



mission fourteen  
Presseleitfaden

## INHALTSVERZEICHNIS

Vorwort .....	3
Zeitstrahl .....	4
7 Schritte zur erfolgreichen Pressearbeit .....	4
Werbung oder wie ihr Aufmerksamkeit auf euch zieht .....	4
Material .....	4
An Wen wendet ihr euch? .....	5
Andere Möglichkeiten .....	5
Ort .....	5
Einladen der Presse .....	6
Wink mit dem Zaunpfahl .....	6
Muster-Presseeinladung .....	6
Der Tag X ist da .....	7
Pressegespräch .....	7
Material zur Ansicht .....	7
Spickzettel .....	8
1. Wer oder was ist die PSG? .....	8
2. Was macht die PSG? .....	8
3. Was ist „Mission Pfadfinderin!“? .....	9
4. Was ist mission fourteen, die PSG Aktionswoche? .....	9
Was machen wir, wenn kein_e Journalist_in kommt? .....	9
Pressemitteilung .....	9
Wie schreibe ich eine Pressemitteilung (PM)? .....	9
Grundsätzliches zur Sprache .....	10
Bestandteile und Aufbau .....	10
Überschrift .....	10
Einstieg .....	11
Text .....	11
Kontaktdaten .....	11
Wichtiges zum Schluss .....	11
Muster-Pressemitteilung .....	12
Fotos .....	13
Qualität .....	13
Zusammenarbeit mit Zeitungen .....	14
Nach der Aktion .....	14



## VORWORT

Liebe PSGlerinnen,

die Stämme sind das tragende Element der PSG. Mit einer guten und begeisternden Gruppen- und Stammesarbeit wird die Grundlage für Diözesanverbände sowie den gesamten Bundesverband gelegt, denn die Wichtel von heute sind die Leitungsfrauen von morgen. Mit dem Aktionsthema „Mission Pfadfinderin!“ wollen wir bestehende Stämme stärken und neue Stämme aufbauen. Daher hat sich die Bundesversammlung für die Jahre von 2013 bis 2015 „Mission Pfadfinderin!“ als Aktionsthema für die gesamte PSG entschieden.

Die „Idee“ des Pfadfinderintums im Sinne der PSG zu verbreiten ist unser Ziel. Damit wollen wir möglichst vielen Mädchen und jungen Frauen die Chance ermöglichen, die PSG kennenzulernen, ihre Fähigkeiten zu entdecken und sich selbst auszuprobieren sowie die Idee der Pfadfinderinnenbewegung zu leben und weiter zu tragen.

Ein Bestandteil von „Mission Pfadfinderin!“ ist die Aktionswoche „mission fourteen“. Sie findet vom 26.09. bis 05.10.2014 statt. In diesem Zeitraum sind alle PSG-Gruppen bundesweit aufgerufen, verschiedenste Aktionen zu veranstalten, d. h. dezentral, bei euch vor Ort. So könnt ihr zum Beispiel ein Schaulager im Pfarrgarten, einen Tag der Offenen Tür oder eine Spieleaktion in der Fußgängerzone durchführen. Wichtig: Der Spaß darf euch dabei nicht fehlen! Wenn ihr die Aktion dann auch öffentlichkeitswirksam „vermarktet“ ist es perfekt. Wenn ihr nach Ideen sucht, dann schaut doch einmal in den Infopool auf der Website [www.pfadfinderinnen.de](http://www.pfadfinderinnen.de) -> [Infopool](#) -> [Aktionen](#) -> [mission fourteen](#) oder auf die Facebook-Seite [Mission fourteen](#). Der AK Mission Pfadfinderin! hat dort einige Impulse zusammengestellt.

Außerdem habt ihr die Möglichkeit beim Fotowettbewerb mission fourteen mitzumachen und tolle Preise zu gewinnen. Schickt uns eure besten Fotos. Alle Infos dazu gibt es auch auf der [Website](#).

Ebenfalls im Rahmen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit möchten wir euch die Arbeit erleichtern und Ideen an die Hand geben. Daher haben wir Materialien für euch zusammengestellt, diesen Leitfaden. Alle Mustertexte findet ihr ebenfalls im Infopool auf der Homepage als bearbeitbare Dokumente zum Download. Wir würden uns freuen, wenn ihr uns später eure eigenen Fotos, Artikel sowie Berichte über euch in Zeitungen, Radio oder Fernsehen zukommen lasst.

Falls ihr Fragen habt oder Hilfe braucht, wendet euch an Christina Heuschen (Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit; [christina.heuschen@pfadfinderinnen.de](mailto:christina.heuschen@pfadfinderinnen.de)) oder Gabi Atug (Referentin des Bundesvorstandes; [gabi.atug@pfadfinderinnen.de](mailto:gabi.atug@pfadfinderinnen.de)).

Wir wünschen euch allen eine tolle Aktion und ganz viel Spaß bei der Umsetzung!

Ein herzliches Gut Pfad,

Euer AK Mission Pfadfinderin!



## ZEITSTRAHL

### 7 SCHRITTE ZUR ERFOLGREICHEN PRESSEARBEIT



1. Ort/Datum/Aktion festlegen
2. Genehmigungen einholen, z. B. beim Ordnungsamt der Kommune, beim Pfarramt etc.
3. Sponsor\_innensuche starten, z. B. bei eurer Sparkasse, dem Fahrradladen, dem Pfarrbüro, dem Outdoor-Laden usw.
4. ca. zwei Wochen vor der Aktion: Plakate aufhängen und ggf. Postkarten verteilen
5. ca. 1 Woche vor der Aktion: Presseeinladungen rausschicken und zwei Tage später nochmal anrufen und nachhaken
6. Am Aktionstag: Pressegespräch, evtl. Fotos nachstellen, Pressemitteilung verschicken
7. Spätestens eine Woche nach der Aktion: Dankeschreiben an Sponsor\_innen/Förder\_innen etc. rausschicken

### 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: Denn nur wenn ihr den richtigen wählt, habt ihr gute Chancen, dass eure Aktion auffällt. Dazu kommt, dass ihr das richtige Material gezielt einsetzt. Natürlich gehört auch der richtige Ort der Aktion dazu, nämlich zentral und leicht zu finden. Zusätzlich könnt ihr euch auch eine/n Schirmherr/in suchen, die euch als prominente Person in der Öffentlichkeit unterstützt. Dies können beispielsweise der oder die Bürgermeister\_in, Pfarrer, (Pfarr-)Gemeinderat, bekannte Geschäftsleute oder Rektor\_innen (bei Schulstämmen) sein.

### MATERIAL

Natürlich braucht ihr auch geeignetes Material um Werbung für die PSG, für die Aktionswoche und für euch zu machen. Von Bundesebene gibt es u. a. „mission fourteen“-Postkarten, die ihr im Bundesamt bestellen könnt (es fällt nur das Porto an).

Wenn ihr Plakate habt, könnt ihr diese gut in Geschäften, im Pfarrheim, im Schaukasten der Kirche usw. aufhängen. Gestaltet also ein tolles Plakat und vervielfältigt es einfach im Copyshop. Das Plakat sollte beinhalten: Datum, Ort, Uhrzeit, euch als Veranstalterin, Name der Aktion und die Zielgruppe (z. B. Mädchen und Altersgruppe).

Außerdem ist es sinnvoll, dass ihr die mission fourteen-Aktion der Presse ankündigt! Näheres dazu findet ihr im Abschnitt EINLADEN DER PRESSE.



## AN WEN WENDET IHR EUCH?

### Presseverteiler

Ihr könnt die Aktionswoche nutzen um euren E-Mail-Presseverteiler zu erstellen oder zu aktualisieren. Hier hinein gehören:

- Kirchenzeitung/Pfarrbrief/Gemeindeblätter
- lokale Anzeigen- oder Mitteilungsblätter
- Lokalredaktionen von Tageszeitungen
- lokale Hörfunksender
- lokale Fernsehsender
- offener Kanal/Bürgerfunk (ein Hörfunk- oder Fernsehsender, der von Bürgerinnen und Bürgern gestaltet wird)
- Nachrichtenagenturen
- Mitgliederzeitung der PSG: Olave
- Zeitungen der Dachverbände: BDKJ sowie 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, wie z. B.:

- Plakate und Postkarten
- Ankündigung im Gottesdienst
- Elternabend (der ist auch für eure Orga sinnvoll -> Unterstützung durch z. B. Eltern)
- Kuchenverkauf mit Informationen zur mission fourteen Aktionswoche
- und vieles mehr...

## ORT

Der Ort an dem eure Aktion stattfindet, ist wichtig. Um viel Aufmerksamkeit zu erhalten, sollte die Aktion an einem öffentlichen, zentralen und belebten Platz stattfinden. So könnt ihr auch Laufkundschaft und Spaziergänger\_innen ansprechen. Gibt es im Zeitraum eine passende Veranstaltung (Pfarrfest, Gemeindefest, verkaufsoffener Sonntag, Marktsonntag...) oder eine regelmäßig stattfindende Menschenansammlung (Wochenmarkt, Flohmarkt etc.) 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 ihr sie in einem großen Rahmen plant.



## 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 mission fourteen Aktion geben. Die Presseeinladung muss ungefähr eine Woche vorher rausgehen. Präsentiert hier bereits das Motto „mission fourteen“ und nehmt den Start eurer Veranstaltung als Extrapunkt mit Uhrzeit auf. Gerade Fotojournalist\_innen kommen nur sehr kurz und wollen auf Knopfdruck - also möglichst auf den Punkt genau - ihre Motive haben. Für sie ist es wichtig, ob die interessanten Fotos (z. B. zum Auftakt oder zum Ende des Events) zu schießen sind. Übrigens solltet ihr die Motive für Journalist\_innen gegebenenfalls nachstellen, wenn sie diese verpasst haben. Das ist gut für euch, denn so könnt ihr darauf achten, dass alle Tracht (Bluse und Halstuch) tragen und auch wirklich auf das Foto wollen und dürfen. Außerdem sollte in der Presseeinladung bereits eure Ansprechpartnerin (die auch während der Aktion Ansprechpartnerin ist) am besten mit einer Handynummer für die Presse stehen.

### MUSTER-PRESSEEINLADUNG

Presseeinladung

In der Stadt Quidditch spielen?

PSG auf „Mission Pfadfinderin!“

Ein Quidditch-Spielfeld mitten im Stadtpark: Pfadfinderinnen der Diözese xx/des Stammes xx laden im Rahmen des Aktionsthemas „Mission Pfadfinderin!“ am xx.xx.2014, Mädchen und junge Frauen zu einem Quidditchturnier im Stadtpark ein. Neben dem Mitmachen beim Quidditchturnier gibt es noch weitere kleinere Aktionen wie Lagerfeuer, Stockbrot und Slacklines. Pfadfinderinnen zwischen sieben und 25 Jahren erzählen aus ihrem Alltag, was Pfadfinderin sein für sie bedeutet und laden alle ein, es auch auszuprobieren.

Bundesweit machen Mädchen und junge Frauen der Pfadfinderinnenschaft St. Georg (PSG) mit dezentralen Veranstaltungen in der Aktionswoche „mission fourteen“ vom 26.09. bis 05.10.2014 auf die Idee der Pfadfinderinnenbewegung und die Pfadfinderinnenschaft St. Georg aufmerksam.

Viele Mädchen und junge Frauen bekommen so die Möglichkeit, die PSG kennenzulernen, neue Fähigkeiten zu entdecken, Freundschaften zu knüpfen sowie die Idee der Pfadfinderinnenbewegung zu leben und weiter zu tragen. „Mission Pfadfinderin!“ stellt von 2013 bis 2015 die Öffentlichkeitsarbeit dazu besonders in den Mittelpunkt. „Wir als Diözese xx/Stamm xx möchten auch hier in xx (Ortsnamen) Kindern und Jugendlichen die Möglichkeit bieten, Teil einer weltweiten Bewegung zu sein“, betont Diözesan-/Stammesvorsitzende Sandra Wichtel.



**Kommentar [1]:**  
PRESSEEINLADUNG: Als erstes sollte das Wort Presseeinladung auf der Seite stehen.

**Kommentar [2]:**  
1. ÜBERSCHRIFT: Sie muss wie in einer Pressemitteilung sehr prägnant formuliert und daher auch anders formatiert sein.

**Kommentar [3]:**  
2. ÜBERSCHRIFT: Sie erläutert die erste Überschrift und gibt nähere Informationen.

**Kommentar [4]:**  
EINSTIEG: Er beinhaltet alle W-Fragen und ist nicht länger als 10 Zeilen.

**Kommentar [5]:**  
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 Aktion fällt am

- Samstag, den xx. xx 2014 ab xx.xx Uhr
- um xx.xx Uhr ist das Foto-Shooting
- Adresse \_\_\_\_\_

Wir freuen uns auf Ihr Kommen!

Für Rückfragen ist Sandra Wichtel, die Stammes-/Diözesanvorsitzende/Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit unter der Telefonnummer xxx oder per Mail unter xxx zu erreichen.

Die Pfadfinderinnenschaft St. Georg ist ein Mädchenverband, in dem sich bundesweit rund 10.000 Mädchen und junge Frauen organisieren. Die PSG gehört dem Weltpfadfinderinnenverband WAGGGS (World Association of Girl Guides and Girl Scouts) an. „Jeden Tag eine gute Tat“ ist das Bild, das viele sich von Pfadfinderinnen machen. Übersetzt bedeutet das für uns heute, mit geschärftem Bewusstsein durch die Welt zu gehen, den Fähigkeiten jeder Einzelnen Raum zu geben und verantwortlich mit uns und anderen umzugehen. Wir handeln in der Gesellschaft, in der wir leben, und möchten sie verändern und verbessern: Bei uns können Mädchen und Frauen ihre eigenen Fähigkeiten erkennen und weiterentwickeln, ungeachtet der gesellschaftlich bestimmten Rollenfestschreibungen. In unseren Gruppen können Mädchen und Frauen mit und ohne Behinderung miteinander leben und voneinander lernen.

## DER TAG X IST DA

Wenn der Aktionstag da ist, braucht ihr nicht aufgeregt zu sein. Journalist\_innen fressen euch nicht. Achtet auf ein paar Dinge und schon kann nichts mehr schief gehen.

Wählt für euren Aktionstag 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. Außerdem sollte die Ansprechpartnerin auch diejenige sein, die als Kontaktperson in eurer Pressemitteilung steht.

## PRESSEGESPRÄCH

Wahrscheinlich werdet ihr keine eigene Pressekonferenz am Tag eurer Aktion machen, aber Journalist\_innen 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 Journalist\_innen geben. Mit dieser Methode könnt ihr gleich euren Presseverteiler aktualisieren und erweitern. Natürlich fragt ihr euch: Was muss ich der/dem Journalist\_in erzählen? Soll ich Material zusammenstellen? Was muss ich alles beachten?

## MATERIAL ZUR ANSICHT

Es ist besonders wichtig, Journalist\_innen sowie anderen Interessierten (Sponsor\_innen/potentielle neue Mitglieder/Eltern) Informationsmaterial zu bieten. Ein wichtiges Hilfsmittel sind daher Banner, Flyer, Plakate und Stellwände. Auf ihnen könnt ihr Infos zur PSG, zum Aktionsthema „Mission Pfadfinderin!“ und zu eurer Aktion darstellen. Wenn ihr Stellwände



### Kommentar [6]:

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

### Kommentar [7]:

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

### Kommentar [8]:

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

### Kommentar [9]:

ABBINDER: Der Abbinder enthält alle relevanten Informationen zur PSG.



nutzen wollt, fragt in eurem Diözesanbüro nach. Die meisten Büros haben fertige Stellwände, die schon alle Informationen enthalten. Flyer mit allgemeinen Infos über die PSG könnt ihr im Bundesamt zum Selbstkostenpreis bestellen ([www.psg-boutique.de](http://www.psg-boutique.de)). Journalist\_innen solltet ihr zusätzlich noch eine Art Pressemappe zusammenstellen. Gebt ihnen einfach eure Pressemitteilung und zusätzlich einen Flyer über die PSG mit.

## SPICKZETTEL

Journalist\_innen 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 euch Beispielerantworten aufgezeigt. Dieser Spickzettel soll es euch erleichtern, auf die Fragen der Journalist\_innen zu antworten. Achtet einfach auf die genauen Fragen und antwortet zielgerichtet. Fragt lieber einmal nach, wenn ihr eine Frage nicht nachvollziehen könnt.

### 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 und die Förderung einer starken Persönlichkeit stehen im Vordergrund (z. B. learning by doing)
- Stärkung der Rechte von Mädchen und Frauen (z. B. Ungerechtigkeiten im gesellschaftlichen Alltag wahrnehmen)

### 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 ebenfalls ein paar Aufgaben.
- sechs Elemente als Grundlage unserer pfadfinderischen Arbeit; darunter fallen u. a. Lernen durch Erfahrung (learning by doing), Verantwortung übernehmen für den eigenen Fortschritt, aktive Auseinandersetzung mit der Umwelt etc. (schaut auch in den Kartenfächer für Leiterinnen von Mission Pfadfinderin! oder gebt das PSG-Quartett mit)
- Inhalt der Gruppenstunden kann alles sein: Basteln, Theater, Sport, Umwelt, Werken usw. (hier habt ihr selbst genug praktische Erfahrungen für Beispiele ☺)
- Zu den Gruppenstunden gibt es außerdem gemeinsame Wochenenden, Zeltlager, etc.





### 3. Was ist „Mission Pfadfinderin!“?

- bundesweites Aktionsthema der PSG von 2013 bis 2015
- Möglichst viele Mädchen und junge Frauen sollen die Chance bekommen, die Pfadfinderinnenbewegung in der PSG kennenzulernen und Teil davon zu werden
- Bewusstes Leben der Grundlagen der PSG
- bestehende Stämme stärken und neue Stämme aufbauen

### 4. Was ist mission fourteen, die PSG Aktionswoche?

- Bundesweite und dezentral ausgerichtete Aktionstage, um die PSG und deren Inhalte bekannter zu machen
- Pfadfinderinnenbewegung erlebbar machen
- Öffentlichkeitsarbeit, um die tollen Aktivitäten der PSG nach außen zu tragen

## WAS MACHEN WIR, WENN KEIN\_E JOURNALIST\_IN KOMMT?

Natürlich kann es sein, dass keine Journalist\_innen zu eurer Veranstaltung kommen, weil sie andere Termine haben. Das ist aber nicht weiter schlimm. Hier ist es sinnvoll, möglichst früh eine Pressemitteilung am Aktionstag raus zu schicken: Optimal ist bis 11 Uhr. Da alles, was bis Mittag ankommt, eingeplant werden kann und daher gute Chancen hat 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 könnt ihr gerne eure Pressemitteilung mit Fotos (im extra Anhang) an die Redaktionen mailen. Bittet gleichzeitig um ein Ansichtsexemplar der Erscheinungsausgabe. Ihr solltet dabei darauf achten, die richtige Kontaktperson (Chef vom Dienst = CvD, Redakteur vom Dienst = RvD) rausgesucht zu haben, da eure Pressemitteilung sonst möglicherweise nicht beachtet wird.

## 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 ansprechendes Aussehen (richtiges Datum/linksbündig, rechtsbündig oder Blocksatz)
- Interesse wecken (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. Vermeidet daher Fremdwörter und Abkürzungen. Wenn ihr Abkürzungen verwenden wollt, dann erklärt sie bitte vorher (z. B. PSG etc.). Es hilft, sich selbst oder einer anderen Person den Inhalt der Pressemitteilung mündlich zu erzählen, so kommt ihr in Erzählfluss und merkt schnell, welche Punkte noch nicht verständlich sind. Wichtig ist auch, sich klar zu machen, worum geht es eigentlich: Was ist uns wirklich wichtig und was wollen wir mitteilen?

Wichtig ist auch ein schöner sprachlicher Rhythmus. Also nicht nur die typische Satzstellung (Subjekt, Prädikat, Objekt), sondern ein lebhafter Stil mit Abwechslung zwischen langen und kurzen Sätzen. Vermeidet Bandwurmsätze als auch den Telegrammstil.

Ihr solltet Substantivierungen vermeiden (statt „ die Ausbildung durch uns“ besser „wir bilden aus“). Meist ist das einfach um zu schreiben und klingt schöner.

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 PM 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 eine DIN A4 Seite nicht 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. Sie sollte also möglichst interessant sein. An ihr entscheidet sich, ob die PM weiter gelesen oder entsorgt wird. Daher solltet ihr 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 (d. h. auch pfadfinderische Begriffe sollten in einem Halbsatz erklärt werden, z. B. wie Versprechen, Stamm, Hajk etc.). Orte für Downloads, Bestelladressen, Telefonnummern etc. sollten am Ende aufgeführt werden.

Ideal ist das Vorbild amerikanischer Journalist\_innen: 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, Journalist\_innen Kontaktpersonen und -daten zur Verfügung zu stellen, damit diese sich bei Bedarf an diese Personen 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 die sich dafür verantwortlich fühlt und nach Möglichkeit in der Stammes- oder Diözesanleitung tätig ist.

## WICHTIGES ZUM SCHLUSS

**Zeiten:** Pressemitteilungen werden zum Termin veröffentlicht. Das heißt, sie werden üblicherweise nach der Veranstaltung gelesen. Deshalb schreibt man Pressemitteilungen in der Vergangenheit.

**Namen:** Nennt ihr eine Person in der Pressemitteilung, wird beim ersten Nennen der Vor- und Zuname sowie die Funktion genannt. Das gleiche gilt für Organisationen und Gesetze. Die PSG wird bei der ersten Nennung auf jeden Fall ausgeschrieben und die Abkürzung in Klammern direkt dahinter gesetzt: Pfadfinderinnenschaft St. Georg (PSG)!

**Layout:** Damit eure Pressemitteilung auch seriös wirkt, verschickt bitte einheitliche Pressemitteilungen. Die Länge der PM sollte eine DIN A 4 Seite nicht überschreiten und 1 1/2-zeilig in klarer Schrift (z. B. Verdana, Arial) geschrieben sein. Dabei sollte die Schriftgröße zwischen 9 und 12 pt liegen.



## MUSTER-PRESSEMITTEILUNG

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

Pressemitteilung

In der Stadt Quidditch spielen?

PSG auf „Mission Pfadfinderin!“

Musterstadt, 4. Oktober 2014. Ein Quidditch-Spielfeld mitten im Stadtpark: Pfadfinderinnen der Diözese xx/des Stammes xx laden im Rahmen des Aktionsthemas „Mission Pfadfinderin!“ am xx.xx.2014, Mädchen und junge Frauen zu einem Quidditchturnier im Stadtpark ein. Neben dem Mitmachen beim Quidditchturnier gibt es noch weitere kleinere Aktionen wie Lagerfeuer, Stockbrot und Slacklines. Pfadfinderinnen zwischen sieben und 25 Jahren erzählen aus ihrem Alltag, was Pfadfinderin sein für sie bedeutet und laden alle ein, es auch auszuprobieren. Bundesweit machen Mädchen und junge Frauen der Pfadfinderinnenschaft St. Georg (PSG) mit dezentralen Veranstaltungen in der Aktionswoche „mission fourteen“ vom 26.09. bis 05.10.2014 auf die Idee der Pfadfinderinnenbewegung und die Pfadfinderinnenschaft St. Georg aufmerksam.

Viele Mädchen und junge Frauen bekommen so die Möglichkeit, die PSG kennenzulernen, neue Fähigkeiten zu entdecken, Freundschaften zu knüpfen sowie die Idee der Pfadfinderinnenbewegung zu leben und weiter zu tragen. „Mission Pfadfinderin!“ stellt von 2013 bis 2015 die Öffentlichkeitsarbeit dazu besonders in den Mittelpunkt. „Wir als Diözese xx/Stamm xx möchten auch hier in xx (Ortsnamen) wollen Kindern und Jugendlichen die Möglichkeit bieten, Teil einer weltweiten Bewegung zu sein“, betont Diözesan-/Stammesvorsitzende Sandra Wichtel. Bundesweit möchten Mädchen und junge Frauen der Pfadfinderinnenschaft St. Georg mit dezentralen Veranstaltungen in der Aktionswoche vom 26.09. bis 05.10.2014 unter dem Motto „mission fourteen“ auf die Idee der Pfadfinderinnenbewegung und auf die PSG aufmerksam machen.

[Nicht mehr Teil der PM, sondern Infos für die Journalist\_innen, die dennoch in das gleiche Dokument gepackt werden.]

Kontaktdaten

Diözesanebene

Sandra Wichtel

Funktion

Telefonnummer

E-Mail Adresse



**Kommentar [10]:**  
PRESSEMITTEILUNG: Als erstes sollte das Wort Pressemitteilung auf der Seite stehen.

**Kommentar [11]:**  
1. ÜBERSCHRIFT: Sie muss sehr prägnant sein und daher auch anders formatiert sein.

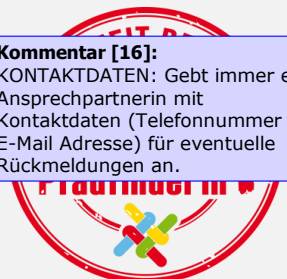
**Kommentar [12]:**  
2. ÜBERSCHRIFT: Sie erläutert die erste Überschrift und gibt nähere Informationen.

**Kommentar [13]:**  
ORT- UND ZEITANGABEN sind notwendig, damit die Pressevertreter/innen auch wissen, wann und wo etwas passiert (ist).

**Kommentar [14]:**  
EINSTIEG: Er beinhaltet alle W-Fragen und ist nicht länger als 10 Zeilen.

**Kommentar [15]:**  
HINTERGRUND: Hier steht, warum die Aktion überhaupt gemacht wird. Den Teil könnt ihr einfach aus den Textbausteinen übernehmen. Zitiert dabei bereits jemanden aus eurem Stamm/eurer Diözese, gerne auch Kinder.

**Kommentar [16]:**  
KONTAKTDATEN: Gebt immer eine Ansprechpartnerin mit Kontaktdaten (Telefonnummer und E-Mail Adresse) für eventuelle Rückmeldungen an.



Weitere Informationen finden Sie auch unter:

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

Die Pfadfinderinnenschaft St. Georg ist ein Mädchenverband, in dem sich bundesweit rund 10.000 Mädchen und junge Frauen organisieren. Die PSG gehört dem Weltpfadfinderinnenverband WAGGGS (World Association of Girl Guides and Girl Scouts) an. „Jeden Tag eine gute Tat“ ist das Bild, das viele sich von Pfadfinderinnen machen. Übersetzt bedeutet das für uns heute, mit geschärftem Bewusstsein durch die Welt zu gehen, den Fähigkeiten jeder Einzelnen Raum zu geben und verantwortlich mit uns und anderen umzugehen. Wir handeln in der Gesellschaft, in der wir leben, und möchten sie verändern und verbessern: Bei uns können Mädchen und Frauen ihre eigenen Fähigkeiten erkennen und ausbilden, ungeachtet der gesellschaftlich bestimmten Rollenfestschreibungen. In unseren Gruppen können Mädchen und Frauen mit und ohne Behinderung miteinander leben und voneinander lernen.

## FOTOS

### WAS SOLLTEN WIR BEACHTEN?

Wenn ihr Fotos verwenden wollt, die eine andere Person gemacht hat, müsst ihr die Lizenz/Genehmigung dafür haben. Ansonsten könnte eine Klage drohen.

Auch wenn ihr eigene Fotos schießt, braucht ihr die Erlaubnis der darauf abgelichteten Personen, um diese zu veröffentlichen. Dies gilt nicht, wenn es sich um Personen der Öffentlichkeit handelt. Sinnvoll ist es, wenn ihr vor jeder Veranstaltung alle Eltern eine Einverständniserklärungen für die Ablichtung ihrer Kinder unterschreiben lasst. Oder noch besser, ihr lasst euch gleich bei der Anmeldung eine generelle Einverständniserklärung geben.

Ebenso wichtig: Auch die Kinder sollen darüber mitentscheiden, ob Fotos mit ihnen veröffentlicht werden oder nicht – auch wenn das rechtlich nicht notwendig ist. Hier gilt es, den Wunsch jeden Kindes zu berücksichtigen und Selbstbestimmung zu leben.

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 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.) Dateien zu verkleinern ist aber einfach.



#### Kommentar [17]:

WEITERE INFOS: Ihr solltet zudem eine Angabe darüber machen, wo Journalisten weitere Informationen finden. Z. B. Allgemeine Infos über PSG & mission fourteen auf der Bundeshomepage oder individuelle Infos über eure Stammes- oder Diözesanhomepage.

#### Kommentar [18]:

ABBINDER: Der Abbinder enthält alle relevanten Informationen zur PSG.



## 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 sowie den Namen der Fotografin bzw. die Quelle des Fotos, z. B. Quelle: PSG-Stamm Musterstadt.

## NACH DER AKTION

Denkt daran, einen Dankesbrief an eure Unterstützer\_innen, Förder\_innen und Sponsor\_innen zu richten oder direkt einen persönlichen Besuch zur Danksagung zu machen. Ihr könnt die Pressemeldung sowie ein Foto der Aktion zusätzlich mitgeben. Ihr werdet sehen, das kommt total gut an und auch bei der nächsten Aktion stehen die Chancen gut, wieder finanziell unterstützt zu werden.

