

Leitfaden für die Pressearbeit

Liebe Unterstützerinnen und Unterstützer,

damit möglichst viele Menschen von Eurer Aktion erfahren und daran teilnehmen können, wär es klasse, wenn Ihr durch gezielte Pressearbeit auf die Aktion hinweist.

Das ist nicht viel Arbeit und macht Spaß, besonders wenn Text (und Fotos) in den eigenen Lokalzeitungen erscheinen. Die lokalen Medien berichten sehr gern über das Engagement der Menschen vor Ort, vor allem wenn die Informationen so aufbereitet sind, dass sie sie leicht übernehmen können.

Habt Ihr Lust bekommen?

Wir unterstützen Euch gerne bei Eurer Pressearbeit – mit diesem Leitfaden und mit Vorlagen für Presse-Texte in einem [separaten Dokument](#). Die Vorlagen könnt Ihr ganz einfach für Eure Zwecke anpassen. Die gelb markierten Stellen sind Platzhalter.

Viel Erfolg bei Eurer Aktion!

Svenja Koch
Pressestelle Campact
presse@campact.de

Checkliste Pressearbeit

1. Presseverteiler: Welche Medien gibt es in Eurer Region?

Wen wollt Ihr mit der Pressearbeit erreichen? Wo können Menschen, die für dasselbe Anliegen protestieren wollen, von Eurer Aktion erfahren? (In Großstädten ist das wegen der Vielzahl an Veranstaltungen schwieriger als auf dem Land oder in Mittelzentren.) Für die Ankündigung der Aktion sollten die Medien in den drei Tagen vor dem Aktionstag erscheinen.

- Gibt es eine (oder sogar mehrere) **Lokalzeitung(en)** in Eurem Ort? Dann schaut im Impressum nach der E-Mail-Adresse der Redaktion oder nach dem/der für Euch zuständigen Lokalredakteur/in.
- Auch die **Anzeigenblätter** Eurer Region, also kostenlose Zeitungen, sind dankbare Abnehmer. Im Impressum findet Ihr die Kontaktdaten der Redaktion.

- Gibt es eine **regionale Website** oder eine städtische (My Heimat, Hildesheim.de etc.), wo man Termine und Veranstaltungen einstellen kann? Falls ja, notiert Euch doch die E-Mail-Adresse.
- Ob Eure Aktion fürs **lokale Radio und Fernsehen** interessant ist, das entscheidet bitte selbst. Aber wenn da keine privaten Kontakte bestehen, könnte das schwierig werden.

Nun habt Ihr eine **Liste von E-Mail-Adressen**. Das ist Euer eigener Presseverteiler! Setzt gerne auch **uns auf Euren Verteiler** (presse@campact.de). So haltet Ihr uns auf dem Laufenden und wir können gezielt für Euch nachschauen, ob die Medien Eure Pressemeldungen aufgegriffen haben.

Wenn Ihr Hilfe beim Erstellen des Verteilers für Eure Region braucht, meldet Euch unter presse@campact.de mit dem Stichwort "Aktionslots*innen". Vielleicht können wir Euch weiterhelfen.

2. Terminhinweis (siehe Dokument A)

Viele Medien haben einen Termin- und Veranstaltungskalender. Dort solltet Ihr so rasch wie möglich einen dreizeiligen, kurzen Hinweis auf die Aktion platzieren. Dabei ist es immer gut zu schreiben, wer die Aktion organisiert. Dieser Terminhinweis geht am einfachsten per E-Mail an die Redaktion. Fax und Telefon sind eher umständlich.

3. Presseeinladung (siehe Dokument B)

Wenn Ihr Presse zu Eurer Aktion einladen wollt, passt bitte das Dokument B an und sendet es per E-Mail an die Redaktionen in Eurem Presseverteiler. Überlegt Euch, wann es am Aktionstag viel zu sehen geben und wer den Medien mehr zur Aktion erzählen könnte. Ein paar griffige Sätze vorab aufzuschreiben, kann für die Ansprechperson sehr hilfreich sein (Warum ist Euch das Thema wichtig? Was motiviert Euch zu der Protest-Aktion?).

Es ist auch immer gut, vorher zu überlegen, wer die Aktion fotografieren könnte. Eine einfache Digitalkamera reicht, um den Moment für die Presse festzuhalten.

4. Pressemeldung (siehe Dokument C)

Wenn Ihr die Presse nicht einladen wollt oder kein Medienvertreter da war, könnt Ihr auch im Anschluss an die Aktion eine kurze Meldung an die Medien per E-Mail schicken. Am besten bereitet Ihr die Pressemitteilung schon vor und versendet sie gleich nach Ende der Aktion. Dann kann die Presse am nächsten Tag über Eure Aktion berichten. (Tipp: Ihr solltet dafür in etwa wissen, wie viele Teilnehmer/innen bei der Aktion dabei waren.)

Ein Foto der Aktion ist auch hilfreich. Es sollte aber nicht kleiner als 1000 mal 2000 Pixel sein. Das Foto sollte also ungefähr 1 MB groß sein. Einen Textvorschlag für die Pressemitteilung findet Ihr im Dokument C.

Die Vorlagen A, B und C findet Ihr [in einem separaten Dokument hier verlinkt](#).

Bei Rückfragen wendet Euch gerne an unsere Aktionslots*innen unter aktionshilfe@campact.de.