

Münster, 11.08.2021



Presseleitfaden

Ein Wochenende für Demokratie, Vielfalt und Nächstenliebe?

Eure Ortsgruppe ist Teil des Projektwochenendes?

Eure Teilnahme eignet sich besonders dafür, mal wieder in der lokalen Presse einen Platz für einen Artikel zu ergattern oder euren Social-Media-Account zu füllen.

Um euch dabei ein wenig unter die Arme zu greifen, wollen wir euch hier nochmal die wichtigsten Tipps für eine Pressemitteilung mitgeben.

Mögliche Varianten:

- Ihr informiert die Presse vorab über das anstehende Wochenende und ladet ggf. ein*e Pressevertreter*in zu eurer Aktion ein. So bekommen sie direkt einen Einblick und können ggf. einen Presseartikel über euer Engagement verfassen. Tipp: Gebt den Redakteur*innen und Journalist*innen eine Handynummer, unter der ihr während der Aktion immer erreichbar seid!
- Ihr schreibt während der Aktion oder unmittelbar nach der Aktion einen Bericht über eure Teilnahme an dem Projektwochenende

Digitale Öffentlichkeitsarbeit

Ihr habt eine eigene Instagram oder Facebook-Seite? Dann nutzt dies direkt aus um die aktuellsten Infos in kurzen Posts zu streuen. Vielleicht könnt ihr auch ein kleines Video während eurer Aktion aufnehmen und dies hochladen. Verlinkt dabei gerne unseren Instagram-Account **@kljb.ms**, damit wir eure Beiträge ggf. reposten können.

Nutzt doch gerne auch den **#kljbunt**, um eure Fotos auch für andere Ortsgruppen sichtbar zu machen.

Wenn ihr eine Homepage betreibt, so solltet ihr auch diese für eure Öffentlichkeitsarbeit nutzen.

Lokale Öffentlichkeitsarbeit

Fast jeder Haushalt bei euch im Dorf hat morgens die Lokalzeitung auf dem Frühstückstisch liegen. Genau deswegen solltet ihr dieses Medium nutzen und euch an die Lokalredaktion eurer Zeitung wenden. Die jeweils zuständigen Redakteur*innen findet ihr auf der Homepage der Zeitung.

In vielen Gemeinden und Kreisen gibt es weitere Printmedien, wie Wochenblätter, Stadtanzeiger und auch Pfarrbriefe der Kirchengemeinden. Auch diese Medien solltet ihr nutzen.

Wie wendet man sich eigentlich an die Redaktionen von Zeitung und Lokalfunk?

Am besten wendet man sich mit einer Pressemitteilung an die einzelnen Redaktionen. Unten stehen ein paar Kriterien, die erläutern wie eine Pressemitteilung aufgebaut sein sollte.

Pressemitteilung schreiben, aber wie?

In den ersten Sätzen der Pressemitteilung stehen die wichtigsten Infos. Hier helfen euch die altbekannten W-Fragen weiter: Wer? Was? Wann? Wo? Wie? Warum? Im allerersten Satz sollte dabei die Kernaussage des gesamten Berichtes stehen. Erst in den danach folgenden Sätzen könnt ihr weiter ins Detail gehen und gegebenenfalls Zitate mit einbringen.

Folgende Kriterien zeichnen eine gute Pressemitteilung aus:

- Eine gute interessante Überschrift ist die halbe Miete.
- Kurze und einfache Sätze, die verständlich sind.
- Nennt euch beim Namen: Nicht „wir“ sondern „Die KLJB`ler*innen oder die KLJB XY“
- Unnötige Füllwörter, wenn möglich vermeiden (nun, doch, aber...)
- Bleibt sachlich und bewertet nicht selber euer eigenes Handeln.
- Benutzt interessante Wörter: „renovieren“ und „schrauben“ statt „machen“ oder „tun“
- Bringt Kommentare und Zitate mit ein.
- War ein Lokalpromi bei eurer Aktion? Dann rein damit!
- Vermeidet Umgangssprache und Fremdwörter.
- In der Kürze liegt die Würze - Eine PM sollte maximal eine Din-A4 Seite füllen

- Hängt der Pressemitteilung ca. drei gute Fotos an, aber Achtung! Eine Mail sollte dabei nicht größer als 6 MB werden.

Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte!

Bilder sind sowohl in Print- als auch in Onlinemedien absolute Blickfänger. Aber diese Wirkung haben sie auch nur, wenn sie lebendig und gut sind. Aber kein Grund zur Panik! Für ein gutes Pressefoto braucht ihr nicht zwingend eine Spiegelreflexkamera mit viel teurem Zubehör. Nein, es reicht oftmals auch schon die Kamera eines guten Smartphones. Bevor ihr aber einfach wie wild drauf los knipst, macht euch Gedanken darüber, welche Botschaft ihr übermitteln möchtet. Vergleicht das mit eurer Pressemitteilung, denn beide müssen dieselbe Kernaussage innehaben.

- Das Foto wird interessanter, wenn es aktiv und lebendig ist.
- Das Foto muss scharf und kontrastreich sein.
- Fotografiert nicht gegen das Licht.
- Interessant sind die Menschen auf dem Foto und das, was sie grade machen: Mehr Menschen, weniger Umgebung.
- Sagt den Fotografierten, dass ihr das Bild wahrscheinlich für die Pressearbeit benutzen möchtet. Sollte jemand etwas dagegen haben, so dürft ihr das Bild nicht verwenden.
- Bierflaschen gehören nicht auf ein Pressefoto!

Tipp: Redakteur*innen bekommen massenhaft Informationen zugesandt und müssen manches Mal viel aussortieren. Macht euch also mit eurer Pressemitteilung oder im persönlichen Gespräch interessant!

Auch wir nehmen eure Beiträge gerne entgegen! Diese können dann ggf. im anstoss (die Verbandszeitschrift der KLJB Münster) oder auf unserer Homepage veröffentlicht werden.

Solltet ihr oder die Journalist*innen und Redakteur*innen um weitere Infos zum Projektwochenende fragen, so könnt ihr diese gern auf die KLJB-Diözesanstelle verweisen: thomsen@kljb-muenster.de oder 0251 53913-16.