

# Leitfaden Pressearbeit:

Damit eure eigene Aktion im Rahmen der „FridaysForFuture“-Kampagne ein noch größerer Erfolg wird und ihr die Aufmerksamkeit der Presse auf euch zieht, haben wir euch hier ein paar Tipps zusammengestellt.

## 1. Wie mache ich die Meldung für Journalist\*innen interessant?

Für unsere Forderungen zum Thema Klimaschutz und Kohleausstieg haben wir als bundesweiten Aufhänger die Tagungen der Kohlekommission oder auch die des Klimakabinetts gewählt. Zurzeit gibt es bundesweit immer wieder neue „Aufhänger“ und „Anlässe“, die ihr nutzen könnt, um die Einhaltung des 1,5 Grad Ziels einzufordern. Für eure lokale Aktion könnt ihr natürlich auch auf ein lokales Problem bei euch vor Ort aufgreifen und anhand dieses Beispiels wie z.B. das Verschwinden eines örtlichen Dorfes wie Kuckum die verfehlte Klima- und Sozialpolitik problematisieren.

Grundsätzlich könnt ihr davon ausgehen, dass Lokal- und Regionaljournalist\*innen immer sehr dankbar sind, wenn Jugendliche eine coole Aktion starten und sie darüber berichten können. Um neue Bilder, zusätzlich zu den Bildern der Freitags-Streiks zu bieten, könnt ihr euch [hier](#) von Aktionen wie einem „Die-In“ oder der „Silent Line“ inspirieren lassen.

Um der Aktualität gerecht zu werden, kann es sein, dass die Redakteur\*innen vor Ort eure Aktion schon vor 12.00 Uhr gesehen haben müssen, um noch am nächsten Tag darüber berichten zu können. Für Regional- und Lokalzeitungen gilt allerdings, dass lokale Themen auch noch einige Tage danach spannend sein können.

### Wer sind mögliche Ansprechpartner\*innen?

In jedem Fall werden lokale Zeitungen, Radiostationen oder auch Fernsehsender die besseren Ansprechpartner\*innen sein als große überregionale Zeitungen, denn sie sind dankbar für die bunte und kreative Aktion. Auch Medien- und Nachrichtenagenturen und Korrespondent\*innen sowie freie Journalist\*innen können wichtig sein. Vergesst auch die Schüler\*innen-oder Unizeitungen nicht!

Informiert euch über mögliche Ansprechpartner\*innen in den Redaktionen und macht sie im Vorfeld auf eure Aktion aufmerksam. Um den ersten Kontakt herzustellen, macht es am meisten Sinn ein Telefonat als Erstkontakt zu nutzen, per E-Mail könnt ihr dann immer noch weitere Infos nachsenden. Verfasst hierfür vorab eine griffige Pressemitteilung/Einladung, die alle wichtigen Infos (z.B. Zeit, Ort) enthält und auf die Aktion neugierig macht. Eventuell kann auch ein persönlicher Besuch bei den Redaktionen sinnvoll sein.

## 2. Pressemitteilung verfassen

Wenn zu eurer Aktion keine Journalist\*innen gekommen sind, habt ihr dennoch eine zweite Möglichkeit in die Presse zu kommen: Ihr verfasst anschließend selbst eine eigene Pressemitteilung, die die Redaktionen weitgehend übernehmen könnten. Diese Möglichkeit bietet sich vor allem bei Lokalredaktionen an, da diese wenig Zeit haben und oft unterbesetzt sind. Für eine gute Pressemitteilung gilt:

- Prinzip der umgekehrten Pyramide: in Überschrift, Unterüberschrift und dem ersten Satz sollte die Kernbotschaft enthalten sein; Zusatzinformationen an den Schluss
- Möglichst druckreif formulieren, sodass die Redaktionen die PM so übernehmen könnten
- Kurz und bündig, d.h. klar in der Sprache und deutlich im Stil; kurze Sätze
- Interessant und lebendig formulieren (neugierig machen!), aber dennoch sachlich bleiben und keinen Jugendslang benutzen
- Keine „wir“- oder „ich“-Formulierungen
- Kein Fachchinesisch und keine unverständlichen Abkürzungen
- Keine direkte Wertung und diese nicht mit sachlicher Information vermischen
- Gerne ein treffsicheres Zitat einer teilnehmenden Person ggf. Sprecher\*in integrieren

Beachtet, dass alle wichtigen W-Fragen (Wer? Was? Wann? Wo? Wie? Warum?) in der Pressemitteilung beantwortet werden. Auf Anfrage erhaltet ihr auch von uns eine **vorformulierte Pressemitteilung**.

### 3. Sonstiges

Wenn ihr die Presse eingeladen habt, solltet ihr euch vorher überlegen, wer von euch Ansprechpartner\*in vor Ort sein wird. Diese Person sollte verlässlich sein und kann die Journalist\*innen dann mit weiteren Informationen versorgen. Sie sollte entsprechend vorbereitet sein und sich z.B. einige kurze und klare Sätze zurechtlegen, die eure Aktion und eure Forderungen gut beschreiben und auch für Außenstehende verständlich machen.

### 4. Noch Fragen?

Dann wendet euch an Jenny ([jenny.blekker@bundjugend.de](mailto:jenny.blekker@bundjugend.de)) oder Anne ([anne.hartl@bundjugend.de](mailto:anne.hartl@bundjugend.de)) oder per Telefon an (030) 275 86 -584 bzw. -585.