

PRESSEEINLADUNG



Mit der Presseeinladung werden JournalistInnen/ Redakteure/Redakteurinnen (und ggf. auch die Öffentlichkeit im allgemeinen) zu einem Event eingeladen, das noch stattfinden wird. Presseeinladungen werden versendet, wenn entweder eine Veranstaltung speziell für die Presse organisiert wird, oder wenn eine Aktion stattfindet, von der man sich besonders viel Medienrummel wünscht/erhofft.

Wann sollte eine Presseeinladung erfolgen?

Die Frage ist eigentlich einfach zu beantworten – wenn ihr der Meinung seit ihr organisiert irgendetwas was für die Medien oder die Öffentlichkeit von Bedeutung sein könnte, dann ja.

Eure Aktion im Rahmen von "Hier bin ich" ist von öffentlichem Interesse, weil, sich hier bis zu 120 Einrichtungen der Kath. OKJA beteiligen und eure Einrichtung ist ein davon – das ist etwas Besonderes und so noch nicht dagewesen!...und damit eine Einladung an die Presse wert!

Nur Mut...

Traut euch ruhig eine Presseeinladung zu schreiben! Das schlimmste was passieren kann, ist, dass keinE JournalistIn auftaucht! (Dann nachträglich eine Pressemitteilung über die Aktion verfassen und die Presseorgane damit versorgen und um Veröffentlichung bitten).

Einige Tipps wie eine Presseeinladung aussehen könnte:

- Achtet darauf, dass eine Presseeinladung eigentlich niemals länger als 1-1/2 DinA4-Seiten haben sollte!
- Die Presseeinladung kann einfach als E-Mail mit dem Betreff „Presseeinladung zur XY“ versendet werden.

Der Aufbau:

Der Aufbau der Presseeinladung ist ähnlich dem der Pressemitteilung.

- Briefkopf der Einrichtung,
- Datum
- und der fette Hinweis „Presseeinladung“
- Überschrift „Einladung zu...“
- Adressierung an JournalistIn „Sehr geehrte/r...“
- kleiner (!) Einführungstext (1/4- 1/3 Seite) „Anlässlich der....laden wir Sie herzlich ein...“
- Zeit, Ort, Adresse und
- ggf. Programm/Ablauf „Redebeiträge, Performance, Interviewmöglichkeit...“
- Hinweis auf die Möglichkeit für Interviews (+ ggf. Zeitpunkt für Pressegespräche)
- ggf. Infos über die eigene Einrichtung/Träger
- Rückfragehinweise
- eure Kontaktdaten



**HIER
BIN
ICH**

Aktion der Katholischen
Offenen Kinder- und Jugendarbeit

Beispiel für eine PRESSEEINLADUNG



DIAG OKJA · Marzellenstr. 32 · 50668 Köln

An die Redaktion "xy"

Abc-strasse 000

00000 Musterstadt

Mein Zeichen

Meine eMail

Telefon

Meine Durchwahl

Datum

Presseeinladung

Einladung zur Kunstaktion „Ich mache mir die Welt, so wie sie mir gefällt“

Sehr geehrte Damen und Herren/

Sehr geehrte XY

In der Zeit vom 18.05. bis 01.06.2018 findet die Aktion zur katholischen Offenen Kinder und Jugendarbeit unter dem Motto "HIER BIN ICH" statt. Das Jugendzentrum "Kunterbunt" in Musterstadt beteiligt sich an der Kampagne mit einer Kunstaktion unter dem Motto: **„Ich mache mir die Welt, so wie sie mir gefällt“**

Kinder und Jugendliche sind amumUhr eingeladen ihr Jugendzentrum mit Bilder, Graffitis, Skulpturen, Dekoartikeln, Lichtinstallationen, etc. so zu gestalten, wie sie dies gerne möchten. Am Abend sind dann VertreterInnen aus der Kirchengemeinde eingeladen, sich das neugestaltete Jugendzentrum anzuschauen und mit den BesucherInnen des Jugendzentrums ins Gespräch zu kommen, wie die "kleine Welt" der Kinder und Jugendlichen aussehen muss, damit sie ihnen gefällt.



**Eine Initiative der diözesanen Arbeitsgemeinschaften
OKJA und der LAG Kath. OKJA in NRW**

**HIER
BIN
ICH**

Aktion der Katholischen
Offenen Kinder- und Jugendarbeit

- 2 -



Das Jugendzentrum möchte so auf eine gute Möglichkeit einer Kinder- und Jugendbeteiligung aufmerksam machen, wie sie zum alltäglichen Geschäft einer Jugendeinrichtung gehört und dazu animieren Kinder- und Jugendliche auch in Entscheidungen des Kirchen- und Stadtlebens einzubeziehen.

Auch Sie sind herzlich eingeladen!

am von Uhr

im Jugendzentrum Kunterbunt; (Abc-strasse 000, 00000 Musterstadt)

Programm

Pressegespräche	11-12 Uhr
Gestaltung des Jugendzentrums	12-16 Uhr
Präsentation durch Kinder & Jugendliche	16-17 Uhr
Gesprächsrunde mit Kirche und Politik	17-18 Uhr

Infos über die Einrichtung (optional)

Das Jugendzentrum Kunterbunt ist

Für Rückfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung

Max Müller

Adresse

Tel/Fax

E-Mail

Homepage



**Eine Initiative der diözesanen Arbeitsgemeinschaften
OKJA und der LAG Kath. OKJA in NRW**

**HIER
BIN
ICH**

Aktion der Katholischen
Offenen Kinder- und Jugendarbeit

Fertig und nun?

Bitte kontrolliert den Text auf Rechtschreibung, Grammatik und Stilfehler! Einwandfreie Sprache und klare Struktur sind wesentlich für die Presseeinladung & -mitteilung, genauso wie korrekte Daten!



Das Absenden eine Kunst für sich!

Bitte, auch Presseeinladungen, auch wenn sie nur als Anhang in die E-Mail kommen, immer mit Begleitschreiben versenden. Ein kurzes, freundliches Anschreiben, das direkt an den zuständigen Redakteur adressiert ist, sollte dazu. Das Anschreiben sollte nur einige Zeilen umfassen, z.B.:

Sehr geehrte/r Herr/Frau XY,

anbei sende ich Ihnen die Einladung des Jugendzentrums Kunterbunt zur Kunstaktion am

Mit freundlichen Grüßen,

Max Mustermann

Kontaktdaten

ACHTUNG!

Wenn's doch eine Massenaussendung ohne persönliche Ansprache sein soll - bitte kopiert NIEMALS alle Mailadressen in eure E-Mail-Empfängerzeile! So würde jede/r Empfängerin sehen wer die Mitteilung noch alles bekommen hat und das kommt gar nicht gut an!

Deshalb der Tipp:

Schreibt in die Empfängerzeile eure eigene E-Mail-Adresse- sendet also an euch selber.

Alle anderen EmpfängerInnenadressen schreibt ihr in die BCC-Zeile. Die „Blind Carbon Copy“ ist wie schon der Name sagt „blind“ - es ist also für den/die EmpfängerIn nicht einsehbar wer noch eine Kopie dieser Mail bekommen hat!

Eine kurze Checkliste zum guten Schluss:

Formale und strukturelle Kriterien

- Steht oben fett „Einladung“ bzw. Absender und der Hinweis, dass es sich um eine Presseinnladung handelt?
- Sind Ort und Datum korrekt genannt
- Umfasst die gesamt Presseeinladung maximal 1 -1,5 Seiten
- Sind die Seiten laufend nummeriert und datiert?
- Ist der Text mit einem Zeilenabstand von 1,5 versehen (ist Standard)
- Hat der Text einen mindestens 5 cm breiten Rand (ebenfalls Standard)
- Werden im Einleitungstext relevante W-Fragen beantwortet (wer, was, wann, warum, wie, etc.)?
- Ist der Text in übersichtliche Absätze gegliedert und optisch ansprechend?
- Werden die Absätze ggf. durch aussagekräftige Zwischenüberschriften ergänzt? (z. B. „PROGRAMM/ ABLAUF“)
- Wird am Ende des Textes ein Ansprechpartner für den Journalisten sowie seine Telefondurchwahl, seine Faxnummer und seine E-Mail-Adresse genannt?

Sprachliche Kriterien

- Habt ihr freundliche, aber einfache kurze Sätze geschrieben?
- Werden alle Personen bei der ersten Nennung mit Vorname, Name und ggf. Position genannt?
- Direkte Anreden (ich, wir, du, Sie) sind in Presstexten ebenso wenig zulässig wie die Anrede Herr oder Frau. „wir“ wird zu „das Jugendzentrum Kunterbunt“ und „Herr Schäuble“ wird zu „Minister Wolfgang Schäuble“. Das sind ganz einfach gängige Standartnormen.
- Vermeidet auch überflüssige Füllwörter, die den Text nur unnötig in die Länge ziehen.



**Eine Initiative der diözesanen Arbeitsgemeinschaften
OKJA und der LAG Kath. OKJA in NRW**

**HIER
BIN
ICH**

Aktion der Katholischen
Offenen Kinder- und Jugendarbeit

- Achtet unbedingt auf Rechtschreibfehler und Grammatik

Organisation und Versand

- Ist der Presstext mit allen zuständigen MitstreiterInnen abgesprochen?
- Ist der Presseverteiler mit allen Redaktionsadressen auf dem aktuellen Stand (z. B. mit allen richtigen Ansprechpartnern, Faxnummern oder E-Mail-Adressen) und im richtigen Dateiformat vor?

