Leitfaden für die Pressearbeit mit persönlicher Note



© Pixabay.com

Die Energiewende lebt nicht nur von Zahlen, Daten und Fakten – durch Menschen, persönliche Erzählungen und Geschichten mit persönlicher Note wird sie lebendig und für Zeitungen und Radiosender noch interessanter. Der Leitfaden gibt Anregungen wie Sie Ihrer Pressearbeit eine persönliche Note geben können.

Sie können Redakteure oder Journalisten natürlich auch auf direktem Wege ansprechen – wenn bereits ein Kontakt besteht. Denken Sie daran: Lokalzeitungen sind froh darüber, wenn Sie der Redaktion eine interessante und positive Geschichte anbieten.

Wo steckt Ihre persönliche Geschichte bei der Umsetzung der Energiewende?

Denken Sie an Ihr geschäftliches, schulisches oder kommunales Umfeld, an Ihre Kunden, Bekannten und Familie. Suchen Sie nach Geschichten, die Sie mit diesen im Kontext Energiewende erlebt haben:

- Ihr Unternehmen hat sich eine Heizanlage für Holzpellets gekauft und macht damit gute Erfahrungen? Prima Geschichte!

- Ihre Kommune hat sich kürzlich beim Thema Energiesparen neu aufgestellt und spart damit nun viel Geld? Beispielhafte Geschichte!
- Ihr Ehepartner hat Ihnen zum Hochzeitstag ein paar Sonnenkollektoren gekauft und stellt diese nun im Garten auf? Gute Geschichte!
- Ihr Kunde hat einen Zeitungsartikel über die Energiewende gelesen, hat nun Angst vor höheren Energiekosten und schimpft über „untätige Politiker"? Schlechte Geschichte!

Wie sollte die persönliche Geschichte aussehen?

Der oder die Handelnde sollte über positive Erfahrungen mit der Energiewende berichten und mit Ihnen in Verbindung stehen. Natürlich können Sie auch selbst der Hauptakteur der Geschichte sein. So stellen Sie sicher, dass der Name Ihres Unternehmens oder Ihrer Institution beziehungsweise Ihrer Initiative in der Geschichte erwähnt wird.

Am besten sollte der oder die Handelnde über Energiewende-Themen berichten, die auch in Bezug zu Ihrer Veranstaltung oder Aktion anlässlich der Energiewendetage stehen. In der Geschichte sollten zudem persönliche Elemente vorkommen, sie sollte sich von der reinen Berichterstattung über Studien, Zahlen und Fakten deutlich unterscheiden.

Welche Personen eignen sich?

Grundsätzlich alle, die die Geschichte auch im persönlichen Austausch mit Pressevertretern gerne nochmals in eigenen Worten erzählen, grundsätzlich keine Scheu vor Berichterstattung haben und sich zudem fotografieren lassen.

Wie kommt Ihre Geschichte in die Zeitung, ins Radio oder ins Wochenblatt?

Sie wissen am besten, welche Medien bei Ihnen vor Ort relevant sind, gelesen und gehört werden. Wir unterstützen Sie hierbei mit der Zusendung einer Übersicht von lokalen oder regionalen Pressekontakten. Schreiben Sie den betreffenden Medien eine E-Mail oder einen Brief, in welchem Sie erläutern, was Sie „anzubieten" haben. Neben der eigentlichen Geschichte sollte das auch Bildmaterial sein. Die E-Mail oder der Brief sollten zudem auf ein paar wichtige Fragen eingehen:

1. Von welcher persönlichen Geschichte in Zusammenhang mit der Energiewende würden Sie gerne berichten? Erstellen Sie eine kurze Zusammenfassung.
2. Was findet bei Ihnen am 24. und/oder 25. September 2022 statt (das Wichtigste rund um die Energiewendetage im Allgemeinen werden wir Ihnen in einer vorgefertigten Pressemitteilung bereitstellen)?
3. Wer ist die Person Ihrer Geschichte?
4. Wie und wann kann die Person kontaktiert werden?

Originalseite: https://www.energiewendetage.baden-wuerttemberg.de/presseleitfaden