

Frühlingsspaziergänge 2025 - Pressearbeit

I. Erfolgreiche Pressearbeit für Veranstaltungen im Rahmen der Frühlingsspaziergänge

Ziele

1 Aufmerksamkeit auf Ihre Projekte lenken

2 Erfolgreiche Pressearbeit für Veranstaltungen

3 Image von Ihren Projekten und dem Freistaat Sachsen stärken

Die Frühlingsspaziergänge laden dazu ein, die Natur auf besondere Weise zu erleben. Ob geführte Wanderungen mit einem Förster, Exkursionen zu Sachsens Talsperren, Wildkräutersammlungen oder vogelkundliche Touren – das vielfältige Angebot richtet sich an alle Naturfreunde.

Ziel der Aktion ist es, für Umwelt, Natur und Landschaften zu sensibilisieren. Geschichten aus der Region und von engagierten Menschen machen diese Spaziergänge für Medien besonders interessant.

Authentischen Erzählungen bringen die Natur näher

Dieser Leitfaden gibt Ihnen Anregungen, wie Sie die Pressearbeit zur Bewerbung Ihrer Veranstaltungen im Rahmen der Frühlingsspaziergänge erfolgreich gestalten können und Redaktionen gezielt ansprechen.

II. Die Ansprache ist gar nicht so schwer

Lokale Medien – vor allem Zeitungen und Radiosender – sind in der Regel offen für Themenvorschläge von außen. Die Chancen, dass Journalistinnen und Journalisten auf solche Angebote eingehen, steigen, wenn Ihnen eine interessante und anschauliche Geschichte angeboten wird.

Doch im ersten Schritt geht es darum, eine geeignete Geschichte zu finden. Diese Fragen und Hinweise können dabei helfen:

Lokale Medien sind offen für spannende und aktuelle Geschichten

Welche besondere Tour oder welches Erlebnis könnte für die Medien spannend sein?

Welche Person könnte im Mittelpunkt stehen? Dies können Organisatoren, Teilnehmende, Familien, Naturfreunde oder Vereine sein.

Wie kann die Geschichte authentisch erzählt werden, sodass sie das Interesse von Medien und Publikum weckt?

III. Tragfähig sind kurze Geschichten ...

..., in denen Naturerlebnisse und Umweltbewusstsein im Vordergrund stehen:

Eine Familie, die mit einem Förster wandert und lernt, wie der Wald nach dem Winter wieder auflebt.

Ein Wanderverein, der sich für den Schutz seltener Pflanzenarten in seiner Region einsetzt.

Eine Schulklasse, die bei einer Exkursion über die Bedeutung von Bienen für das Ökosystem erfährt.

IV. Wie sollte die persönliche Geschichte aussehen?

Der oder die Handelnde sollte ihre Erfahrungen mit der Natur und den Frühlingsspaziergängen glaubwürdig vermitteln. Die Geschichte sollte persönliche Elemente enthalten:

Die Entscheidung zur Teilnahme an den Frühlingsspaziergängen entspringt oft der Freude an der Natur und dem Wunsch, diese gemeinsam zu erleben. Besondere Erlebnisse entstehen durch den Austausch mit anderen, das Entdecken neuer Landschaften und das bewusste Wahrnehmen der Umgebung. Die Veranstaltungen fördern nicht nur das Naturbewusstsein, sondern stärken auch das Gemeinschaftsgefühl und bringen Menschen mit ähnlichen Interessen zusammen. In der Geschichte sollten deshalb persönliche Elemente, wie Beweggründe, Nutzen für sich persönlich oder die vertretende Institution oder Unternehmen und Erfahrungen vorkommen. Sie sollte sich also deutlich von der reinen Berichterstattung über Studien, Zahlen und Fakten unterscheiden.

! Person sollte einen Bezug zu Ihrer Institution und Veranstaltung herstellen

V. Welche Personen eignen sich für die Medien?

Grundsätzlich eignen sich alle Personen, die ihre Geschichte im persönlichen Austausch mit Pressevertretern (zum Beispiel im Interview) gerne nochmals in eigenen Worten erzählen. Sie sollte grundsätzlich keine Scheu vor Berichterstattung haben und zudem bereit sein, sich fotografieren zu lassen.

VI. Wie kommt eine Geschichte in die Zeitung, ins Radio oder ins Wochenblatt?

In der Regel sind die Medien, die in der Region relevant sind, gelesen und gehört werden, bekannt.

Die im Rahmen der Frühlingsspaziergänge eigenständig organisierten Aktivitäten werden in einer Pressemitteilung angekündigt. Dazu reicht der Versand per E-Mail aus. Idealerweise wird dazu auch qualitativ geeignetes Bildmaterial übermittelt. Sich kurz vor einem Termin mit seinem Anliegen noch einmal bei den Medien zu melden, kann die Chancen auf eine Veröffentlichung erhöhen.

Chancen durch gutes Bildmaterial und Kurzfristigkeit erhöhen

VII. Was gehört in eine Medieninformation?

Der Text sollte in einer kurzen Zusammenfassung folgende Fragen beantworten:

Welche besondere Geschichte steht im Mittelpunkt?

Was findet im Rahmen der Frühlingsspaziergänge vor Ort statt?

Wer ist die Hauptperson der Geschichte?

Wie und wann kann diese Person kontaktiert werden?

Die grundlegenden Fakten zu Veranstaltung: Wo findet diese wann statt? Wer ist genau Veranstalter, für wen ist die Strecke geeignet? Wie ist der Veranstaltungsort erreichbar?

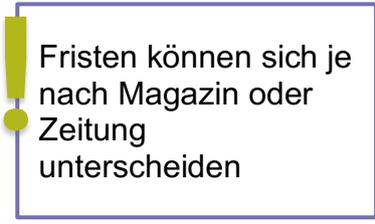
Die wichtigsten Grundinformationen rund um die Frühlingsspaziergänge können der vorbereiteten Vorlage für eine Medieninformation entnommen werden.

VIII. In welchem Zeitraum sollten die Medien informiert werden?

Mit der Ansprache der Redaktionen sollte nicht zu früh und nicht zu spät begonnen werden.

Wer gut zwei Wochen vor der Veranstaltung ein erstes Angebot für eine Geschichte rund um die vorbereitete Veranstaltung oder Aktion inklusive der Veranstaltungsdaten verschickt, bewahrt sich die Chance, dass bereits im Vorfeld eine vom Medium eigenständig recherchierte Geschichte erscheint.

Wenn auf diese Erstinformation keine Reaktion des Mediums folgt, sollte die Termininformation vier bis sechs Werktage vor der Veranstaltung als Erinnerung erneut geschickt oder in der Redaktion telefonisch nachgefragt werden.



Fristen können sich je nach Magazin oder Zeitung unterscheiden

ACHTUNG: Für monatlich erscheinende Veranstaltungsmagazine gelten andere Fristen. Hier sollten die Redaktionen bereits bis Mitte März über die geplante Aktivität informiert werden.

**Vielen Dank für Ihr Engagement und
der Beteiligung an den Frühlingsspaziergängen 2025!**