

#MachtLichtAn: Anleitung für die Pressearbeit

#MachtLichtAn: Anleitung für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Im Folgenden haben wir für Sie einige Aspekte zusammengestellt, die Sie bitte bei Ihrer Presse- und Öffentlichkeitsarbeit berücksichtigen.

Wir freuen uns sehr, wenn Sie uns eine **Kopie** Ihrer Fotos, Pressemeldungen, Online-Beiträge etc. schicken:

Saskia Bellem, Pressesprecherin im kfd-Bundesverband, saskia.bellem@kfd.de

Der Erfolg der Aktion steht und fällt mit einer zahlreichen Teilnahme von kfd-Mitgliedern und vielen interessierten Menschen. Um den Erfolg zu beurteilen, sind wir auf Ihre Unterstützung und Ihre Rückmeldung angewiesen. Die folgenden Schritte können dazu beitragen.

PRESSEMELDUNG

- Inhalt

Tragen Sie in die Vorlage der Pressemeldung (PM) die Daten Ihrer Gruppe ein – die Stellen, an denen Sie etwas ergänzen oder austauschen müssten, sind rot markiert.

- Zitat

Für PMs wichtig ist ein direktes Zitat einer Sprecherin, Vorsitzenden oder Geistlichen Begleiterin, die namentlich erwähnt wird und ggf. für Interviews zur Verfügung steht.

- Termin

PMs müssen zeitnah an die Medien verschickt werden – bei einer Ankündigung ca. 1-2 Wochen vorher, bei einem Bericht unmittelbar danach (hier 13.12.).

- Verteiler

Vor dem Versand der PM suchen Sie sich die Adressen Ihrer Lokal-/Anzeigenzeitungen, Pfarrblätter, Bistumszeitschriften, Gemeindeblättchen u.ä. heraus.

Wenn Sie sich die Mühe machen können und wollen, rufen Sie im Redaktionssekretariat an und fragen Sie gezielt, wer für Lokales und/oder Religionsthemen der/die zuständige Redakteur/in ist.

Schicken Sie ihr/ihm die PM direkt als Text in einer Mail (nicht als für Redaktionen mühsames PDF im Anhang). Bieten Sie ggf. ein Foto auf Nachfrage an oder verlinken Sie auf ein bereits online vorhandenes Foto.

#MachtLichtAn: Anleitung für die Pressearbeit

FOTOS

- Auflösung

Fotos nehmen Sie bitte in möglichst hoher Auflösung auf, mindestens 3 MB.

- Einstellung

Versuchen Sie auch, ein Foto ohne Blitz aufzunehmen, damit die Taschenlampen gut zur Geltung kommen. Bilder bitte in Hoch- UND Querformat – für Social Media braucht man in der Regel Quer-, für Printmedien auch mal Hochformat.

SOCIAL MEDIA

- Was ist ein Hashtag

Für die bundeweite Aktion haben wir einen sog. „Hashtag“ (engl. „hash“ für das Rautensymbol ‚#‘, „tag“ für „Schild, Anhänger“) kreiert. Hashtags – soz. „Schlagwörter mit Raute“ – dienen in den Sozialen Medien der öffentlichen und offiziellen Verschlagwortung. Unter einem solchen festgelegten Schlagwort können alle, die sich zu einem Thema informieren wollen, sämtliche mit diesem hashtag versehenen Beiträge dazu finden.

- ➔ Stellen Sie sich in der Stadtbibliothek eine Regalreihe vor, in der alles zu „Rucksackreisen in Skandinavien“ oder „Reparaturen selberrmachen“ steht. Sie finden dort alles, was zum Thema geschrieben wird, ohne konkrete Autoren kennen zu müssen.

- Verwendung des Hashtags #MachtLichtAn

Wenn Sie in Sozialen Medien wie Facebook, Instagram, Twitter über die Aktion schreiben, dazu einladen, darüber berichten oder diskutieren, stellen Sie bitte sicher, den Hashtag #MachtLichtAn voranzustellen: denn so heißt unser Motto ganz offiziell „#MachtLichtAn“. Jeder Anfangsbuchstabe der drei Teilwörter „Macht“, „Licht“ und „An“ wird hierbei großgeschrieben (die Hashtags funktionieren aber auch, wenn Sie alles klein schreiben.)

RECHTLICHES

- Datenschutz

Stellen Sie sicher, dass alle, die zur Klage-Andacht kommen, über Foto-/Filmaufnahmen informiert und damit einverstanden sind. Wer nicht fotografiert werden möchte, möge bitte zur Seite treten oder sich melden.

- Urheberrecht

Wenn Sie Fotos oder Filmmaterial erstellen und verbreiten, geben Sie immer die Urheberrechtsinformation an „© Maria Müller/kfd“. Möchte die Fotografin nicht namentlich genannt werden, schreiben Sie „Foto: © kfd“.

#MachtLichtAn: Anleitung für die Pressearbeit