFENEN HOFES, ETC.)**



**BEZAHLTE MEDIEN (PLAKATWERBUNG, ANZEIGEN IN
ZEITUNGEN, RADIOSPOT, ETC.)**



**VERDIENTE MEDIEN (FERNSEHBERICHT, ARTIKEL IN DER
ZEITUNG, INFLUENCER, DIE ÜBER SIE SPRECHEN)**





HOCHSCHULE OSNABRÜCK
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

WAS UNTERNEHMEN UND JOURNALISTEN VERBINDET UND TRENNT

**Was Unternehmen
über sich lesen und
hören wollen**

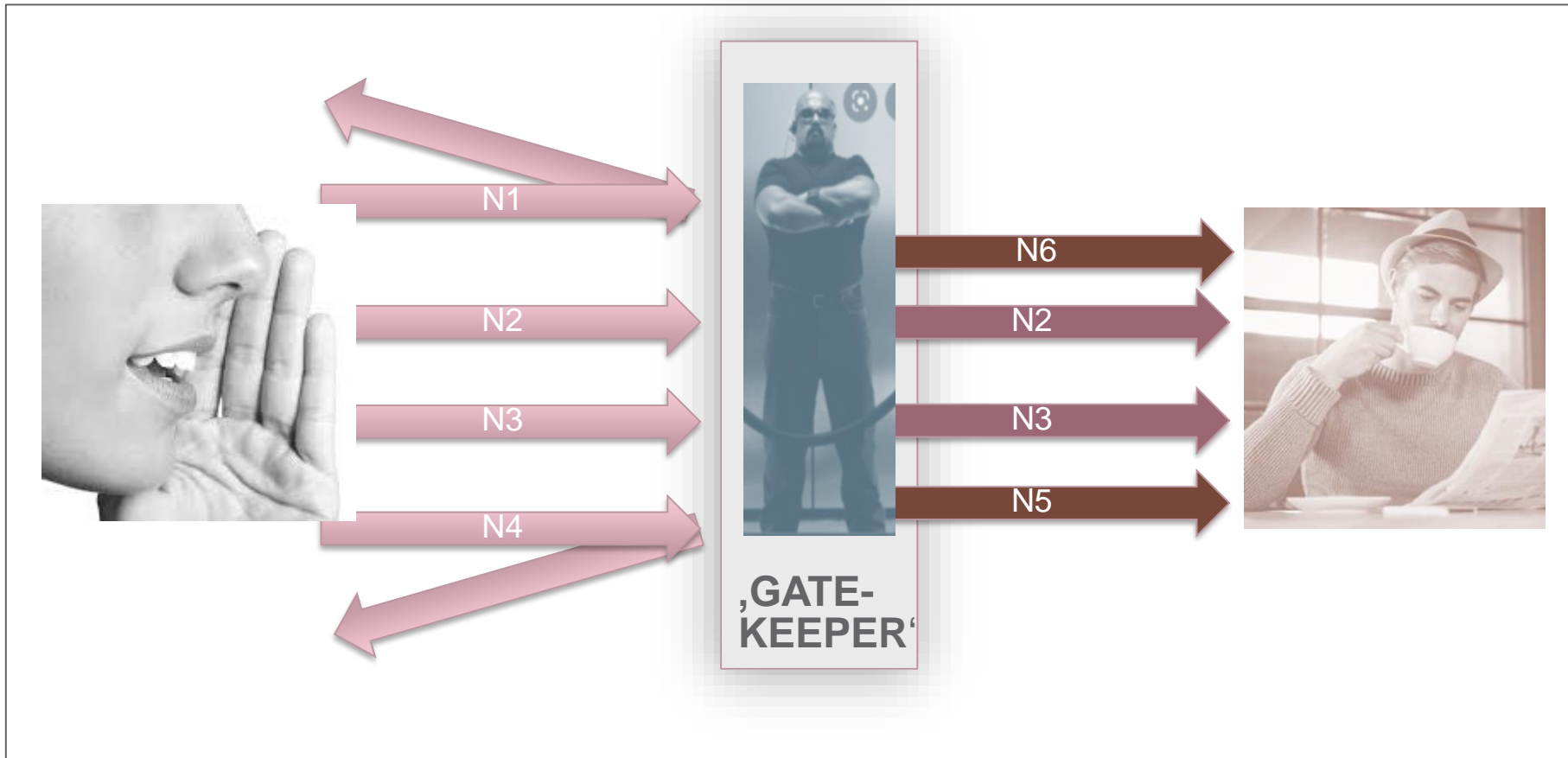


**Worüber Journalisten
gern sprechen und
schreiben**





WER DAS TOR ZUR ÖFFENTLICHEN KOMMUNIKATION BEWACHT





NACHRICHTENWERT – DIE WÄHRUNG IN DEN MEDIEN

Nachrichtenwert = Neuigkeits- und Informationswert für Leser, Hörer und Zuschauer

Drei Formen von Informationswert:

1. Wissens- und Orientierungswert,
2. Gebrauchswert,
3. Unterhaltungs- und Gesprächswert



HOCHSCHULE OSNABRÜCK

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

BEGRIFFE DER NACHRICHTENWERTTHEORIE - NACHRICHTENFAKTOREN

Nachrichtenfaktor = bezeichnet Merkmal von Nachrichten über Ereignisse und Themen, die dazu beitragen, dass diese publikationswürde, bzw. mit Nachrichtenwert versehen werden. [...]

Je mehr Nachrichtenfaktoren eine Nachricht aufweist, umso größer ist ihr Nachrichtenwert [...] Neben der Zahl der Nachrichtenfaktoren hat auch ihre Intensität einen Einfluss auf den Nachrichtenwert und die Meldung.



MEDIENBERICHT MIT NACHRICHTENWERT

Stand: 22.09.16 17:00 Uhr

Massive Tierschutz-Probleme bei Bauern-Chefs

von Oda Lambrecht & Christian Baars



In Ställen von führenden Funktionären deutscher Landwirtschaftsverbände ist es offenbar zu massiven Tierschutzverletzungen gekommen. Dieser Verdacht gründet sich auf Aufnahmen, die Aktivisten der Organisation "Animal Rights Watch" (ARI-WA) im vergangenen Jahr erstellt haben und die NDR und Süddeutsche Zeitung überprüft haben. Nach Beurteilung von Tierschutz-Experten zeigen einige der Bilder eindeutige Gesetzesverstöße. Die Verantwortlichen müssten angezeigt werden, sagt etwa der Veterinärwissenschaftler Prof. Dr. Dr. Matthias Gauly von der Universität Bozen. Er ist Mitglied im Agrarbeirat der Bundesregierung.





NACHRICHTENFAKTOREN NACH SCHULTZ – I

1. Zeit

1. Dauer
2. Thematisierung

2. Nähe

1. räumlich
2. politisch
3. kulturell
4. Relevanz (Grad der Betroffenheit und existenzieller Bedeutung des Ereignisses)

3. Status

1. regionale und
2. nationale Zentralität (politische und wirtschaftliche Macht und Bedeutung der Ereignisregion)
3. persönlicher Einfluss (politische Macht der beteiligten Personen)
4. Prominenz



HOCHSCHULE OSNABRÜCK

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

NACHRICHTENFAKTOREN NACH SCHULTZ – II

4. Dynamik

1. Überraschung
2. Struktur (Komplexität der Verlaufsform)

5. Valenz

1. Konflikt
2. Kriminalität
3. Schaden
4. Erfolg

6. Identifikation

1. Personalisierung
2. Ethnozentrismus (inwieweit betrifft es die Bevölkerung des Landes
, in dem das Medium erscheint)



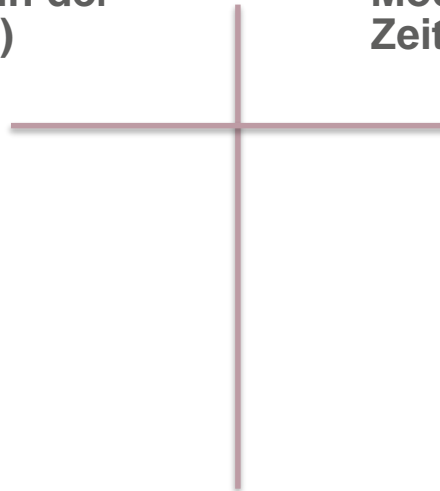
HOCHSCHULE OSNABRÜCK
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

NACHRICHTENFAKTOREN AUS MEINEM BETRIEB

**WELCHE NACHRICHTENFAKTOREN KÖNNTEN JOURNALISTEN
IN THEMEN RUND UM MEINEN BETRIEB AUFSPÜREN**

**Würde ich gern in der
Zeitung lesen (+)**

**Möchte ich nicht in der
Zeitung sehen (-)**

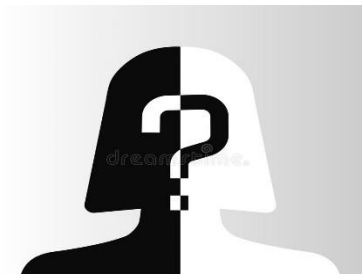




WER FRAGT AN?

ROLLE DES JOURNALISTEN

- **FEST ANGESTELLTER JOURNALIST
EINER ÜBERREGIONALEN ZEITUNG /
RADIOSTATION**
- **FEST ANGESTELLTER JOURNALIST
EINER REGIONALZEITUNG**
- **FREIER JOURNALIST ODER VERTRETER
VON PRODUKTIONSFIRMA**
- **PRAKTIKANT ODER VOLUNTÄR**





WAS HAT ER / SIE VOR?

ART DES BEITRAGS

- EIN KURZER BEITRAG AUS AKTUELLEM ANLASS
- EINE MAGAZINSTORY, IN DER AUF IHRE BRANCHE, IHREN BETRIEB EINGEGANGEN WIRD
- EINE REPORTAGE, Z. B. ÜBER DIE BRANCHE ODER DIE REGIONALE WIRTSCHAFT





STRATEGIE DER PUBLIKUMSSPRACHE

Ereignis-orientiert	Wissen-zentriert	Handlungs-zentriert	Gefühls-zentriert	Verantwor-tungs-zentriert
aktuelles Wissen und Aufklärung	Hintergrundwissen	Handlungs-wissen	Spannung und Unterhaltung	Empörung und Alarmierung
berichtend	erklärend	Rat gebend	erzählend	skandalisierend
Ereignisse und Fakten	Regeln und Zusammenhänge	Probleme und Entscheidungssituationen	Personen und sensationelle Aspekte	Handlungsweisen und Zustände
„Neuigkeitswert“	„Wissenswert“	„Nutzwert“	„Gefühlswert“	„Skandalwert“



HOCHSCHULE OSNABRÜCK
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

WOFÜR WERDE ICH GEBRAUCHT?

MEINE KONKRETE ROLLE

- **VERTRETER FÜR DIE REGIONALE WIRTSCHAFT**
- **EXPERTE FÜR DIE BRANCHE**
- **BETRIEBSLEITER**





HOCHSCHULE OSNABRÜCK

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

DIE VORBEREITUNG

Für den Journalisten

- **Aktueller Betriebsspiegel**
- **Alle tierschutz- / tierwohlrelevanten Informationen**
- **Aktuelles Bildmaterial (aber keine Werbefotos)**

Für Sie selbst:

- **Vorbereitung auf kritische Fragen (was kann kommen, wo habe ich Schwierigkeiten zu antworten, was kann ich antworten?)**
- **Überlegung rational und emotional überzeugender Antworten**



HOCHSCHULE OSNABRÜCK

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

VERHALTEN IN INTERVIEWSITUATIONEN

- **NICHT LÜGEN**
- **IMMER FREUNDLICH BLEIBEN UND DIE RUHE BEWAHREN**
- **ZU DEN THEMEN ANTWORTEN, DIE ZUVOR ABGESPROCHEN WAREN**
- **BEI SCHWEIGEN DES GEGENÜBERS NICHT IN STRESS VERFALLEN, RUHIG BLEIBEN UND UM DIE NÄCHSTE FRAGE BITTEN**



HOCHSCHULE OSNABRÜCK

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

MEHR ALS TAUSEND WORTE – BILDER AUS DEM STALL



- WELCHES GEFÄLLT IHNEN AM BESTEN?
- WELCHES GEFÄLLT DEM VERBRAUCHER AM BESTEN?



HOCHSCHULE OSNABRÜCK

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

BEISPIELE FÜR UNTERSCHIEDLICH DARSTELLUNGEN

Schlachten im Millisekudentakt

432.000 Hühnchen. Am Tag

9. Juli 2012, 12:44 Uhr | Lesezeit: 5 min

**Die Geflügelindustrie hat die Massenproduktion perfektioniert.
Denn die Ware muss billig sein. Ein Blick hinter die Kulissen.**

Silvia Liebrich

[WDR 5: Kükentöten verboten](#)



HOCHSCHULE OSNABRÜCK

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

WIE UND WARUM STORYTELLING WIRKT

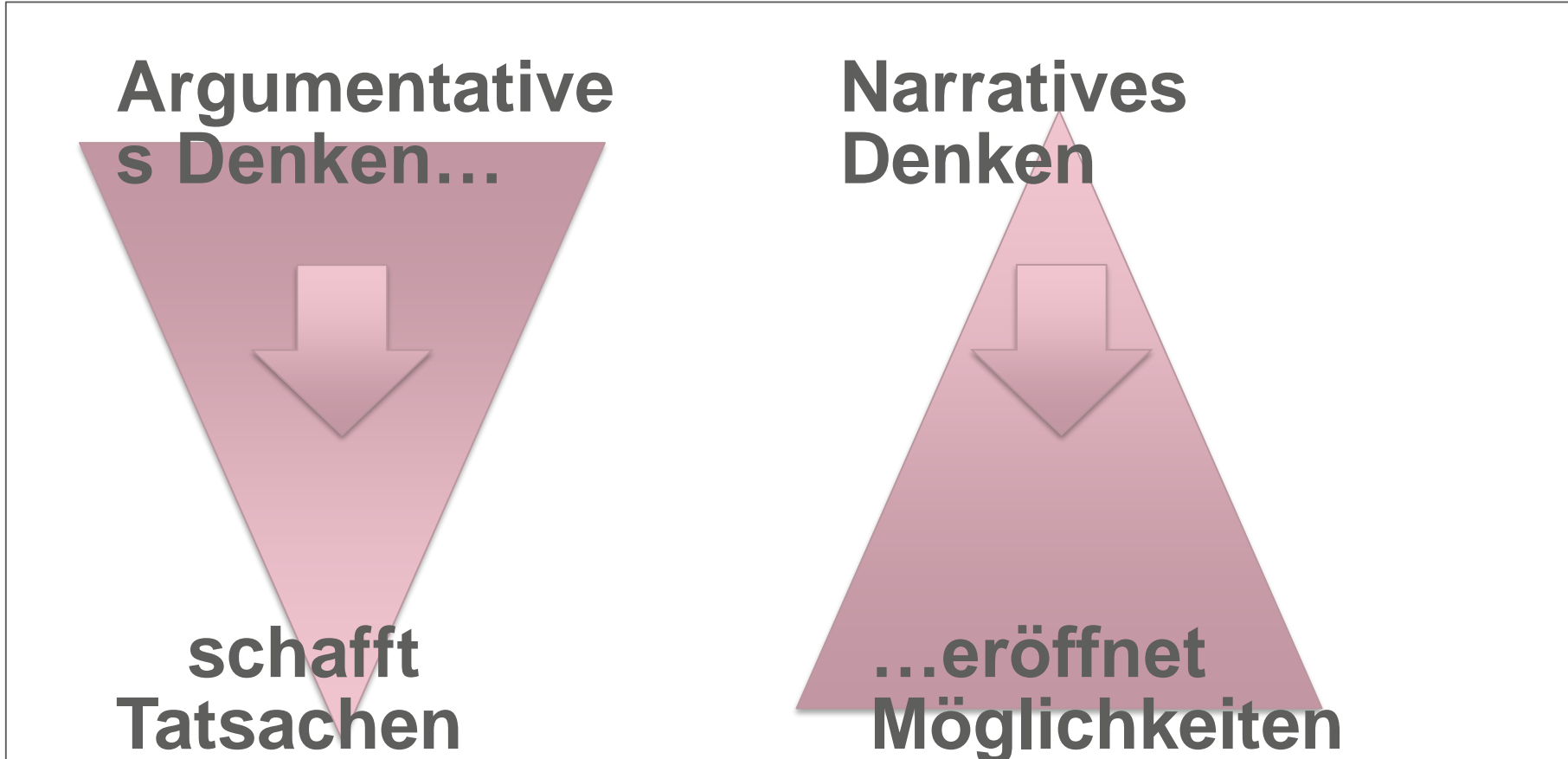
„Das Flattern hilft dem Huhn kaum - ohne Federn sind Flügel kaum zu gebrauchen. Ein Hahn bespringt und begattet die zerzauste Henne, die kaum davonhumpeln kann - verletzt, federlos, mit eitrigen Wunden am ganzen Körper. Auch der Hahn sieht gerupft aus, ein anderer blutet am Kamm, auf dem Boden liegen tote Hühner in Dreck und Kot.“



HOCHSCHULE OSNABRÜCK

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

ARGUMENTE VS. STORIES – UNTERSCHIEDLICHE DENKRICHTUNGEN

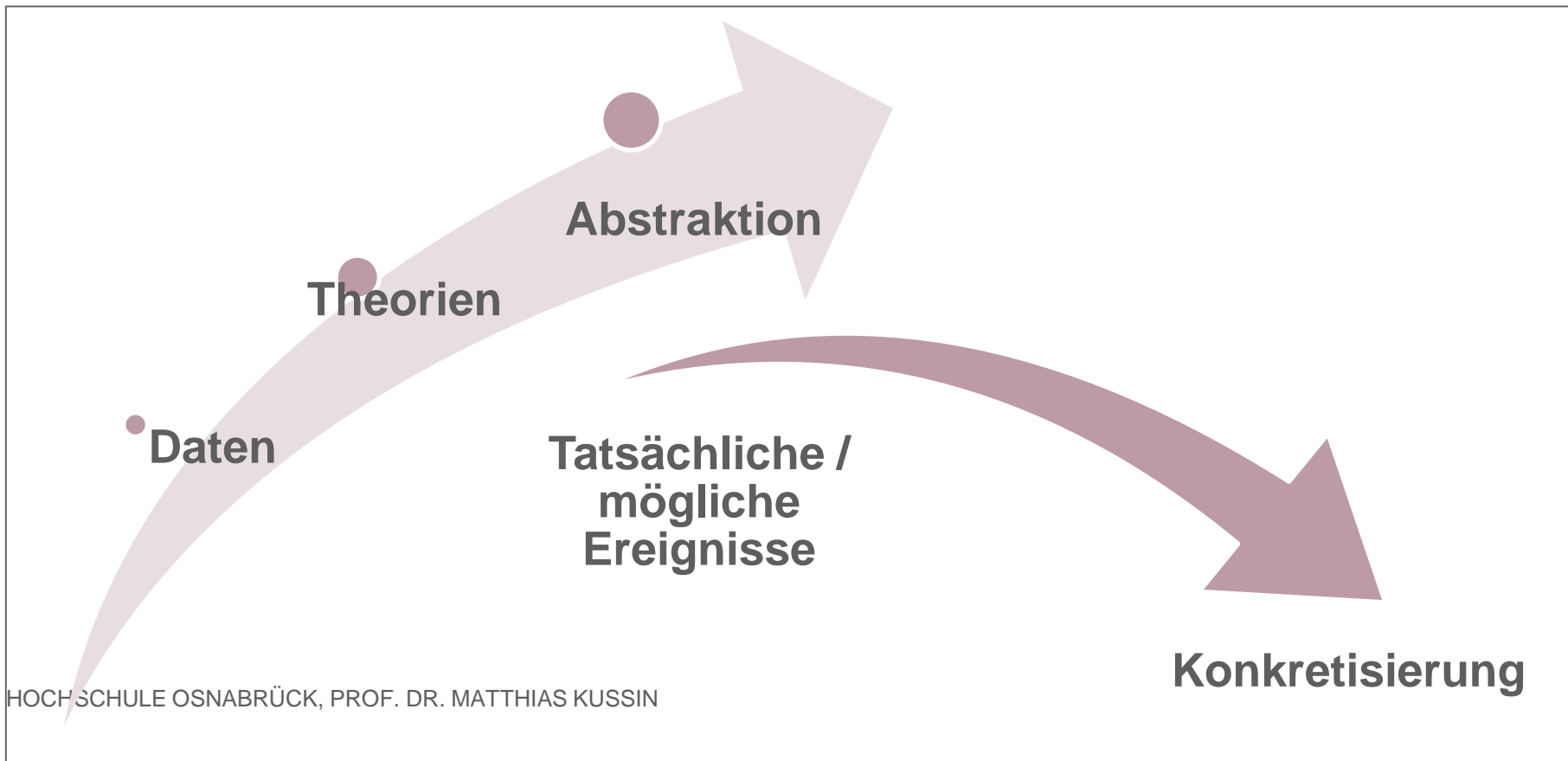




HOCHSCHULE OSNABRÜCK

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

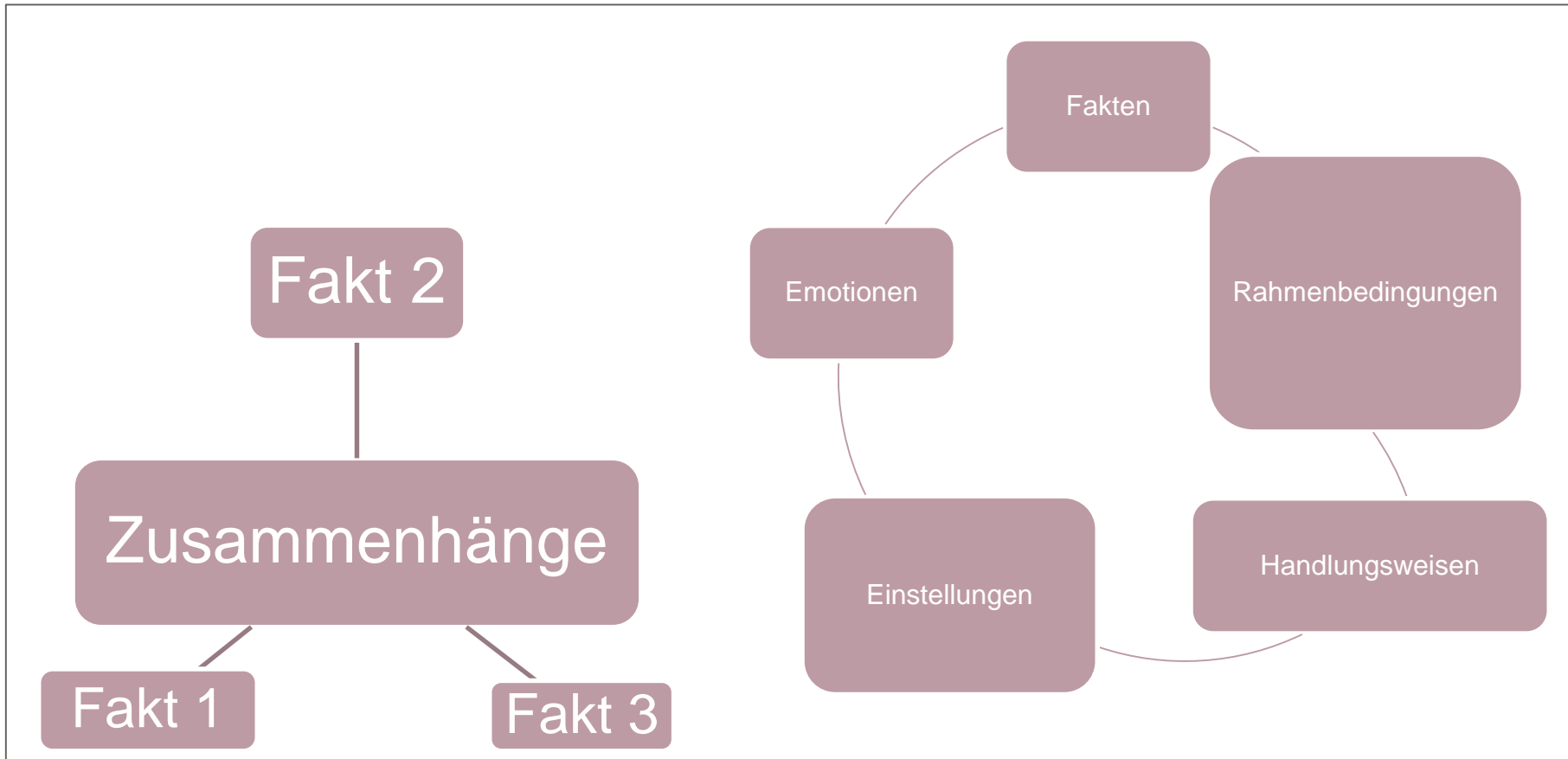
FAKTENKOMMUNIKATION VS. STORYTELLING – UNTERSCHIEDLICHE DENKRICHTUNGEN



HOCHSCHULE OSNABRÜCK, PROF. DR. MATTHIAS KUSSIN



FAKTENKOMMUNIKATION VS. STORYTELLING – UNTERSCHIEDLICHE KOMMUNIKATIVE ELEMENTE





HOCHSCHULE OSNABRÜCK

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

WAS KÖNNTEN THEMEN FÜR POSITIVE STORIES SEIN?

A large, empty rectangular box with a thin black border, occupying the central portion of the slide. It is intended for students to write or draw their answers to the question above.



WAS JOURNALISTEN DÜRFEN – UND WAS NICHT

Pressefreiheit:

„Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten. Die Pressefreiheit und die Freiheit der Berichterstattung durch Rundfunk werden gewährleistet.“ (Art. 5 GG)

Persönlichkeitsrecht:

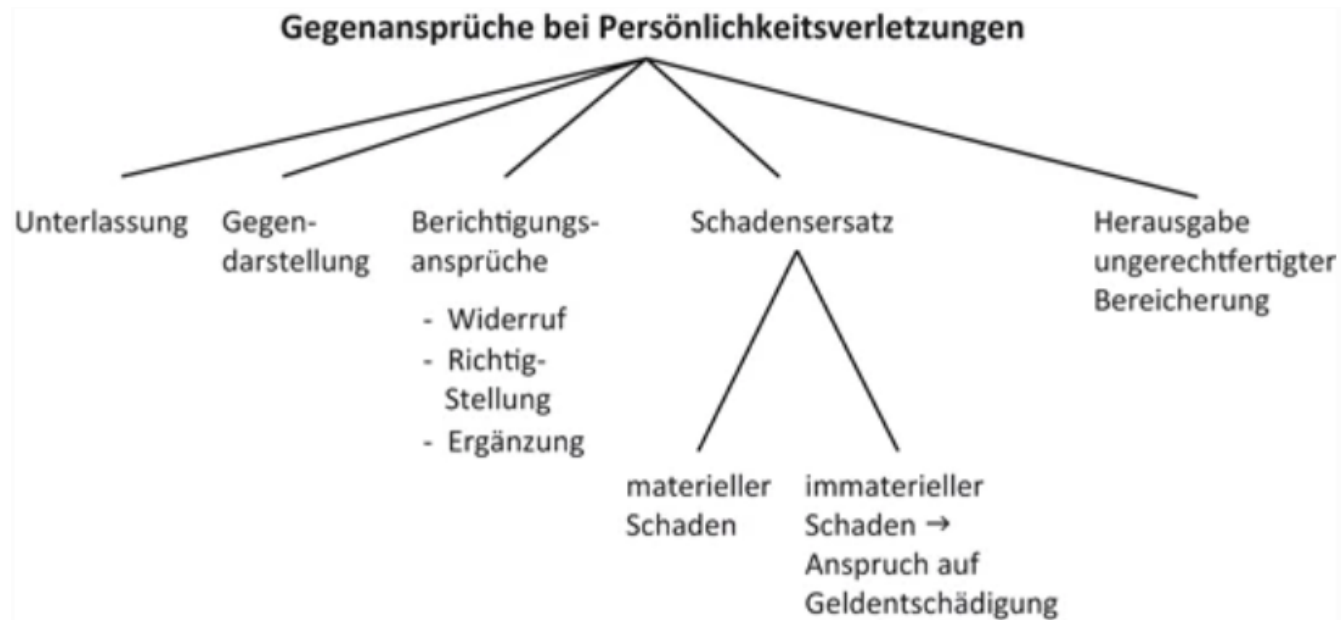
„Jeder hat das Recht auf Leben und körperliche Unversehrtheit. Die Freiheit der Person ist unverletzlich. In diese Rechte darf nur auf Grund eines Gesetzes eingegriffen werden.“ (Art. 2 Abs. 2 GG)

Recht am eigenen Wort und am eigenen Bild:

Das Recht am eigenen Bild umfasst das Recht, die bildliche Darstellung der eigenen Person anderen gegenüber grundsätzlich selbst zu bestimmen (vgl. BVerfGE 101, 361, 381; 97, 228, 268 f.). Das Recht am eigenen Bild umfasst das Recht, die bildliche Darstellung der eigenen Person anderen gegenüber grundsätzlich selbst zu bestimmen (vgl. BVerfGE 101, 361, 381; 97, 228, 268 f.).



MÖGLICHKEITEN VON GEGENANSPRÜCHEN





HOCHSCHULE OSNABRÜCK
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

GEGENWÄRTIGE ENTWICKLUNGEN IN DER RECHTSPRECHUNG

Bundesgerichtshof

Mitteilung der Pressestelle

Nr. 72/2018

Verbreitung ungenehmigter Filmaufnahmen aus Bio-Hühnerställen

Urteil vom 10. April 2018 - VI ZR 396/16

Der VI. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat am 10. April 2018 über die Zulässigkeit der Verbreitung ungenehmigter Filmaufnahmen aus Bio-Hühnerställen entschieden.



HOCHSCHULE OSNABRÜCK
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

MÖGLICHKEITEN JENSEITS JURISTISCHER SCHRITTE

- **GESPRÄCH MIT DEM JOURNALISTEN**
- **GESPRÄCH MIT DER REDAKTIONSLEITUNG**



HOCHSCHULE OSNABRÜCK
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

VIELEN DANK!