

Pressemitteilungen

- An wen? -> zuständige Journalist*innen recherchieren
- Betreff: Worum geht es?
- Verborgene Empfänger*innen
- Text in die Mail, nicht in den Anhang (höchstens zusätzlich)
- Erster Absatz: Nachricht. Dann: Hintergründe, politische Deutungen, Zitate, ggf. Forderungen und wichtig: Telefonnummer

Pressekonferenzen

- Wann? Vormittags, zB 11:00 ist gut, abends ganz schlecht. Freitags, samstags, sonntags schlecht

Am Telefon

- Gut: „Wir können gern offen reden, aber was Sie zitieren, schicken Sie mir bitte kurz per Mail.“ (suggeriert Professionalität und Vertrauen)
- Uhrzeit ausmachen für Autorisierung und Antworten
- Bei der Autorisierung: Fragt euch: „Kann ich damit leben?“, „Ist meine Botschaft rüber gekommen?“ Nicht: „Wie würde ich es anders formulieren“
- Anonymität und Fotofrage klären. Es ist grundsätzlich legitim, nicht mit seinem Namen auftreten zu wollen, allerdings bei harmlosen Dingen wie einer Nachbarschafts-Ini/Studi-Ini schwer vermittelbar. Je heikler die Aktion / der Hintergrund, desto eher werden Journalist*innen einsehen, dass ihr eure Identität nicht preisgeben wollt

Thema platzieren:

- Welches Medium eignet sich? Welche Journalist*in? Mit Vorlauf anschreiben und schon mal grob informieren, Kontakte austauschen
- Im Moment der Aktion: PM fertig haben und raushauen, twitter-Account, Homepage, Ansprechperson für Journalist*innen vor Ort
- Bei Aktionen, wo ihr Pressesprecher*innen vor Ort habt, ist es nicht üblich, die Zitate nochmal autorisieren zu wollen (wäre für alle Seiten wahrscheinlich zu nervig/unrealistisch)
- Wenn ein Thema zu komplex ist: Ladet die Journalist*innen ein, vorbeizukommen und es sich erklären zu lassen
- Gute Beispiele: #besetzen auf twitter und <https://besetzen.noblogs.org/> ; <https://planbude.de/>

Remember:

- Die Journis haben evtl. keine Ahnung von einem Thema, vielleicht sind es auch Praktikant*innen ohne viel Erfahrung. Erklärt es ihnen!
- Recherchiert, mit wem ihr da redet. Es lohnt sich oft, linken Journis zu vertrauen.
- Sprecht ab, ob ihr die Story jemandem exklusiv (= zuerst) gebt. zB: Einem sagt ihr vorher bescheid, sodass er*sie zB bei einer Besetzung schon dabei sein kann. Alle anderen kommen dann erst, wenn die Besetzung steht, Unterstützer*innen, Öffentlichkeit und Polizei eintrudeln (dem einen gebt ihr dann natürlich erst so kurzfristig die Details, dass es eure Aktion nicht gefährdet)
- Alle Journalist*innen wollen immer die ersten sein, die eine Story erzählen! Nutzt das!

„Rede nie mit den Schweinen“ – Pressearbeit für linke Aktivist*innen
Katharina Schipkowski

- Versucht, nicht in Phrasen zu reden oder wie ein Flugblatt zu klingen. Besser: So natürlich wie möglich.
- Habt keine Angst, dass eure Kritik zu radikal ist. Journalist*innen mögen Skandalträchtiges. Wischi-Waschi mögen sie nicht. Haut raus!
- Redet im grammatikalischen aktiv, vermeidet „man“ und Passivkonstruktionen. Versucht immer zu benennen: Wer sind die Handelnden? Wer die Adressierten? Seid so konkret wie möglich!

Vorsicht:

- Stellt euch darauf ein, dass euch die Gewaltfrage gestellt wird. Legt euch Satzbausteine zurecht „Die Gewalt geht von den Verhältnissen / anderen / you name it aus.“ „Wir sind kein katholischer Jugendverein, aber wir werden auch kein Kräftemessen anfangen“
- Je weniger links das Medium/der Journi, desto genauer sollte eure Absprache sein. - Welches Format (Interview, Bericht, Reportage)? Wie lange soll das Gespräch dauern? In welche Richtung soll der Beitrag gehen?

Noch Fragen?

- Schreibt mir: schipkowski@taz.de
- Oder kater@riseup.net (pgp möglich)
- Twitter: @kat_schipkowski
- Podcast: Lokalrunde (Spotify, itunes, podcast-Apps, taz.de)

Habt ihr Themen für mich?

- Her damit! 😊

- Wollt ihr den Workshop auch für eure Politgruppe? Schreibt mir!