

Input

Gedanken zur Pressearbeit für die Climate-Action-Camp

Für die Diskussion in einer Presse AG auf dem 2. Treffen in Kassel

Allgemeine Ansprüche an Öffentlichkeitsarbeit:

- Aktionen soll für sich stehen, und sich nicht primär an der Presse orientieren
- das Camp ist an erster Stelle ein Freiraum, in dem sich Leute wohl und sicher fühlen sollen, dem muss Öffentlichkeitsarbeit Rechnung tragen. Presse-/Öffentlichkeitsarbeit ist wichtig sollte aber nie das dominierende Thema auf dem Camp werden
- keine Pressesprecher (keine Realnamen – zumindest bei der Pressegruppe)

Aktionen & Presse:

- gezielt Presse an Aktionsgruppen vermitteln – ohne Qualitätssiegel der Pressegruppe. Die Aktionsgruppen müssen selbst entscheiden, ob sie mit Presse zusammenarbeiten wollen und wie sie mit JournalistInnen umgehen

Ziele/Selbstverständnis:

- die Pressegruppe will eher die Mainstream-Medien betreuen, Szenemedien (Indymedia,...) sollten von einer anderen Gruppe bzw. direkt von den Camp-Teilnehmer_innen gemacht werden
- die Pressegruppe will dafür sorgen, dass ein möglichst breites Bild von dem Camp und den politischen Beweggründen der Teilnehmer_innen in der Presse herüberkommen kann

Vorschläge:

- die Pressegruppe ist Scharnier zwischen CampTeilnehmer_innen und Presse, sie sind nicht die PressesprecherInnen des Camps
- die Pressegruppe vermittelt CampTeilnehmer_innenInnen (die da Bock drauf haben) als InterviewpartnerInnen. Es werden Workshops angeboten, wie mensch Interviews gibt. Die soll zum Abbau von Hemmungen bei den Teilnehmer_innen führen und dafür sorgen, dass die Leute sich nicht von der Presse überrumpeln lassen (beim G8 x-fach im Fernsehen zu sehen gewesen)
- Pressearbeit im Vorfeld, immer mal Pressemitteilungen verschicken wenn es was neues gibt, Kontakte zu JournalistInnen aufbauen
- die Pressegruppe entwickelt ein Konzept zum Umgang mit JournalistInnen auf dem Camp (Tag des offenen Zeltes, Teile des Camp offen für Presse – andere nicht, Pressegespräche auf oder außerhalb des Camps)
- kein Distanzierung von Aktionen - eine differenzierte Betrachtung dieses Themas wird noch ausgearbeitet!!!
- Archive (zB. im Wiki) mit guten Texten zur Einführung ins Thema Klima. Als Einführung, für gute Argumente in Interviews, als Quelle für Zitate,....

bis hier Input,

ab hier dann noch Anmerkungen aus der Runde:

Kritisches Verständnis der Pressearbeit. Die Pressearbeit wird auf die Aktionen abgestimmt. Aktionen sollen nicht ausschließlich gezielt auf die mediale Wirkung ausgerichtet werden.

Die Presse AG als Dienstleister: Wir bieten Kontakte, Know-How, allgemeine Unterstützung, etc

allen die sie haben wollen, in dem Umfang in dem sie sie nutzen wollen

Präzise Regeln für Vertreter der Mainstreampresse

Vorschläge:

- Ein öffentliches Barrio
- VoKü zum filmen
- Journalisten nur in Begleitung auf dem Camp
- Pressepunkt am Eingang

Pressesprecher:

- Jeder Teilnehmer ist Pressesprecher
- bei großen gemeinsamen Themen die alle betreffen kann ein Pressesprecher sinnvoll sein.

Einigung auf zentrale Punkte (Konsenthemen) für die die Pressegruppe auch sprechen kann.
Konsenthemen.

Interviewworkshops