

Handout Workshop Presse

Pressemitteilung

Eine Pressemitteilung ist das Format was Journalist*innen gewohnt sind wenn sie Informationen bekommen.

Sie kann so geschrieben sein wie der Artikel von dem ihr wollt dass sie die Journalist*in über eure Aktion schreibt. Dann können Journalist*innen für ihren Artikel einfach aus eurem Text kopieren. Manchmal werden Pressemitteilungen sogar komplett als Artikel übernommen.

Die Pressemitteilung kann aber auch in eurer Sprache/ eurem Stil geschrieben sein. Das wirkt echter, realer und ihr müsst euch nicht verbiegen. Die Pressemitteilung sollte höchstens eine Seite lang sein.

Eine Pressemitteilung die Chance darauf hat, dass sie Journalist*innen übernehmen ist standardmässig meistens ungefähr so aufgebaut:

Datum: <Datum>

Titel: <Sollte spannend, spektakulär etc sein. Oft lesen die Journalist*innen nur den Titel.

Erster Absatz: <sollte alle für die Journalist*in wichtigen Infos enthalten: die fünf W's: Wer hat Was Wann Wo und Warum gemacht? >

(...)

Die nächsten Absätze: < hier könnt ihr mehr Hintergrund liefern. Standardmässig steht hier auch oft ein Zitat von einer*r aus eurer Gruppe, weil das persönlicher ist und sich das in der Presse besser verkaufen lässt. Ihr könnt mehr über den Grund eurer Aktion schreiben, auf den Zusammenhang zu anderen Kämpfen eingehen, etc ...

Aus: Skills 4 Action Handbuch Seite 102

Input: Tipps und Tricks für's gelungene Interviews

(ggf. mit den wichtigsten Punkten auf Flipchart/Plakat)

- Ordne das Thema ein: Nicht erzählen WAS du tust (z.B. Blockieren), sondern WARUM du es tust (Kohlekraft schädigt Klima)

- Gliedere deine Antwort und ordne sie in einen Zusammenhang („Frame“) ein: (1) Problem (2) Lösung (3) Aktion
- 3er Aufzählungen eignen sich gut: „Dieses Projekt ist schlecht für die Umwelt, die Bevölkerung und die Arbeitsplätze.“
- Sprich Werte und Normen an
- Stelle deine persönliche Verbindung zum Thema dar, wie das Thema dich persönlich betrifft
- Ein Interview ist keine Konversation, es geht nicht darum die Fragen zu beantworten, sondern die eigene Botschaft darzustellen - egal was die Interviewer*in fragt!
- ABC = A.cknowledge the Question B.ridge back to your C.ontent (the message): Nimm die Frage zur Kenntnis, leite über zu deinem Inhalt und deiner Botschaft:
 „... ich denke, das wichtige ist...“
 „... ich denke, das zentrale ist...“
 „... ich denke, die Hauptfrage ist...“
 „... der Grund warum ich hier bin ist...“
- Sei dir bewußt, dass das Interview in eine andere Richtung gehen kann. Versuche dann, zu deinen eigenen zentralen Punkten zurückzukommen.
- Kommuniziere deine Message präzise und gleich am Anfang des Interviews, kurze Sätze, ohne viele Nebensätze, vermeide Fachjargon
- Biete zitierbare Aussagen an, vrsuche, jede Aussage auf ca. 20 Sekunden zu beschränken, 15 bis 20 Sekunden sind typische Länge von Interviewteilen/O-Tönen in Radio/TV
- Oft fragen Medien nach Name, Alter und Beruf, bereite dich darauf vor

Bei Interviews mit Kamera:

- Nie in die Kamera gucken sondern Blickkontakt mit Interviewer*in halten
- Körper ruhig halten
- Kein wildes Gestikulieren mit den Händen
- Schnittbilder („Schnibis“) sind üblich, um Interviewpartner*in in Umgebung zu zeigen (in der Aktion, beim Laufen,...), um „anzutexten“ oder zwischen Interviewteilen als „Brücke“

Umgang mit schwierigen Situationen in Interviews:

Wenn du hängenbleibst, ins Stocken gerätst, den Faden verlierst: Formuliere den Gedanken noch mal neu von vorne und anders. Dazu einleiten mit Sätzen wie:

- • „Oder anders gesagt...“,
- • „Um das präziser zu sagen...“,
- • „Oder lassen Sie es mich anders/so ausdrücken:...“

Wenn die Interviewer*in dich unterbricht: Weiterreden, ohne die Stimme anzuheben.

Einen der folgenden Sätze benutzen und weiterreden:

- • “Darauf werde ich gleich eingehen...”
- • “Wenn ich noch kurz zu Ende kommen dürfte...”
- • “Dürfte ich noch kurz zu dem Punkt zurückkommen...”

Wenn der Interviewer*in Vorwürfe macht, das Gegenteil behauptet, unwahre Angaben macht,...:

- • Nicht streiten oder die Interviewer*in dafür kritisieren, dass sie die falschen Informationen hat, sondern freundlich korrigieren.
- • Antworten mit Sätzen wie: „Die Wahrheit ist...“, „Die korrekte Situation ist...“, „Tatsache ist...“.
- • Mit aufmerksamkeitsregendem Satz antworten, z.B. „Diese Behauptungen sind Quatsch“, dann sachlich fortfahren.

Wenn du die Antwort auf eine Frage nicht weißt, dann sei ehrlich und sag das auch so. Lass dich nicht darauf ein, über etwas zu sprechen von dem du keine Ahnung hast. Versuche aber trotzdem die Aussage, „kein Kommentar“ zu vermeiden, denn damit wirkst du nur, also hättest Du etwas zu verbergen. Benutze Phrasen, die dir wieder Gewissheit schaffen und das Interview in deine Richtung lenken, z.B.:

- • „Ich habe darüber keine Information, um der Frage gerecht zu werden, kann aber dazu sagen, dass....“
- • „Worum es hier eigentlich geht ist...“
- • Wende feindselige Fragen zum Guten: Beantworte die Frage der Interviewer*in sehr schnell und lenke das Gespräch in die Richtung, die du willst. Eine gute Methode ist z.B., der Interviewer*in teilweise Recht zu geben, dann aber zu erläutern, dass

das nicht die ganze Wahrheit ist; oder du konterst mit Fakten, die etwas Gegenteiliges bezeugen. Lass dich nicht bedrängen und führe das Interview immer wieder dahin zurück, wo du hin willst.

Reihenfolge	Was?	Bemerkung	Zeitpunkt
1	Message finden	Überlegen, was wir zu sagen haben	
2	Presseverteiler erstellen		
3	Pressemitteilung formulieren		
4	Falls nötig: Accounts für Twitter etc anlegen		
5	Presse einladen	Sperrfrist nennen oder keine zu detaillierten Infos (Ort, Zeit) geben	Ein Paar Tage vorher
6	Rollenverteilung	Wer ist Pressekontakt? Wer gibt Interviews? Wer macht soziale Medien/ climateactiontracker vor Ort oder im Backoffice?	
7	Pressemitteilung an die Presse schicken/ hochladen + der Presse ausgedruckt in die Hand drücken		Während die Aktion läuft
8	Twittern, Aktion auf climateactiontracker markieren		
...	Weitere Ideen	...	