



Pfadfinderinnenschaft St. Georg

PSG BEWEGT -

PFADFINDERINNEN AUF STIFTUNGSTOUR

MATERIAL FÜR ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

INHALTSVERZEICHNIS

Einleitende Worte	3
Zeitstrahl	4
Was ihr am Anfang beachten müsst.....	4
Werbung oder wie ihr Aufmerksamkeit auf euch zieht	5
Einladen der Presse	7
Der Tag X.....	9
Pressemitteilung.....	11
Fotos	15
Dankeschreiben	16

EINLEITENDE WORTE

Liebe PSG-Ierinnen,

auf der Bundesversammlung 2010 haben bereits einige von euch das neue Schwerpunktthema beWEGt kennengelernt.

Wir wollen uns aktiv für ein gesundes Leben von Mädchen und Frauen einsetzen und dies natürlich auch Leuten außerhalb unseres Verbandes bekannt machen. Die Delegierten der Diözesen haben daher gemeinsam auf der Bundesversammlung einen Sponsorenlauf beschlossen. Da sich die Stiftung Pfadfinderinnen derzeit in Gründung befindet, ist die Stiftungstour unter dem Motto „ PSG beWEGt - Pfadfinderinnen auf Stiftungstour“ im April 2011 somit ein hervorragendes Ereignis um zum einen für die Stiftung Pfadfinderinnen zu werben und zum anderen, um die PSG und ihre Arbeit bekannter zu machen. Bitte nutzt die Möglichkeit um auf das Engagement von Pfadfinderinnen aufmerksam zu machen!

Wir möchten euch die Arbeit erleichtern und haben Materialien für eure Öffentlichkeitsarbeit zusammengestellt. In diesem Leitfaden findet ihr hauptsächlich Material, dass euch für die Stiftungstour im April 2011 behilflich sein soll. Natürlich könnt ihr das Material auch als Vorlage für andere Aktionen nutzen. Alle Mustertexte findet ihr ebenfalls im Infopool auf der Homepage als bearbeitbares Dokument zum Download. Bitte beachtet, dass für die Diözese Aachen extra Muster vorhanden sind um auf den koedukativen Aspekt der pfadfinderischen Arbeit dort hinzuweisen.

Wir würden uns freuen, wenn ihr uns eure eigenen Fotos und Artikel sowie die Berichte über euch in Zeitungen, Radio oder Fernsehen zukommen lasst.

Falls ihr Fragen habt oder Hilfe braucht, wendet euch an den AK beWEGt (bewegt@pfadfinderinnen.de), Sigrid Hofmann (Bundesvorsitzende; sigrid.hofmann@pfadfinderinnen.de), Christina Heuschen (Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit; christina.heuschen@pfadfinderinnen.de) oder Martina Amboom (Stiftung Pfadfinderinnen; martina.amboom@arcor.de).

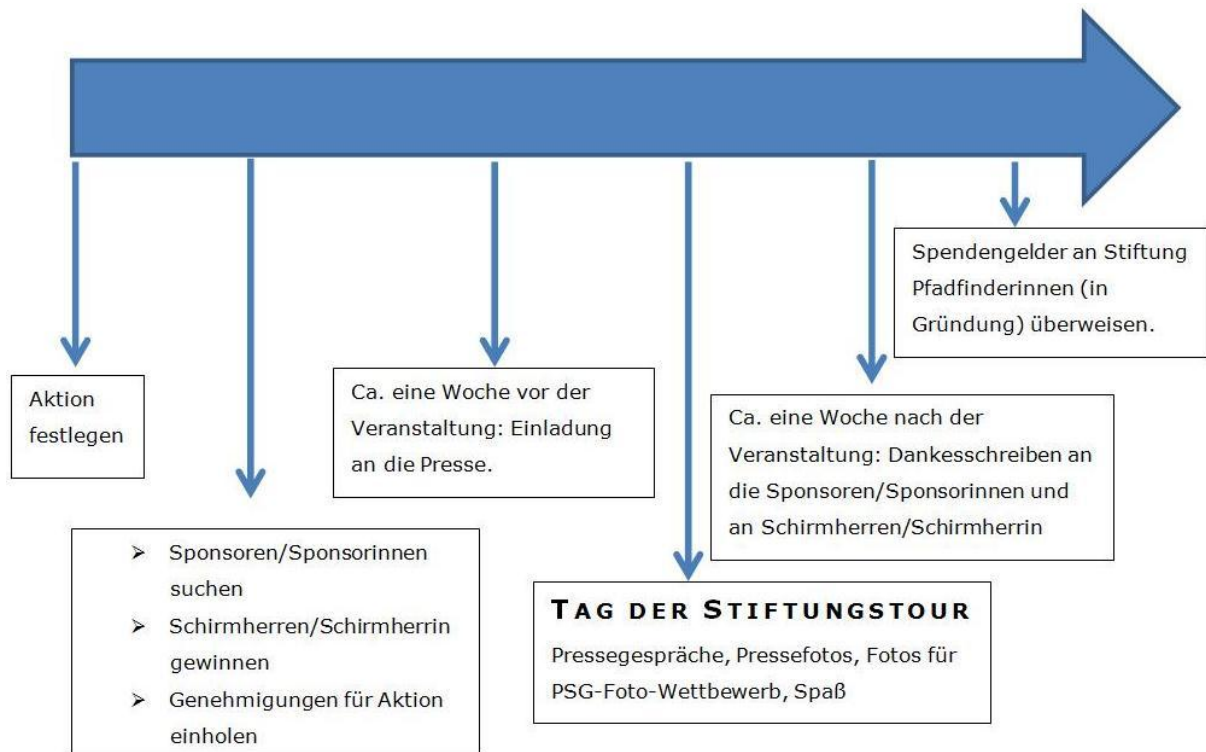
Wir wünschen euch viel Spaß bei der Umsetzung!

Gut Pfad,

für den AK-beWEGt und die Bundesleitung
Christina Heuschen

ZEITSTRAHL

ZUSAMMENFASSUNG



WAS IHR AM ANFANG BEACHTEN MÜSST

ALLGEMEINE INFORMATIONEN

Die Bundesversammlung 2010 hat beschlossen bundesweit eine einheitliche aber dezentrale Stiftungstour durchzuführen. Unter dem Motto „PSG beWEGt - Pfadfinderinnen auf Stiftungstour“ wollen wir gemeinsam sowohl auf die PSG und das neue Schwerpunktthema beWEGt aufmerksam machen als auch Geld für die Stiftung Pfadfinderinnen sammeln. Im Aktionszeitraum April 2011 wird dies auf Stammes- oder Diözesanebene stattfinden.

Die Initiatorinnen der Stiftung haben sich zum Ziel gesetzt, Mädchen und jungen Frauen dauerhaft pfadfinderisches Leben und Lernen zu ermöglichen, da Staat und Kirche sich immer weiter aus der Förderung der Jugendarbeit zurückziehen. Derzeit befindet sich die Stiftung Pfadfinderinnen noch in Gründung. In Zukunft soll sie in allen Bereichen die pfadfinderische Arbeit der PSG fördern. Für euch bedeutet dies die Förderung innovativer und traditioneller Projekte an der Basis, auf Diözesan- und Bundesebene, der interkulturellen und interreligiösen Arbeit, von Aktionen zur Qualifizierung von Führungskräften und von Maßnahmen, die die Entwicklung von Mädchen und jungen Frauen unterstützen. Um dies jedoch ermöglichen zu können, braucht die Stiftung 50.000 € Startkapital um überhaupt gegründet werden zu können. Jede/r kann ab 500,00 Euro Stiftungsgründer/in werden, wobei auch kleinere Spenden möglich sind. Alle Spenden sind gebunden und können nicht anderweitig genutzt werden. Die Stiftungsfrauen werden zusätzlich noch einmal mit den Stämmen und Diözesen Kontakt aufnehmen, die eine Aktion starten.

Bitte überweist das von euch gesammelte Geld bis zu den Sommerferien 2011 auf das Konto der Stiftung (Eine Spendenquittung wird ab 15.09.2011 zugesandt.):

PWSG e.V. Stiftung Pfadfinderinnen, Bank für Sozialwirtschaft, Kto.-Nr. 10 500 09, BLZ 370 205 00

Das Schwerpunktthema beWEGt, in dessen Rahmen die Stiftungstour durchgeführt werden soll, beinhaltet drei wesentliche Punkte: Bewegung, Ernährung sowie Geist & Seele. Kinder und Jugendliche leiden immer häufiger unter Bewegungsmangel, ihnen fehlen teilweise grundlegende motorische Fähigkeiten, sie ernähren sich falsch und stehen oft unter zu hohem emotionalen Druck oder nehmen ihre eigenen Gefühle nicht richtig wahr.

Dies ist ein großes Problem der heutigen Gesellschaft. Die PSG wird dieses Thema in den nächsten zwei Jahren verfolgen und seine Brisanz öffentlich machen.

Ziel ist es daher bei Kindern und Jugendlichen ein Körperbewusstsein zu schaffen, indem die Wichtigkeit der Bewegung, das Zusammenspiel von Körper und Geist, die Wahrnehmung eigener Bedürfnisse, das Bewusstsein für gesundes Essen und der Spaß an Bewegung vermittelt werden.

„PSG beWEGt - Pfadfinderinnen auf Stiftungstour“ kann einen Beitrag dazu leisten auf das Thema aufmerksam zu machen und natürlich den Aspekt Bewegung zu fördern.

WERBUNG ODER WIE IHR AUFMERKSAMKEIT AUF EUCH ZIEHT

Es gibt viele verschiedene Möglichkeiten Werbung zu machen und so Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen. Wichtig ist zunächst der Zeitpunkt: Nur wenn ihr den Richtigen wählt, habt ihr gute Chancen, dass eure Aktion auffällt. Dazu kommt, dass ihr das richtige Material gezielt einsetzt. Es bringt nichts alles und jeden mit Informationen zu überschütten. Schließlich gehört auch der richtige Ort dazu. Was bringt euch die perfekt geplante Stiftungstour, wenn sie mitten im Wald stattfindet, wo euch keiner findet? Zusätzlich könnt ihr euch auch eine/n Schirmherr/in suchen, die euch als prominente Person in der Öffentlichkeit unterstützt. Dies können beispielsweise der/die Bürgermeister/in, Pfarrer, (Pfarr-) Gemeinderat, bekannte Geschäftsleute oder Rektoren (bei Schulstämmen) sein.

ZEITPUNKT

Auf der Bundesversammlung 2010 wurde der gesamte April 2011 als Aktionszeitraum für die Stiftungstour ausgewählt. In diesem Zeitraum könnt ihr euch ein Datum aussuchen, das euch am besten passt. Vielleicht könnt ihr dafür ein möglichst markantes Datum wählen, damit die Stiftungstour möglichst gut zur Geltung kommt. Hier ein paar Beispiele:

- Jubiläum (Stamm/Gemeinde/Diözese)
- 7. April: Weltgesundheitstag (tolle Verbindung zum Schwerpunktthema beWEGt)
- 23. April: Georgstag
- Kennt ihr noch andere Daten?

MATERIAL

Natürlich braucht ihr auch geeignetes Material um Werbung für die PSG, die Stiftungstour und für euch zu machen. Damit die Werbung PSG-bundesweit einheitlich und professionell gestaltet ist, gibt es von der Bundesebene Postkarten und Plakate. Diese stehen zum einen im Infopool auf der Homepage zum Download bereit. Zum anderen könnt ihr dieses Material im Bundesamt bestellen.

Tragt nur noch Datum, Ort, Uhrzeit und euren PSG-Stamm oder eure PSG-Diözese als Veranstalter ein.

Außerdem solltet ihr die Stiftungstour der Presse ankündigen! Näheres dazu findet ihr im Abschnitt EINLADEN DER PRESSE.

AN WEN WENDET IHR EUCH?

Presseverteiler

Falls ihr bis jetzt noch keine Öffentlichkeitsarbeit gemacht habt, könnt ihr die Stiftungstour nutzen, um euren Presseverteiler aufzubauen. Hier hinein gehören:

- Kirchenzeitung/Pfarrbrief/Gemeindeblätter
- lokale Anzeigen- oder Mitteilungsblätter mit redaktionellem Anteil
- Lokalredaktionen von Tageszeitungen
- lokale Hörfunksender
- lokale Fernsehsender
- offener Kanal/Bürgerfunk (ein Hörfunk- oder Fernsehsender, der von Bürgern gestaltet wird)
- Nachrichtenagenturen
- Mitgliederzeitung der PSG: Olave
- Zeitungen der Dachverbände: BDKJ/Kreis- und Bezirksjugendringe
- Newsletter der Jugendstellen
- Presse- und Öffentlichkeitsreferate in eurer Gemeinde/Stadt/Region (Homepage/Newsletter/etc.)

Andere Möglichkeiten

Aber nicht nur die Presse kann dazu genutzt werden Informationen zu verbreiten und Öffentlichkeitsarbeit zu machen. Nutzt auch andere Möglichkeiten:

- Plakate und Postkarten
- Ankündigung im Gottesdienst
- Elternabend (der ist auch für eure Organisation sinnvoll)
- Kuchenverkauf mit Informationen zur Stiftungstour
- Denkt euch was aus!

ORT

Der Ort, an dem eure Stiftungstour stattfindet, sollte nicht beliebig gewählt werden. Um Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen, sollte die Stiftungstour an einem öffentlichen und zentralen Platz stattfinden. So könnt ihr auch Laufkundschaft ansprechen. Gibt es im Zeitraum eine passende Veranstaltung (Pfarrfest, Gemeindefest, verkaufsoffener Sonntag, Marktsonntag...) oder eine regelmäßig stattfindende Menschenansammlung (Wochenmarkt, Flohmarkt) in die ihr eure Aktion einbinden könnt? Dann ergreift die Chance um noch mehr potentiell interessierte Menschen anzusprechen.

DENKT DARAN, EURE VERANSTALTUNG RECHTZEITIG BEIM ORDNUNGSAMT UND GEGEBENENFALLS BEI DER POLIZEI ANZUMELDEN, WENN SIE IN GROßEM RAHMEN STATTFINDET.

EINLADEN DER PRESSE

WINK MIT DEM ZAUNPFAHL

Damit ihr ganz sicher Aufmerksamkeit auf euch zieht, solltet ihr den Medien einen Hinweis auf euer Event, die Stiftungstour, geben. Die Presseeinladung muss ungefähr eine Woche vorher rausgehen. Präsentiert hier bereits das Motto „PSG beWEGt - Pfadfinderinnen auf Stiftungstour“ und nehmt den Start der Stiftungstour als Extrapunkt mit Uhrzeit auf. Gerade Fotojournalisten kommen nur sehr kurz und wollen auf Knopfdruck - also möglichst auf den Punkt genau - ihre Motive haben. Für sie ist es wichtig zu wissen, ob die interessanten Fotos (z. B. zum Auftakt oder zum Ende des Events) zu schießen sind. Übrigens solltet ihr die Motive für Journalisten gegebenenfalls nachstellen, wenn sie die besten Momente verpasst haben. Außerdem sollte in der Presseeinladung bereits eure Ansprechpartnerin (die auch während der Aktion zur Stiftungstour Ansprechpartnerin ist) für die Presse genannt werden.

Muster-Presseeinladung

Presseeinladung

1. ÜBERSCHRIFT: Sie muss wie in einer Pressemitteilung sehr prägnant und daher auch anders formatiert sein.

GELD FÜR DEN GUTEN ZWECK

PSG BEWEGT - PFADFINDERINNEN AUF STIFTUNGSTOUR

2. ÜBERSCHRIFT: Sie erläutert die erste Überschrift und gibt nähere Informationen.

Geld sammeln – Zukunft stiften: Pfadfinderinnen der Diözese xx/des Stammes xx veranstalteten im Rahmen des Schwerpunktthemas PSG beWEGt am xx. April 2011 eine Stiftungstour. Die Mädchen und jungen Frauen der Pfadfinderinnenschaft St. Georg sammeln damit Geld für die Stiftung Pfadfinderinnen, die sich derzeit in Gründung befindet.

EINSTIEG: Er beinhaltet alle W-Fragen und ist nicht länger als 10 Zeilen.

Die Stiftung soll in Zukunft die pfadfinderische Arbeit auf allen Ebenen der PSG fördern: innovative und traditionelle Projekte an der Basis, auf Diözesan- und Bundesebene, die interkulturelle und interreligiöse Arbeit, Aktionen zur Qualifizierung von Führungskräften, Maßnahmen, die die Entwicklung von Mädchen und jungen Frauen fördern.

„Wir als Diözese xx/Stamm xx wollen mit gutem Beispiel vorangehen und unseren Teil zur Stiftung Pfadfinderinnen beitragen“, kündigte Diözesan-/Stammesvorsitzende (Name) an. Bundesweit führen Pfadfinderinnen im Aktionszeitraum April 2011 eine Stiftungstour durch.

Die Pfadfinderinnenschaft St. Georg ist ein Verband katholischer Pfadfinderinnen, der deutschlandweit einzigartig für und mit Mädchen und jungen Frauen arbeitet. Dabei stehen die Fähigkeiten jeder Einzelnen und die Förderung einer starken Persönlichkeit im Vordergrund. Gleichzeitig setzt sich die PSG für die Rechte von Mädchen und Frauen ein.

HINTERGRUND: Hier steht, warum die Aktion überhaupt gemacht wird. Den Teil könnt ihr einfach aus den Textbausteinen übernehmen. Zitiert dabei bereits jemanden.

Der Startschuss zur Stiftungstour fällt am:

- am (Wochentag), dem xx. April 2011.
- um xx.xxh Foto-Shooting
- Adresse

WICHTIGE FAKTEN: Ihr solltet noch einmal alle wichtigen Fakten zusammenfassen und auf einen Blick darstellen.

Wir freuen uns auf Ihr Kommen.

HÖFLICHE AUFFORDERUNG: Zeigt den Journalisten, dass sie bei eurer Veranstaltung willkommen sind.

Für Rückfragen ist die Stammes-/Diözesanvorsitzende/Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (Name) unter der Telefonnummer xxx oder per Mail unter xxx zu erreichen.

KONTAKTDATEN: Gebt immer eine Ansprechpartnerin im Kontaktdaten (Telefonnummer und E-Mail Adresse) für eventuelle Rückfragen an.

DER TAG X

Wenn der große Tag gekommen ist, braucht ihr nicht aufgeregt zu sein. Journalisten fressen einen nicht auf. Achtet auf ein paar Dinge und schon kann nichts mehr schief gehen.

Wählt für den Tag X EINE Ansprechpartnerin, die die gesamte Zeit der Presse zur Verfügung steht. Dies sollte, wenn möglich, eine Stammes- oder Diözesanvorsitzende oder eure Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sein. Die Ansprechpartnerin sollte diejenige sein, die als Kontaktperson in eurer Pressemitteilung steht.

PRESSEGESPRÄCH

Wahrscheinlich werdet ihr keine eigene Pressekonferenz am Tag eurer Stiftungstour machen - aber Journalisten werden trotzdem auf euch zu kommen und euch interviewen. Führt dabei gleichzeitig eine Art Anwesenheitsliste: Lasst euch Namen, Redaktion, Telefonnummer und E-Mail Adresse der Journalisten geben. Mit dieser Methode könnt ihr gleich euren Presseverteiler aktualisieren und erweitern.

Natürlich fragt ihr euch: Was muss ich den Journalisten nun erzählen? Soll ich ihnen Material zusammenstellen? Was muss ich alles beachten?

Material zur Ansicht

Es ist besonders wichtig, Journalisten und anderen Interessierten (Sponsoren/Sponsorinnen oder potentielle neue Mitglieder/Eltern) Informationsmaterial zu bieten. Ein wichtiges Hilfsmittel sind daher Banner, Flyer, Plakate und Stellwände. Auf ihnen können Infos zur PSG, zu unserem Schwerpunktthema beWEGt und zur Stiftung Pfadfinderinnen stehen. Wenn ihr Stellwände nutzen wollt, fragt einmal in euren Diözesanbüros nach. Manche haben fertige Stellwände, die schon alle Informationen enthalten. Flyer über die PSG im Allgemeinen und über die Stiftung Pfadfinderinnen könnt ihr im PSG-Bundesamt zum Selbstkostenpreis bestellen (Bestellformular auf der Homepage www.pfadfinderinnen.de). Journalisten solltet ihr jedoch zusätzlich noch eine Art Pressemappe zusammenstellen. Gebt ihnen einfach eure Pressemitteilung und zusätzlich einen Flyer über die PSG und die Stiftung Pfadfinderinnen mit.

Spickzettel

Journalisten werden euch ein paar grundlegende Fragen zur PSG stellen. Darauf wollen sie meist kurze und zitierfähige Antworten haben. Wir haben die häufigsten/wahrscheinlichsten Fragen zusammengestellt und beantwortet. Dieser Spickzettel soll es euch erleichtern, auf die Fragen der Journalisten zu antworten. Achtet auf die genauen Fragen und antwortet zielgerichtet.

1. Wer oder was ist die PSG?

- Pfadfinderinnenschaft St. Georg
- Verband katholischer Pfadfinderinnen
- arbeitet deutschlandweit einzigartig für und mit Mädchen und jungen Frauen
- Fähigkeiten jeder Einzelnen, die Förderung einer starken Persönlichkeit und ein selbstbestimmtes Leben stehen im Vordergrund
- Stärkung der Rechte von Mädchen und Frauen

2. Was macht die PSG?

- arbeitet in den vier Altersstufen Wichtel, Pfadis, Caravelles, Ranger
- Die Projektmethode steht im Mittelpunkt der Gruppenarbeit: Mädchen jeder Gruppe und Altersstufe wählen, entscheiden und planen selbst, womit sie sich in der nächsten Zeit beschäftigen wollen. Je nach Altersstufe übernehmen die Leiterinnen mehr oder weniger Arbeit.
- sechs Elemente als Grundlage unserer pfadfinderischen Arbeit; darunter gehören u. a. Lernen durch Erfahrung, Verantwortung übernehmen für den eigenen Fortschritt, aktive Auseinandersetzung mit der Umwelt
- Inhalt der Gruppenstunden kann alles sein: Theater, Sport, Umwelt, Werken, Pfadfinderisches usw.
- Zu den Gruppenstunden gibt es außerdem gemeinsame Wochenenden, Zeltlager, Fahrten, etc..

3. Was hat es mit der Stiftung auf sich?

- vollständiger Name: Stiftung Pfadfinderinnen
- befindet sich derzeit in Gründung
- Ziel: die pfadfinderische Arbeit auf allen Ebenen fördern: innovative und traditionelle Projekte an der Basis, auf Diözesan- und Bundesebene, die interkulturelle und interreligiöse Arbeit, Aktionen zur Qualifizierung von Führungskräften, Maßnahmen, die die Entwicklung von Mädchen und jungen Frauen fördern, Unterstützung finanziell schwächer gestellter Mädchen und Frauen
- Startkapital von 50.000 Euro für die Gründung nötig
- ab 500 Euro wird man Gründungstifter/in

4. Was ist beWEGt?

- bundesweites Schwerpunktthema der PSG von 2010 - 2012
- besteht aus drei wesentlichen Teilen: Bewegung, Ernährung sowie Geist & Seele
- Grund: Kinder und Jugendliche leiden immer häufiger unter Bewegungsmangel, ihnen fehlen teilweise grundlegende motorische Fähigkeiten, sie ernähren sich falsch und stehen oft unter zu hohem emotionalen Druck oder nehmen ihre eigenen Gefühle nicht richtig wahr
- Motivation der PSG: in den nächsten zwei Jahren dieses Thema verfolgen und Brisanz verdeutlichen
- Ziel: bei Kindern und Jugendlichen ein Körperbewusstsein schaffen, d. h. die Wichtigkeit der Bewegung, das Zusammenspiel von Körper und Geist, die Wahrnehmung eigener Bedürfnisse, das Bewusstsein für gesundes Essen und den Spaß an Bewegung vermitteln

WAS MACHEN, WENN KEINE JOURNALISTEN KOMMEN?

Natürlich kann es sein, dass keine Journalisten zu eurer Veranstaltung kommen, weil sie andere Termine haben. Dann ist es sinnvoll, möglichst früh eine Pressemitteilung raus zuschicken: Optimal ist bis 11 Uhr. Alles, was bis Mittag ankommt, kann eingeplant werden und hat gute Chancen in der Redaktionskonferenz berücksichtigt zu werden. Deadline ist meistens 15 Uhr.

Redaktionen freuen sich immer, wenn man ihnen etwas schickt. Im Notfall nutzen sie das Material als Lückenfüller oder drucken es eventuell einen Tag später. Daher schickt auf jeden Fall eine Pressemitteilung mit Fotos (hohe Auflösung; mind. 300 dpi) an die Redaktionen per Mail oder Fax. Bittet gleichzeitig um ein Ansichtsexemplar. Ihr solltet dabei darauf achten, den richtigen Ansprechpartner (Chef vom Dienst = CvD, Redakteur vom Dienst = RvD) zu kontaktieren, da eure Pressemitteilung sonst in den Papierkorb wandert.

PRESSEMITTEILUNG

WIE SCHREIBE ICH EINE PRESSEMITTEILUNG (PM)?

Eine Pressemitteilung ist die „Visitenkarte“ des Hauses, in unserem Fall also die Visitenkarte der PSG. Daher sollte sie:

- formal sauber, ordentlich und ansprechend aussehen (richtiges Datum/linksbündig, rechtsbündig oder Blocksatz)
- interessant sein (Überschrift, Einstieg!)
- sprachlich (Korrektur lesen!) und
- sachlich korrekt

GRUNDSÄTZLICHES ZUR SPRACHE

Wer gelesen werden will, macht sich verständlich. Das heißt, Pressemitteilungen sollten sich sofort von selbst erklären. Daher verwendet keine Fremdwörter und keine Abkürzungen (Prozent, Euro, gegebenenfalls, beispielsweise etc.). Wenn ihr Abkürzungen verwenden wollt, dann erklärt sie bitte vorher. Es hilft, sich selbst oder einem anderen den Inhalt der Pressemitteilung mündlich zu erzählen, so kommt man in Erzählfluss und merkt schnell, welche Punkte noch nicht verständlich sind. Wichtig ist es auch, sich klar zu machen, worum geht es eigentlich: Was wollen wir mitteilen?

Wichtig ist des Weiteren ein schöner sprachlicher Rhythmus. Also nicht nur die typische Satzstellung (Subjekt, Prädikat, Objekt), sondern ein lebhafter Stil mit Abwechslung zwischen langen und kurzen Sätzen. Weder Bandwurmsätze sind schön, noch Telegrammstil.

Ihr solltet Substantivierungen vermeiden (statt „ die Ausbildung durch uns“ besser „wir bilden aus“). Meist ist das einfach umzuschreiben.

Passive Wendungen mit „werden/wurden“ könnt ihr in aktive Sätze umwandeln. (Statt „ Mädchen wurden eingeladen...“ besser „Die PSG lud Mädchen ein.“) Die Zahlen eins bis einschließlich zwölf werden ausgeschrieben. Wenn man beim Lautlesen stolpert, tun dies auch die Leserinnen und Leser. Diese Stelle muss überarbeitet werden. Automatische Silbentrennung ist in der Regel nicht sehr lesefreundlich. Deshalb ist es besser, nachdem die Pressemitteilung (PM) d. h.fertig gestellt ist, manuell zu trennen oder ganz auf Trennungen zu verzichten.

BESTANDTEILE UND AUFBAU

Eine Pressemitteilung hat einige wesentliche Bestandteile: Überschrift, evtl. Unterüberschrift, Ort, Datum, Einstieg mit den wesentlichen Informationen, restlicher erläuternder Text, Kontaktdaten.

Diese müssen unbedingt in jeder PM auftauchen. Orientiert euch beim Aufbau dieser einfach an der Muster-Pressemitteilung. Dabei sollte die Länge der PM keine DIN A4 Seite überschreiten.

Überschrift

Die Überschrift ist das, was als Erstes ins Auge fällt. Die Überschrift muss sofort erklären, worum es geht und sollte dazu anregen, weiter zu lesen, also möglichst interessant sein. An ihr entscheidet sich, ob die PM weiter gelesen oder entsorgt wird. Daher sollte man an ihr feilen.

Oft ist es leichter, sich zunächst eine Arbeitsüberschrift auszudenken, damit man eine Art roten Faden für den Pressemitteilungstext hat. Die endgültige Überschrift sollte möglichst knapp und kurz sein, d. h. möglichst nicht länger als drei Zeilen. Bitte verwendet keine Silbentrennung!

Einstieg

Der Einstieg (1. Absatz) sollte alles Notwendige enthalten. Er beantwortet alle W-Fragen: Wer sagt was, wo aus welchem Anlass, warum? Im Idealfall startet die Pressemitteilung mit einem aussagekräftigen Zitat. Um dies möglichst prägnant hinzubekommen, ist es hilfreich den 1. Absatz auf 10 Zeilen zu begrenzen. So werden automatisch überflüssige Füllwörter und umständliche Formulierungen gestrichen.

Text

Auch der restliche Presstext sollte in Portionen geliefert werden. Gedanklich sollte jeder Absatz unter einer Überschrift stehen. Ihr schreibt nicht für Insider, daher müssen alle relevanten Informationen in der Pressemitteilung stehen. Orte für Downloads, Bestelladressen, Telefonnummern etc. sollten am Ende aufgeführt werden.

Ideal ist das Vorbild amerikanischer Journalisten: Das Wichtigste kommt zu Beginn, je weiter der Text fortschreitet, umso eher kann die PM gekürzt werden, d. h. Erklärungen und Details nach Wichtigkeit sortiert benennen.

Kontakt Daten

Besonders wichtig ist es, Journalisten Kontaktpersonen und -daten zur Verfügung zu stellen, damit diese sich bei Bedarf an sie wenden können. Hier solltet ihr bestenfalls eine mobil erreichbare Stammes- oder Diözesanvorsitzende oder Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit benennen, da dies am seriösesten wirkt. Ist dies nicht möglich, wählt jemanden der sich dafür verantwortlich fühlt und in der Stammes- oder Diözesanleitung tätig ist. Außerdem könnt ihr eine Kontaktperson der Bundesebene angeben, die dann allgemeine Informationen über die PSG, das Schwerpunktthema und die Stiftung weitergeben kann. Ansprechpartnerinnen sind Christina Heuschen (Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit), Sigrid Hofmann (Bundesvorsitzende) und Martina Amboom (Stiftung Pfadfinderinnen).

WICHTIGES ZUM SCHLUSS

- Zeiten: Pressemitteilungen werden zum Termin veröffentlicht. Das heißt, sie werden üblicherweise nachher gelesen, also schreibt man Pressemitteilungen in der Vergangenheit.

- Namen: Nennt ihr eine Person in der Pressemitteilung, wird beim ersten Nennen der Vor- und Zuname und die Funktion genannt. Das gleiche gilt für Organisationen und Gesetze. Die PSG wird bei der ersten Nennung auf jeden Fall ausgeschrieben!!!
- Layout: Damit eure Pressemitteilung auch seriös wirkt, verschickt bitte einheitliche PMs. Die Länge der PM sollte eine DIN A 4 Seite nicht überschreiten und 1 1/2-zeilig in klarer Schrift geschrieben sein. Dabei sollte die Schriftgröße zwischen 9 und 12 pt liegen. Falls ihr in eurer Diözese keine einheitlichen Layouts habt, dann verwendet das im Infopool zum Download erhältliche Design.

MUSTER-PRESSEMITTEILUNG

So könnte eine Pressemitteilung über eine Muster-Aktion im Zeitraum der Stiftungstour aussehen. Natürlich könnt ihr gerne den Textkorpus verwenden und eure eigenen Daten eintragen.

1. ÜBERSCHRIFT: Sie muss wie in einer Pressemitteilung sehr prägnant und daher auch anders formatiert sein.

GELD FÜR DEN GUTEN ZWECK

PSG BEWEGT - PFADFINDERINNEN AUF STIFTUNGSTOUR

ORT- UND ZEITANGABEN sind notwendig, damit die Pressevertreter/innen auch wissen, wann und wo etwas passiert (ist).

2. ÜBERSCHRIFT: Sie erläutert die erste Überschrift und gibt nähere Informationen.

Ort, Datum. Pfadfinderinnen der Diözese xx/des Stammes xx erliefen heute in (Ort) (Aktion) Spendengelder. Die Mädchen und jungen Frauen der Pfadfinderinnenschaft St. Georg sammelten damit Geld für die Stiftung Pfadfinderinnen, die sich derzeit in Gründung befindet. „Da haben wir gleich zwei Fliegen mit einer Klappe geschlagen: Wir haben Geld gesammelt und gleichzeitig unser Schwerpunktthema PSG beWEGt umgesetzt“, lacht (Name), (Funktion).

EINSTIEG: Er beinhaltet alle W-Fragen und ist nicht länger als 10 Zeilen. Bitte nutzt ein prägnantes Zitat. Fragt einfach Teilnehmerinnen der Aktion.

Im Rahmen des Schwerpunktthemas PSG beWEGt veranstalten Pfadfinderinnen im April 2011 bundesweit dezentral Stiftungstouren, um Spenden für ihre Stiftung Pfadfinderinnen zu sammeln.

Die Stiftung soll in Zukunft die pfadfinderische Arbeit auf allen Ebenen der PSG fördern: innovative und traditionelle Projekte an der Basis, auf Diözesan- und Bundesebene, die interkulturelle und interreligiöse Arbeit, Aktionen zur Qualifizierung von Führungskräften, Maßnahmen, die die Entwicklung von Mädchen und jungen Frauen fördern. Dazu gehört eben auch das Schwerpunktthema PSG beWEGt, das 2010 bis 2012 die Gesundheitsbildung von Kindern und Jugendlichen gesellschaftlich und politisch verbessern möchte.

„Mit der heutigen Stiftungstour haben wir als Diözese xx/Stamm xx ein positives Beispiel gesetzt. Aktiv haben wir zum Wohlbefinden beigetragen und Gelder für die Stiftung Pfadfinderinnen gesammelt“, betonte Diözesan-/Stammesvorsitzende (Name).

Die Pfadfinderinnenschaft St. Georg ist ein Verband katholischer Pfadfinderinnen, der deutschlandweit einzigartig für und mit Mädchen und jungen Frauen arbeitet. Dabei stehen die Fähigkeiten jeder Einzelnen und die Förderung einer starken Persönlichkeit im Vordergrund. Gleichzeitig setzt sich die PSG für die Rechte von Mädchen und Frauen ein.

HINTERGRUND: Hier steht, warum die Aktion überhaupt gemacht wird. Den Teil könnt ihr einfach aus den Textbausteinen übernehmen. Zitiert dabei bereits jemanden.

Weitere Informationen finden Sie unter:

<http://www.pfadfinderinnen.de>

<http://www.stiftung.pfadfinderinnen.de>

WEITERE INFOS: Ihr solltet zudem eine Angabe darüber machen, wo Journalisten weitere Informationen finden.

Kontaktdaten

Diözesanebene

(Name)

(Funktion)

Telefonnummer

E-Mail Adresse

KONTAKTDATEN: Gebt immer eine Ansprechpartnerin im Kontaktdaten (Telefonnummer und E-Mail Adresse) für eventuelle Rückfragen an. Gerne könnt ihr auch einen Kontakt zur Bundesebene angeben.

Bundesebene

Christina Heuschen

Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

christina.heuschen@pfadfinderinnen.de

FOTOS

WAS MUSS MAN ALLES BEACHTEN?

- Wenn ihr Fotos verwenden wollt, die eine andere Person gemacht hat, müsst ihr die Lizenz dafür haben. Ansonsten droht eine Klage.
- Auch wenn ihr eigene Fotos schießt, braucht ihr die Erlaubnis der darauf abgelichteten Personen, um diese veröffentlichen zu dürfen. Dies gilt nicht, wenn es sich um Personen der Öffentlichkeit handelt.
- Ihr braucht keine Genehmigung, wenn eine Anzahl von mindestens 10 Personen auf dem Bild und keine Person im Fokus ist.
- Sinnvoll ist es, wenn ihr die Eltern Einverständniserklärungen für die Ablichtung ihrer Kinder unterschreiben lasst.
- Dasselbe gilt für besondere Örtlichkeiten, d. h. dass nur öffentliche Gebäude ohne Erlaubnis abgebildet werden dürfen. Für private Orte braucht ihr eine Genehmigung.

QUALITÄT

- Achtet auf prägnante Motive! Wählt etwas aus, das das Ereignis ausmacht und dennoch zeigt, dass es eine PSG-Veranstaltung ist. Bitte achtet darauf, dass auf euren Stiftungstour-Aktionen daher alle Pfadfinderinnen Tracht tragen.
- Die Bilder müssen scharf, kontrastreich und gut belichtet sein!
- Achtet auf die Qualität der Bilder. Stellt beim Fotografieren eine hohe Auflösung ein, damit die Bilder nach dem Druck auch gut aussehen. Wenn die Fotos gedruckt werden sollen, brauchen sie mindestens 300 dpi (dots per inch). Darauf müsst ihr vor allem achten, wenn ihre eure Fotos an Zeitungen weitergebt.
- Wenn die Fotos für eine Homepage gedacht sind, braucht ihr keine so hohe Pixelzahl. (72 dpi reichen.)

ZUSAMMENARBEIT MIT ZEITUNGEN

- Wenn ihr Fotos an Zeitungen weitergebt, macht dies am besten direkt mit Bildunterschrift und nennt die Namen der evtl. abgebildeten Personen in der Reihenfolge von links nach rechts.

DANKESSCHREIBEN

EINLEITUNG

Nachdem ihr eure Stiftungstour hoffentlich erfolgreich hinter euch gebracht habt, Interviews mit Journalisten geführt und eure Pressemitteilungen verschickt habt, gibt es noch einen Punkt, den ihr erledigen solltet: Bitte bedankt euch im Namen der PSG bei allen, die euch geholfen haben.

Der Dank geht dabei an alle Sponsoren/Sponsorinnen, den Schirmherren/die Schirmherrin, Werbepartner und generell alle Menschen, die euch sowohl materiell als auch finanziell unterstützt haben. Dies ist zum einen natürlich höflich, zum anderen könntet ihr damit aber auch Menschen für andere Maßnahmen wiedergewinnen. Daher solltet ihr dies auch als einen wichtigen Teil für eure Öffentlichkeitsarbeit werten.

MUSTER - SCHREIBEN

xx. April/Mai 2011

DATUM: Sendet bitte das Dankesschreiben rechtzeitig nach eurer Aktion ab.

Muster GmbH

Herr/Frau xx

Straße xx Hausnummer xx

ADRESSAT

xxxxx Musterhausen

Sehr geehrte/r Herr/Frau XX,

Liebe/r Herr/Frau xx,

Liebe/r XX,

ANREDE: Wählt je nach Art des Unterstützers die passende Anrede

wir möchten uns im Namen der Pfadfinderinnenschaft St. Georg sehr herzlich bei Ihnen bedanken. Während unserer Stiftungstour „PSG beWEGt - Pfadfinderinnen auf Stiftungstour“ haben wir (Name der Aktion) gemacht. Mit unserer Aktion konnten wir insgesamt XX,XX Euro einnehmen. Das Geld geht nun an die Stiftung Pfadfinderinnen, deren Gründung durch Ihre/deine Unterstützung in greifbare Nähe rückt.

ALLGEMEINER DANK/INFOS: In diesem Abschnitt könnt ihr euch zum einen im Namen der PSG allgemein bedanken und zum anderen Informationen zur Stiftungstour geben. Dazu zählen vor allem eure Einnahmen und die Art und Weise, wie ihr das Geld eingenommen habt.

Bei Ihnen/Dir möchten wir uns besonders bedanken! Durch Ihre/deine Spende von xx,xx Euro/Unterstützung in der praktischen Umsetzung unserer Stiftungstour/materielle Unterstützung in Form von xx und Ihr/dein persönliches Engagement, haben Sie/hast du einen wertvollen Beitrag geleistet.

SPEZIELLER DANK: Besonders wichtig ist es der angeschriebenen Person im Besonderen zu danken. Setzt einfach die Form der Unterstützung ein und kombiniert gegebenenfalls finanzielle und materielle Hilfe.

Herzliches Gut Pfad,

ABSCHIEDSFORMEL: Wie in einem Brief üblich, solltet ihr euch verabschieden. Macht dies einfach mit dem Pfadigruß.

für den Stamm xx/die Diözese xx

UNTERSCHRIFT: Bitte unterschreibt hier auch persönlich und gebt eure Funktion innerhalb der PSG an.

(Name)

Stammes-/Diözesanvorsitzende/Presse- und Öffentlichkeitsreferentin

Weitere Informationen finden Sie unter:

<http://www.pfadfinderinnen.de/>

<http://www.stiftung.pfadfinderinnen.de/>

WEITERE INFOS: Hier gilt das Gleiche wie in der Pressemitteilung.

Kontaktdaten

Diözesanebene

(Name)

(Funktion)

Telefonnummer

E-Mail Adresse

Bundesebene

Christina Heuschen

Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

christina.heuschen@pfadfinderinnen.de