

# Ihre Wahl für den Beirat für Migration und Integration

WAHLTAG  
27.10.2019

## „Wie kommen wir in die Presse?“ Kurze Einführung in die Öffentlichkeitsarbeit

Um auf die Wahl der Beiräte für Migration und Integration und die Arbeit der Beiräte öffentlich aufmerksam zu machen, sind Medien ein wichtiger Partner. Zeitungen, Anzeigenblätter oder regionale Onlineportale können Sie dabei unterstützen, das Thema über Ihre eigenen Kontakte hinaus in die Öffentlichkeit zu tragen.

Voraussetzung für die Berichterstattung in den Medien: Sie haben eine aktuelle Nachricht, denn nur dann ist Ihr Thema für die Medien relevant und den Redaktionen eine Spalte in der Zeitung wert.

### Wie mache ich die Medien auf mein Thema aufmerksam?

- 1 Grenzen Sie Ihr Thema bzw. Ihre Neuigkeit ein:** Bei den Beiratswahlen geht es zum einen um die Wahl selbst, zum anderen hintergründig auch um die Arbeit der Beiräte im Allgemeinen.
- 2 Kennen Sie Ihre Zielgruppe:** Das Thema Wahlen ist für die allgemeine Öffentlichkeit relevant. Daher fragen Sie sich: Welche Gruppen wissen bereits z.B. durch die Zugehörigkeit zu einer Organisation wahrscheinlich über die Beiratswahlen Bescheid – und welche nicht? Gibt es – neben den großen Tageszeitungen oder überregionalen Blättern mit einer regionalen Spalte – Webseiten, die über regionale Themen berichten? Wenn es beispielsweise Organisationen in Ihrer Kommune gibt, die sich mit den Themen Integration und Migration beschäftigen, bietet sich hier ein Aufruf auf der Website oder der internen Zeitschrift der Organisation an.
- 3 Formulieren Sie eine Pressemitteilung:** Schreiben Sie eine Pressemitteilung zu Ihrem Thema und besorgen Sie hochauflösendes Bildmaterial, bspw. der Kandidat\*innen (Fotos als JPG-Dateien, Auflösung 300 DPI) oder verwenden Sie das Wahl-Logo. Zur Formulierung der Pressemitteilung gibt es eine Vorlage auf <http://beiratswahlen.agarp.de>.

- 4 Recherchieren Sie Ansprechpartner in den Medien:** In vielen Fällen pflegen Kommunen einen aktuellen Medienverteiler, auf den Sie auf Nachfrage bei der Pressestelle zurückgreifen können. Andernfalls recherchieren Sie auf den Webseiten der Medien und erkundigen sich in der Redaktion telefonisch nach einem, besser zwei passenden Ansprechpartner\*innen, die für Lokales und/oder Politik zuständig sind. Rufen Sie in der Zentrale an und fragen Sie nach zuständigen Mitarbeiter\*innen.

In Organisationen wenden Sie sich an die Pressestelle oder die für Öffentlichkeitsarbeit zuständigen Mitarbeiter\*innen. Vermeiden Sie es, allgemeine Adressen wie „info@“ zu verwenden. Umso exakter ihr Adressat ist (im Idealfall der/die zuständige Journalist\*in, ansonsten eine bestimmte Redaktion), umso höher ist die Chance, dass Ihr Thema aufgegriffen wird.

- 5 Kündigen Sie ihr Thema telefonisch an:** Nehmen Sie sich 1-2 Stunden Zeit, um in den Redaktionen anzurufen und Ihr Thema vorzustellen. Schildern Sie die Neuigkeit und hören Sie beim Gesprächspartner nach, ob ein bestimmter Aspekt des Themas für den/die Journalist\*in interessant ist. Denkbar ist, den Medien das Gespräch mit Beiräten anzubieten, um mehr über die Arbeit der Beiräte zu erfahren und so über die Wahl zu berichten.
- 6 Versenden Sie Ihre Pressemitteilung:** Nachdem Sie persönlichen Kontakt zu Journalist\*innen/ Organisationen geknüpft haben, ist Ihr Name noch im Gedächtnis der Gesprächspartner\*innen. Jetzt bietet es sich an, noch am selben Tag die vorbereitete Pressemitteilung zu versenden.
- 7 Bei persönlichen Absprachen:** Bleiben Sie in Kontakt! Wenn Ihr\*e Gesprächspartner\*in Interesse bspw. an einem Interview eines Beirats zeigt, müssen Sie den Kontakt vermitteln. Gerade Lokaljournalist\*innen sind vielbeschäftigt und freuen sich über Ihre Mithilfe.

## Wie schreibe ich eine Pressemitteilung?

### Was ist eine Pressemitteilung?

Eine Pressemitteilung (PM) ist eine kurze Nachricht, mit denen Sie Pressevertreter\*innen über relevante Informationen, Neuigkeiten oder Ereignisse informieren können.

### Wann schreibe ich eine Pressemitteilung?

Ein/e Journalist\*in benötigt für die Berichterstattung eine Neuigkeit, die für seine/ihre Leserschaft interessant ist. Denken Sie beim Schreiben einer PM niemals erst daran, was Sie selbst interessant finden, sondern was aus Sicht der Leser (und des/der Journalist\*in) relevant ist. Prüfen Sie, ob Ihre PM diesen Test besteht – nur wenn Ihre Nachricht für die Zielgruppe einen Mehrwert bietet, macht eine PM Sinn.

## Auf was muss ich bei einer Pressemitteilung achten?

Eine PM besteht aus vier Elementen: Überschrift, Einleitung, Text und Ansprechpartner. Eine PM sollte in der Regel nicht länger als eine DIN A4-Seite sein.

In der Überschrift fassen Sie die zentrale Nachricht kurz (!) zusammen. In der Einleitung beantworten Sie in den ersten zwei bis drei Sätzen die W-Fragen, also: Wer? Was? Wann? Wo? und ggf. Warum? und Wie? Damit haben Sie für Journalist\*innen die wichtigsten Informationen bereits in einem Absatz zusammengefasst.

Im Textteil können Sie nun – nach Wichtigkeit sortiert – alle weiteren Hintergrundinformationen unterbringen. Ein\*e Journalist\*in kürzt eine Pressemitteilung „von hinten weg“, wenn für die gesamte Nachricht kein Platz ist – daher ist es zwingend, dass die Nachricht im ersten Absatz steht und dass die am wenigsten wichtigen Informationen am Schluss stehen.

**Achtung:** Eine Pressemitteilung ist niemals werblich. Schreiben Sie eine Pressemitteilung wie eine Nachricht: Achten Sie auf Neutralität, leichte Lesbarkeit und Verständlichkeit.

### 1 Überschrift

- Kurz und knackig, ungefähr 50 Zeichen
- Bleiben Sie bei der Wahrheit und werden Sie nicht werblich

### 2 Einleitung

- Schreiben Sie in der dritten Person („Im Ort xy findet die Wahl statt.“)
- Ca. 3-4 Sätze, ein Absatz
- Schreiben Sie in kurzen Sätzen, verzichten Sie auf komplizierte Nebensatzkonstruktionen
- Verzichten Sie auf Substantive, verwenden Sie Verben („engagieren“ statt „das Engagement“)
- Formulieren Sie aktiv statt passiv („wählen“ statt „werden gewählt“)
- Fremdwörter oder Fachbegriffe sind tabu, außer sie sind unverzichtbar
- Klären Sie bereits in der Einleitung die wichtigsten Fragen! Orientieren Sie sich an den W-Fragen (Wer? Was? Wann? Wo? – ggf. auch Warum? Wie?). Natürlich können in einem kurzen Absatz nicht alle Fragen umfassend geklärt werden. Dafür dient der Text.

### 3 Text:

- Sachlich und neutral
- Achten Sie auf den roten Faden: Welche Informationen sind für das Verständnis über die Einleitung hinaus wichtig? Welche interessanten Hintergrundinformationen können Sie geben?
- Fassen Sie sich kurz (max. 0,5 Seiten)

#### 4 Ansprechpartner

Nennen Sie eine\*n Ansprechpartner\*in für eventuelle Rückfragen der Journalist\*innen mit vollständigen Kontaktdaten (am wichtigsten: E-Mail und Telefon). Natürlich müssen Sie für Rückfragen erreichbar sein.

#### Soll ich Bilder verschicken?

Grundsätzlich ist es immer sinnvoll, mit einer Pressemitteilung auch 1-2 Bilddateien zu verschicken, da es die Arbeit der Journalist\*innen vereinfacht. Achten Sie darauf, dass die Bilder zur PM passen und die Aussage der Nachricht unterstreichen.

Achten Sie auf die Druckqualität der Pressefotos (mind. 300 dpi) und die Dateigröße. Es empfiehlt sich, keine Dateien größer als 2 MB pro Foto zu versenden. Die E-Mail sollte insgesamt nicht größer als 5 MB sein. So vermeiden Sie, dass Ihre E-Mail im Spamfilter landet und können bei Interesse weitere Fotos nachreichen.

Schreiben Sie zu jedem Bild bereits eine aussagekräftige Bildunterschrift unterhalb der PM (bei abgebildeten Personen nennen Sie Name und Funktion in der Reihenfolge von links nach rechts: v.l.n.r.). Nennen Sie auch den Bildnachweis (Fotograf oder Quelle).

#### Wie oft verschicke ich eine Pressemitteilung?

Weniger ist mehr. Schreiben Sie nur eine PM, wenn Sie tatsächlich etwas Neues zu berichten haben.