

# Informationen zur Pressearbeit einer Bürgerinitiative

von: Bürgerinitiative "Lebenswertes Ruhpolding - 5G frei"

---

1. Zuständigkeiten/Arbeitsweise der regionalen Presse klären  
Wer ist der/die zuständige Journalist/in? Ein persönlicher Kontakt und Austausch ist eine gute Basis. Wie arbeitet die Lokalredaktion? Wer ist dort zuständig? Nehmen sie Pressemitteilungen einer Bürgerinitiative an? Was wird gedruckt und was nicht? Zu welchen Terminen/ Veranstaltungen kommen sie? Das kann man alles dort erfragen.
2. Öffentliche Termine  
Unterschriftenlisten, Bürgerantrag o.ä. an den Bürgermeister übergeben, sind gute Anlässe für die Presse. Sicherheitshalber die Presse selbst einladen, mit Infos worum es geht.  
Über Gemeinderatssitzungen berichtet die örtliche Presse in der Regel selbständig.
3. Veranstaltungen  
Bei Veranstaltungen mit Bürgermeister und Gemeinderäten kommt die Presse gerne.  
Bei allgemeinen Info-Veranstaltungen hängt es von der Größe/Teilnehmeranzahl ab. Das gilt auch für Demos. Immer erklären, worum es geht, z.B. Grund für eine Mahnwache. Das Interesse der Presse muss geweckt werden. Der Veranstalter lädt auch die Presse ein.
4. Leserbriefe (LB)  
LB geben immer die eigene Meinung wieder. Deswegen schreibt man sie in der Regel als Privatperson, nicht als Bürgerinitiative. Immer sachlich schreiben. Nur schimpfen hilft nicht. Sarkasmus ist erlaubt. Sachlichkeit und Argumente gepaart mit eigener Meinung und Appellen machen sich immer gut. LB sollten sich auf einen Artikel in der Zeitung beziehen. Diesen auch benennen. Das erleichtert der Redaktion die Zuordnung. Je mehr LB zu einem Thema eingehen, umso größer ist die Chance der Veröffentlichung. Deshalb die Mitstreiter/innen in der Region zu LB aufrufen. Durch viele Bürgerinitiativen in unserer Region halten wir das Thema 5G in der Presse ständig am "köcheln".  
Auf einen Zeitungsartikel sollte kurzfristig reagiert werden. Sonst geht die Aktualität verloren. Manche Redaktionen sammeln die LB zu einem Thema und veröffentlichen sie an einem Tag. Eine kurze Einleitung, worum es geht, ist sinnvoll. Die Länge von Leserbriefen ist oft begrenzt. Das steht in der Zeitung, sonst nachfragen. Bei uns sollen es (je nach Zeitung) maximal 1.750 oder 2.000 Zeichen sein (ohne Leerzeichen). Veröffentlichungen erfolgen immer mit Vorname, Name, Ort, je nach Zeitung auch mit Straße, ohne Hausnummer.
5. Pressemitteilungen (PM)  
PM muss man grundsätzlich so verfassen, so dass sie 1:1 übernommen werden können, d.h. immer sachlich schreiben, kein Sarkasmus, kurze Einleitung, nicht zu langatmig. Manchmal werden PM gekürzt. Manchmal dienen sie als Grundlage für eine Recherche der Journalisten. Nur schreiben was belegbar ist. Ggf. Anlagen/Infos beifügen.  
Wenn die Journalisten einen eigenen Artikel daraus machen, verwenden sie Zitate aus der PM, fragen aber auch bei der "Gegenseite" nach, um beide Meinungen zu verwenden. Eigene Telefonnummer und Mail-Adresse für Rückfragen immer angeben.  
PM an überregionale Medien sollten überregionale Themen haben. Regionale Online-Medien übernehmen oft die komplette PM.
6. Grundsätzlich gilt:
  - a. Wie weckt man das Interesse der Presse?
  - b. Wie weckt man das Interesse der Leser?
  - c. Eine offensichtliche Beeinflussung der Presse kommt immer besonders schlecht an.
  - d. Anonym geht gar nichts.
  - e. Bei LB und PM ist die Überschrift wichtig. Sie soll für Aufsehen sorgen. Man kann sie selbst angeben. Meistens wird sie übernommen. Manchmal ändert die Redaktion sie ab.
  - f. Infos in eigenen/unseren Netzwerken sollten nach örtlichen, regionalen und überregionalen Themen verteilt werden. Erfolgsmeldungen mit Pressenachweis möglichst breit verteilen, auf jeden Fall regional und an das BVMDe.