



Wie schreibe ich eine Medienmitteilung?

Medienmitteilungen informieren Journalisten über Ereignisse, Produkte und Veranstaltungen. Sie sind der einfachste Weg, dein Engagement, deinen Anlass oder deine Aktion publik zu machen. Da Journalisten Unmengen an Medienmitteilungen erhalten, ist es sehr wichtig, beim Verfassen einer solchen Mitteilung ein paar Regeln einzuhalten. Diese Anleitung soll dabei helfen.

Inhalt

Eine Medienmitteilung sollte die 6 W-Fragen beantworten: Wer? Wo? Wann? Was? Wie? Warum? Teile den Medien mit, wer ihr seid, wo ihr was veranstaltet und wann die Aktion stattfindet. Sage ihnen, warum ihr das macht und erkläre die Ziele des Klimafestivals. Das sind die wichtigsten inhaltlichen Punkte.

Bei grösseren Zeitungen und bei Radios sind Medienmitteilungen als Information zu sehen, als Anregung für Journalisten etwas Eigenes zu produzieren. Kleinere Zeitungen drucken hingegen gerne die ganze Medienmitteilung oder Auszüge davon ab.

Schreibe zwei Medienmitteilungen. Eine vor dem Anlass (ca. 8 Tage). Und eine zweite möglichst rasch nach deiner Aktion (max. 1 Tag). Lade in der ersten Mitteilung, vor dem Anlass, die Journalisten explizit an den Anlass ein. Betone den kostenlosen Eintritt für Medienschaffende.

Um das Interesse der Mitteilung zu steigern, benutze folgende Tricks:

- ★ **Nachrichtenwert:** Zeige den Journalisten den „Newswert“ der Aktion. Die Medien wollen ihrem Publikum Neues erzählen. Betone die Einzigartigkeit des Klimafestivals. Zeige, dass ihr etwas Spektakuläres macht oder betone das Renomé der von euch engagierten Künstler. Zeige, dass ihr euch als Junge für die Politik engagiert.
- ★ **Aktualität:** Schaffe einen Bezug zu einem aktuellen Thema. Dies macht ihr einerseits, in dem ihr einen Anlass organisiert und somit selbst ein aktuelles Ereignis erzeugt. Stelle in der Medienmitteilung aber auch den Be-

zug zu den kommenden Nationalratswahlen her, zur Klimainitiative oder allgemein zur Klimadebatte.

- ★ **Lokaler Bezug:** Stelle einen Zusammenhang zu eurer Umgebung her. Lokale Medien möchten ihre Leser/Zuschauer über Ereignisse in ihrem Einzugsgebiet informieren. Betone, woher ihr euch kennt und/oder wie eure Organisation verwurzelt ist.
- ★ **Prominenz:** Lade Nationalräte, welche die politischen Ziele des Klimafestivals erfüllen, an den Anlass ein. Wenn ihr eine Zusage habt, betone ihre Anwesenheit in der Medienmitteilung. Welche Politiker diese Anforderungen erfüllen, erfährst du auf www.klimafestival.ch -> *Klimapolitik* -> *PolitikerInnen*.

Der Wert von Bildern

Bilder steigern den Wert deiner Mitteilung enorm. Einerseits können sich Journalisten so mehr unter eurer Aktion vorstellen und andererseits erscheint eure Medienmitteilung mit Bild meistens an einer besseren Stelle in der Zeitung und sie wird von der Leserschaft eher gelesen.

Besorge dir für die Medienmitteilung vor dem Anlass Bilder der Künstler. Sorge selbst für gute Fotos von eurer Aktion. Frage einen Kollegen oder eine Kollegin, der/die gut fotografieren und sich während der Aktion nur auf das Erzeugen von guten Bildern konzentrieren kann. Biete in der Medienmitteilung zusätzliches Bildmaterial an, welches du den Redakteuren auf Wunsch zusenden kannst.

Die Bilder sollten eine Auflösung von mindestens 300dpi aufweisen und die Journalisten unbearbeitet erreichen. Ändert also nichts am Bildformat sowie an den Kontrast- und Helligkeitseinstellungen. Bilder im Querformat werden von den Medien bevorzugt.

Aufbau

Eine mediengerechte Aufbereitung deiner Medienmitteilung ist sehr wichtig. Halte folgende Regeln ein:

- ★ Baue die Mitteilung folgendermassen auf:

Titel

Untertitel

Lead

Text mit Zwischentiteln

Wo weitere Infos / Bilder

Kontaktadresse

- ★ Deine Mitteilung sollte **von unten her kürzbar** sein. Auf den ersten Absatz kommt es an! Achte darauf, dass bereits im Lead kurz und bündig

alle 6 W-Fragen beantwortet werden. Erkläre anschliessend im ersten Abschnitt das Wichtigste ausführlicher und schreibe am Schluss das weniger relevante. Gliedere die Mitteilung in Abschnitte, welche einfach weggelassen werden können. Eine einfache Struktur und inhaltlich passende Absätze, die das Lesen der Mitteilung erleichtern, sind unverzichtbar.

- ★ **Kontaktadresse:** Versteckt euch nicht! Eine Kontaktadresse ist für den Erfolg der Mitteilung unabdingbar. Nenne eure Organisation, einen konkreten Ansprechpartner mit Vor- und Nachnamen, die komplette Postanschrift, Mobile-Nummer und E-Mail-Adresse.
- ★ **Kennzeichne eure Medienmitteilung als solche**, indem du über den Titel und in den Betreff „**MEDIENMITTEILUNG**“ schreibst.

Form

Wie der Aufbau ist auch die Form deiner Medienmitteilung wichtig. Beachte folgendes:

- ★ Bemühe dich, die Mitteilung möglichst **einfach, neutral, objektiv und sachlich** zu verfassen - so wie einen Nachrichtenbeitrag in einer Tageszeitung beispielsweise. Schreibe in der dritten Form, keine Ich-Form. Den Journalisten und Redakteuren fällt es dadurch einfacher, euren Beitrag zu verarbeiten.
- ★ Reisserische Mitteilungen werden kaum abgedruckt oder verarbeitet. Ein Trick, der es dir erlaubt klare politische Statements zu schreiben: **Weise die politische Aussage jemandem zu** und schreibe beispielsweise: *Peter Muster, Mitorganisator, findet: „Es ist höchste Zeit für echte Klimaschutzmassnahmen. In der Politik wird einfach zu viel nur geredet und nichts getan. Das muss sich jetzt unbedingt ändern.“ Mit dieser Aktion soll auf diesen Misstand aufmerksam gemacht werden.*
- ★ **Keine direkte Anrede!** Sprich die Redakteure nicht direkt an. "Sie" und "Du" sind absolut tabu.
- ★ **Interessanter Titel:** Der Titel sollte bereits klar machen, um was es bei der Aktion geht.
- ★ Gebe **immer den ganzen Namen** und nicht nur den Nachnamen an, wenn du über eine Person berichtest. Zum Beispiel: *Nationalrat Max Mustermann stellte damit klar, dass...*
- ★ **Rechtschreibung:** Rechtschreibfehler wirken keinesfalls seriös. Gebe deinen Text jemandem zum Gegenlesen.

- ★ **Fasse dich kurz:** Eine Pressemitteilung sollte maximal eine DIN A4-Seite lang sein. Ellenlange Mitteilungen werden von Niemandem zur Kenntnis genommen, konzentriere dich auf das Wichtigste.

Kommunikation

Bestimmt in eurer Gruppe jemanden, der vor, während und nach der Aktion als Ansprechperson für die Medien dient. Diese Person soll auch beide Medienmitteilungen verschicken und für die Medien per Natel erreichbar sein. Wenn ihr Glück habt, ruft euch ein Lokalradio an und will ein kurzes Interview. Beachte bei der Kommunikation zudem folgendes:

- ★ **Getraue dich!** Rufe den Zeitungen und Radios an. Frage, ob sie eure Medienmitteilung erreicht hat. Falls nicht, biete dem Journalisten an, die Mitteilung nochmals zu schicken. Offeriere ihnen zudem weitere Informationen und frage nach, ob sie an den Anlass kommen und etwas veröffentlicht werden. Getraue dich auch, die Mitteilung ein zweites Mal zu schicken.
- ★ **Nutze alle Kanäle:** Persönliche Kontakte sind sehr viel Wert. Wenn jemand in deiner Gruppe einen Bekannten hat, der bei den Medien arbeitet, rufe ihn an und erzähle ihm von eurer Aktion.
- ★ **Wie schicken?** Versende die Medienmitteilung per E-Mail, zusammen mit einer kurzen Anrede. Zum Beispiel:

Sehr geehrte Redaktion

Es würde mich freuen, wenn Sie zu folgender Medienmitteilung einen Beitrag publizieren würden.

Freundliche Grüsse

Anschliessend schreibe MEDIENMITTEILUNG und dann kopiere die Mitteilung rein. Füge sie zusätzlich im PDF- oder Word-Format in den Anhang ein.

- ★ **An wen?** Informiere lieber zu viele Zeitungen und Radios über eure Aktion als zu wenige. Besorge dir die E-Mail Adressen im Impressum der Zeitungen oder auf den Homepages. Meistens lauten die Adressen *redaktion@NameDerZeitung.ch*.
- ★ **Wann?** Schicke die erste Mitteilung ca. 8 Tage vor der Aktion (organisiert ihr zum Beispiel eine Aktion an einem Freitagabend, verschicke die Mitteilung am Donnerstag der Woche zuvor). Die Medienmitteilung danach schickst du am Besten noch am gleichen Abend oder spätestens einen Tag später.

Beispiele?

Auf www.politakt.ch/publiziertes.php findest du zahlreiche Beispiele für Medienmitteilungen.

Vorlage

Auf www.klimafestival.ch -> *Organisationshilfen* -> *Medienarbeit* findest du Vorlagen für das Verfassen deiner Medienmitteilung im Word-Format sowie Textbausteine, die du verwenden kannst.

Fragen?

Kontaktiere uns ungeniert. Du kannst uns deine Medienmitteilung zum Gegenlesen geben. Wir helfen dir auch mit dem Medienverteiler oder dem Herstellen von Kontakten zu Nationalräten.

Auf www.klimafestival.ch in der Rubrik *Kontakt* erfährst du, mit welchem Anliegen du dich an wen wenden solltest.

Postanschrift: politakt.ch, Greithstrasse 27, 8640 Rapperswil-Jona
Mobile: +41 (0) 76 336 17 11
E-Mail: info@klimafestival.ch
Homepage: www.klimafestival.ch

Quellen

- www.release-net.de/tipps.php
- de.wikipedia.org/wiki/Medienmitteilung
- www.gratis-promotion.de/tipps-pressemitteilungen.php