Geplanter Ablauf

09:45 – 10:00	Begrüßung und Einführung
Referat 10:00 – 10:30 → Rückfragen	*Strategische Öffentlichkeitsarbeit:* *„Öffentlichkeitsarbeit ist mehr als Pressearbeit!“*
Referat 10:45 – 11:15 → Rückfragen	*Einführung in die Pressearbeit und* *Erstellung einer Pressemitteilung*
11:30 – 11:45	[Pause]
Praxis 11:45 – 12:15	*Pressemitteilung: Best Practice & Worst Practice*
Referat 12:15 – 12:45 → Rückfragen	*Öffentlichkeitsarbeit in der Piratenpartei* *Brandenburg und den Gliederungen*
13:00 – 14:00	[Pause]
14:00 – 18:00	Technik-Schulung

#putsbb

Relevante Tätigkeiten im Landesverband

Koordinator der AG Presse- und Öffentlichkeitsarbeit seit 01/2011

Stellvertretender Presseverantwortlicher der PIRATEN Brandenburg 09/2011 – 01/2012

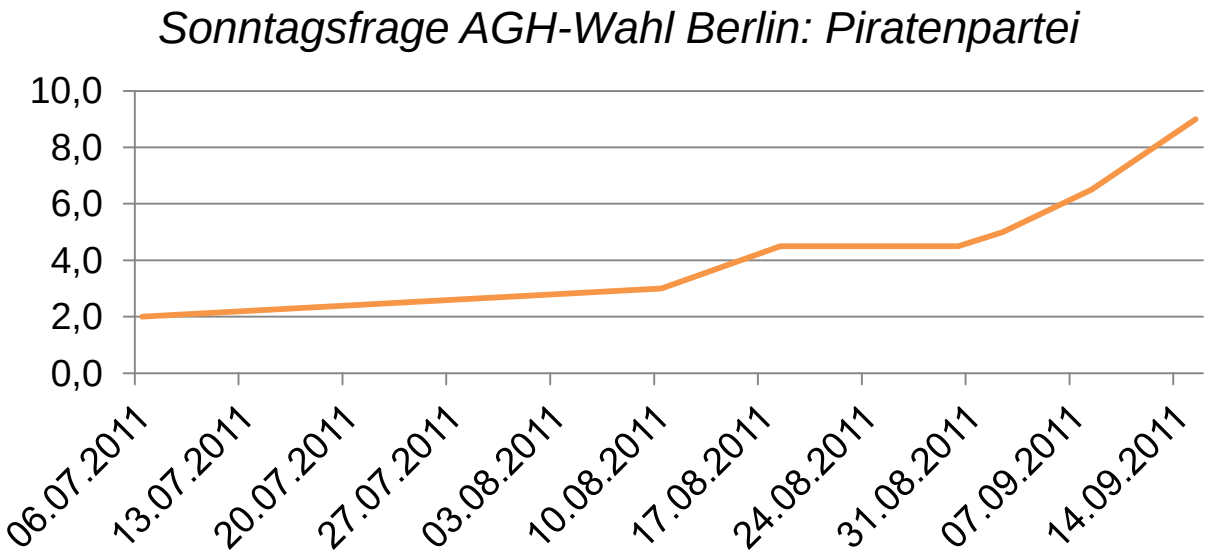
Presseverantwortlicher der PIRATEN Brandenburg seit 01/2012

Relevante Tätigkeiten im Bundesverband

Mitglied der Servicegruppe Pressearbeit

Mitglied der Servicegruppe Lektorat

Öffentlichkeitsarbeit – wieso eigentlich?



Nach dem Erfolg für die Piratenpartei bei der Wahl zum Berliner Abgeordnetenhaus am vergangenen Sonntag können sich jetzt bundesweit insgesamt 19 Prozent vorstellen, die Piratenpartei zu wählen. (Forschungsgruppe Wahlen; September 2011)

Insgesamt ist für 24 Prozent der Befragten die Partei grundsätzlich wählbar. (FORSA; März 2012)

Aufgaben der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

- Öffentlichkeit herstellen – Wahlkampf ist immer!
  - Kalender politischer Themen; Themenmonitoring; Pressearbeit; Aufbau und Pflege von Presse-Kontakten; Durchführung von Aktionen; …
- Themen besetzen – das Profil der Partei muss klar werden!
  - Eindeutige Abgrenzung von anderen Parteien; Samthandschuhe fallen lassen – Unterschiede klarstellen, aber fair bleiben; Verfolgen der Fehler der „Etablierten“; …
- Einbeziehung aller Bevölkerungsgruppen – „Offliner“ nicht vergessen!
- „Experten“ positionieren – Persönlichkeiten helfen, Inhalte zu verbreiten!
  - „Experten“ identifizieren; „Experten“ präsent machen; „Experten“ anbieten
- Schaffung von Strukturen – es ist ein dezidiertes Team notwendig!

7 Säulen der Öffentlichkeitsarbeit bei den PIRATEN

Presse und Text	Recherche	Audio und Video	Design	Internet und Web 2.0	Events	Analyse

Technische Administration

7 Säulen der Öffentlichkeitsarbeit bei den PIRATEN

Koordinierung der 7 „Abteilungen“: Vorstand beziehungsweise Presseverantwortlicher

Presse und Text	Recherche	Audio und Video	Design	Internet und Web 2.0	Events	Analyse

Technische Administration

7 Säulen der Öffentlichkeitsarbeit bei den PIRATEN

1

Presse und Text

1

Aufgaben der Abteilung „Presse und Text“

- Themenmanagement; Vorbereitung auf kommende Themen
- Entwicklung von Pressemitteilungen
- Beantwortung von schriftlichen Presseanfragen
- Pressearbeit „am Journalisten“ (Interviews) sowie Reden
- Pflege eines Newsletters und einer Pressemappe
- Aufbau eines Presse-Netzwerkes / -Verteiler

→ Enge Zusammenarbeit mit Teams „Recherche“, „Internet und Web 2.0“ sowie „Analyse“ dringend erforderlich!

Aufgabenverteilung in der Abteilung

- Presseverantwortlicher : Koordinierung der Arbeit & Themenmanagement
- Vorstand: Pressearbeit „am Journalisten“ (Interviews & Reden)
- Gemeinschaft: Pressemitteilungen entwickeln & Anfragen beantworten

7 Säulen der Öffentlichkeitsarbeit bei den PIRATEN

2

Recherche

2

- Team besorgt sich Informationen, die für die PIRATEN interessant sind und verteilen diese Informationen an die anderen Gruppen weiter

„Themenkalender“

- Vorausschauende Beobachtung von Themen
  - z. B. Tagesordnungen der Ausschusssitzungen und Plenarsitzungen
  - z. B. Termine von Veranstaltungen und Pressekonferenzen
  - z. B. Kalender-Angebote von Nachrichtenagenturen

„Themenmonitoring“

- Beobachtung von aktuell aufgeworfenen Themen
  - z. B. Artikel in Presse, Funk und Fernsehen
  - z. B. Pressemitteilungen anderer PIRATEN-Gliederungen
  - z. B. Pressemitteilungen von Parteien und Fraktionen

„Pressekonferenzen und Vorträge“

„Hintergrundinformationen“

7 Säulen der Öffentlichkeitsarbeit bei den PIRATEN

3

Audio und Video

3

„Visuelle und akustische Öffentlichkeitsarbeit“

- Öffentlichkeitsarbeit: Foto
  - z. B. gute Fotos von Kandidaten und Vorständen
  - z. B. gute Fotos von Veranstaltungen und Aktionen
- Öffentlichkeitsarbeit: Audio
  - z. B. Podcasts zu aktuellen Themen
  - z. B. Werbespots für Rundfunk zu Landtagswahlen
- Öffentlichkeitsarbeit: Video
  - z. B. Video-Beiträge von Veranstaltungen und Aktionen
  - z. B. Werbespots für TV zu Landtagswahlen

Mediendatenbank (Verschlagwortung, Aufbereitung, Sammlung)

7 Säulen der Öffentlichkeitsarbeit bei den PIRATEN

4

Design

4

„Corporate Design in der gesamten Innen- und Außendarstellung“

- Webseiten des Landesverbandes und der Gliederungen
- Flyer und Informationsmaterial zu Wahlkampfzwecken
  - z. B. gedruckte Landesprogramme, Wahlprogramme, Themen-Flyer
  - z. B. gedruckte Kaperbriefe und Kompasse
- Merchandising und Streumittel zu Wahlkampfzwecken
  - z. B. T-Shirts, Fahnen, Fähnchen, Luftballons, Bierdeckel, Kugelschreiber, Buttons, Aufkleber, Eiskratzer, Feuerzeuge, USB-Sticks
- Infostand-Ausrüstungen
  - z. B. Pavillons, Beachflags, Sonnenschirme, Tische
- Wahlkampf-Material wie zum Beispiel Plakate und Groß-Plakate
- Verwaltungs-Material wie zum Beispiel Briefpapier und Visitenkarten

Mediendatenbank (Verschlagwortung, Aufbereitung, Sammlung)

7 Säulen der Öffentlichkeitsarbeit bei den PIRATEN

5

Internet und Web 2.0

5

„Synchronisierung der Informationskanäle“

- Neuigkeiten: Webseiten des Landesverbandes und der Gliederungen
- Archivierung: Wiki des Landesverbandes
- Auftritte in sozialen Netzwerken und Microblogging-Diensten
  - z. B. Twitter, Identi.ca, Facebook, Google+
- Politische Blogosphäre; keine offiziellen Aussagen der Partei

„Errichtung eines virtuellen Pressezentrums“

- Verweis auf Pressekontakte und Ansprechpartner
- Verweis auf alle aktuellen und archivierten Pressemitteilungen
- Verweis auf den existierenden Pressespiegel
- Verweis auf die bestehende Mediendatenbank
- Verweis auf Anmelde-Möglichkeiten zu Veranstaltungen

7 Säulen der Öffentlichkeitsarbeit bei den PIRATEN

6

Events

6

- Organisation von Podiumsdiskussionen und Vortragsreihen
- Organisation von Pressekonferenzen zu besonderen Anlässen
  - z. B. Vorstellung der Spitzen-Kandidaten zur LTW / BTW
  - z. B. Eröffnung einer Geschäftsstelle
  - z. B. Start eines Volksbegehrens
- Organisation von Programm- und Themenkonferenzen
  - z. B. „Potsdamer Konferenz“ zur Außen- und Europapolitik
  - z. B. Wirtschaftskonferenz
  - z. B. Bildungskonferenz
- Organisation von Aktionstagen und Infoständen
  - z. B. Aktionstag „Frühling der Freiheit“
- Organisation von Demonstrationen
  - z. B. Demonstration „Freiheit statt Angst“
  - z. B. Demonstrationen gegen Rechtsextremismus

7 Säulen der Öffentlichkeitsarbeit bei den PIRATEN

7

Analyse

7

- Analyse der Reaktionen der Redaktionen nach Versand von Mitteilungen
- Analyse der Artikel und Beiträge in den Medien
  - z. B. Resonanz auf die Pressemitteilung
  - z. B. Tenor der Berichterstattung
  - z. B. Wiedergabe von Zitaten
- Pflege eines Pressespiegels

- Analyse von Zugriffen und Follower-Entwicklung
  - z. B. Webanalyse-Tool „Piwik“ für Webseiten
  - z. B. Webanalyse-Tool „Pluragraph“ für soziale Netzwerke
- Analyse von Reaktionen und Diskussionen in sozialen Netzwerken
- Auswertung von Umfragen von Meinungsforschungsinstituten

7 Säulen der Öffentlichkeitsarbeit bei den PIRATEN

7

Analyse

7

	Infratest dimap 12/2011 (Gesamt: 4 %)		Infratest dimap 03/2012 (Gesamt: 6 %)	
<u>nach Alter</u>				
18-24	– 11 %		18-29	– 9 %
25-34	– 10 %		30-44	– 6 %
35-44	– 3 %			
45-59	– 5 %		45-59	– 6 %
60+	– nicht messbar		60+	– 5 %
<u>nach Geschlecht</u>				
Männlich	– 6 %		Männlich	– 7 %
Weiblich	– 2 %		Weiblich	– 5 %
<u>nach Schulabschluss</u>				
Hauptschule	– 4 %		Hauptschule	– 4 %
Mittlere Reife	– 3 %		Mittlere Reife	– 5 %
Abitur /FH-Reife	– 6 %		Abitur /FH-Reife	– 10 %
<u>nach Tätigkeit</u>				
Erwerbstätige	– 6 %		Erwerbstätige	– 8 %
Arbeitslose	– 3 %		Arbeitslose	– 8 %
in Ausbildung	– 4 %		in Ausbildung	– 4 %
Rentner	– nicht messbar		Rentner	– 4 %
<u>nach Beruf</u>				
Arbeiter	– 4 %		Arbeiter	– 3 %
Angestellte/Beamte	– 7 %		Angestellte/Beamte	– 9 %
Selbstständige	– 4 %		Selbstständige	– 10 %

Nachfragen und Diskussion zu Teil 1

PIRATEN müssen lernen die Presse zu verstehen – die Presse muss lernen die PIRATEN zu verstehen!

Was will die Presse?

- Mehrwert für ihre Konsumenten – „Nachrichtenwert“:
  - Bedeutung einer Geschichte (Ausmaß und Konsequenz eines Ereignisses)
    - Ort eines Ereignisses (geographisch, psychologisch)
    - Bekanntheit von involvierten Personen und Organisationen
    - Neuigkeitswert eines Ereignisses
    - Interesse an Ereignissen (Kuriositäten, Konflikte, Humoristisches, Sympathie)
  - Zahlen, Daten, Fakten (Studien und Umfragen)

→ Die Medien brauchen große Auflagen und gute Quoten!

Was wollen die PIRATEN?

→ Die PIRATEN benötigen eine möglichst große Öffentlichkeit!

PIRATEN müssen lernen die Presse zu verstehen – die Presse muss lernen die PIRATEN zu verstehen!

- **PIRATEN müssen lernen:**
  - Die Medien veröffentlichen die Geschichten, die vom Konsumenten (Leser) gekauft werden, um langfristig möglichst viele Kunden (Werbetreibende) an sich zu binden!

- **Presse muss lernen:**
  - Die PIRATEN sind anders als andere Parteien!
    - *„Über knapp 200 Anträge müssen die Delegierten an diesem Wochenende entscheiden; ein Ritt einmal quer durch das politische Themenspektrum.“* (FAZ)
    - *„Sie treten gegeneinander an, um Vorsitzende der Piratenpartei zu werden. Aber eine "Kampfkandidatur" soll es nicht sein. Was dann?“* (Die Zeit)
    - …
  - Nicht jedes „Gate“ ist bei den PIRATEN auch wirklich ein „Gate“ über das es sich zu berichten lohnt (#bushidogate, #forengate, #plankengate, #schuldengate …)!

Formen der Pressearbeit

- Pressemitteilung
  - Eine Pressemitteilung muss kurz und knackig die wichtigsten Fakten zu einem Thema auf den Punkt bringen (zum Beispiel Vermittlung politischer Positionen, aber auch Einladungen zu Veranstaltungen und Ankündigung von Aktionen).
- Presseanfragen
  - Beantwortung von Presseanfragen in Schriftform dürfen ausführlicher sein, wenn vom Anfragenden keine Höchstzahl an Wörtern festgelegt wurde.
- Interview
  - Vermittlung von relevanten Inhalten in kurzen und zitier-/ausstrahlungsfähigen Sätzen und leicht verständlicher Sprache.
- Pressekonferenz
  - Vermittlung von relevanten Inhalten durch Eingangs-Statements, im Anschluss Zeit für Rückfragen und Einzelinterviews

Formen der Pressearbeit

Marco Geupert im Landesvorstand der „Piraten"

Die „Piraten" sehen sich im permanenten Aufwind, doch die Entwicklung der vergangenen Monate ist begleitet von erheblichen innerparteilichen Turbulenzen. Die Intensität der Beschäftigung mit internen Abläufen spiegelte sich jetzt darin wider, dass die örtliche Presse über den Landesparteitag, der am Samstag in der Voith-Arena stattfand, im Vorfeld gar nicht in Kenntnis gesetzt worden war. Wichtigstes Ergebnis aus hiesiger Sicht: Als Beisitzer in den Vorstand wählten die 176 Akkreditierten Marco Geupert (30), Krankenpfleger aus Heidenheim, und Sebastian Staudenmaier (21), Informatikstudent aus Schwäbisch Gmünd. bren/Foto: rw

Quelle: Südwest Presse, 04.03.2012

Erstellung einer Pressemitteilung
Schritt 1: Erstellung der Pressemitteilung

Sprachliche Grundlagen einer Pressemitteilung

- verständliche, klare, sachliche Schreibweise
- Konzentration auf das Wesentliche
- Sätze sollten möglichst kurz sein
- Pressemitteilung muss auf eine Seite passen
- Vermeidung von Fachbegriffen, Fremdwörtern und Abkürzungen
- Neue Deutsche Rechtschreibung, Grammatik, Zeichensetzung

- Absender ist eine Dritte Person („die Piratenpartei“ statt „wir“)
- Verwendung von Verben („er bekräftigt“ statt „unter Bekräftigung auf“)

→ **Servicegruppe Lektorat!**

http://wiki.piratenpartei.de/Servicegruppen/Lektorat

Erstellung einer Pressemitteilung
Schritt 1: Erstellung der Pressemitteilung

Inhaltliche Grundlagen einer Pressemitteilung

- Pressemitteilung sollte einen aktuellen Aufhänger haben
- Fakten müssen nachvollziehbar und belegt sein

- Überschrift und Einleitung sind das Wichtigste und sollten Interesse wecken
- Die W-Fragen (Wer? Was? Wie? Wo? Wann? Warum? Woher?)
  sollten wenn möglich im ersten Absatz beantwortet werden
- Pressemitteilung sollte „von hinten kürzbar“ sein

- Wertungen von Sachverhalten werden als Zitat dargestellt;
  Zitate sollten nicht länger als ein bis drei Sätze sein

Erstellung einer Pressemitteilung
Schritt 1: Erstellung der Pressemitteilung

Aufbau einer Pressemitteilung

- Überschrift
- Einleitung
  - Die Einleitung fasst das Wichtigste kurz und prägnant zusammen. Anhand der Einleitung entscheidet der Journalist, ob ihn das Thema interessiert und er sich die Mühe macht, den Rest der Information überhaupt zu lesen. Es müssen die so genannten „W-Fragen“ beantwortet werden (Wer, Was, Wann, Wo, Wie?).
- Hauptteil
  - Im Hauptteil ist Platz für Informationen, Daten und Fakten sowie Zitate. Er untermauert die Kurz-Informationen aus der Einleitung durch weitere Argumente.
- Schlussteil
  - Der Schlussteil enthält die zentrale Forderung der Piratenpartei und kann als Zitat auch ein kurzes Fazit beinhalten.

Erstellung einer Pressemitteilung
Schritt 2: Check vor dem Versand

Checkliste

- Sind alle relevanten Informationen enthalten?
- Lenken Details vom eigentlichen Inhalt ab?
- Wurden Füllwörter und Phrasen entfernt?
- Ist die Mitteilung sachlich formuliert?
- Passen die Zitate zum Inhalt?
- Sind alle Zitate freigegeben?
- Sind die Schreibweisen einheitlich (Euro / €; 14. April / 14.04. / 14.4.)?
- Wurde der Parteiname korrekt verwendet (Piratenpartei ↔ PIRATEN ↔ Piraten)?
- Wurde der Text gegengelesen und korrigiert?
- Wurde der Ansprechpartner über den Versand der Mitteilung informiert, um auf Rückfragen der Medien reagieren zu können?

Erstellung einer Pressemitteilung
Schritt 3: Versand der Pressemitteilung

Versand einer Pressemitteilung

- Auf den richtigen Versand-Zeitpunkt kommt es an
  - ideal Dienstag / Mittwoch / Donnerstag zwischen 09:00 Uhr und 11:00 Uhr
    - Print-Medien: Redaktionsschluss um 16:00 Uhr
    - Fernsehen: Redaktionsschluss um 17:00 Uhr
    - Funk / Radio: Redaktionsschluss sehr flexibel
- Mitteilung nur an relevante Medien versenden – Verteiler pflegen!
- Versand per E-Mail ausschließlich über BCC – kein Sammelversand im TO oder CC!

<Header> → Enthält Informationen zum Herausgeber der Pressemitteilung und einer eventuell vorhandenen Sperrfrist

Pressemitteilung

<Footer> → Enthält Hintergrund- oder Zusatzinformationen über die Partei und den zuständigen Ansprechpartner (mit Anschrift, Telefon, E-Mail)

Erstellung einer Pressemitteilung
Schritt 3: Versand der Pressemitteilung

Pressemitteilung des Landesverbandes Brandenburg der
Piratenpartei Deutschland zur sofortigen Veröffentlichung

Überschrift

Textteil

Piratenpartei Deutschland - Landesverband Brandenburg - Am Bürohochhaus 2-4 - 14478 Potsdam
1. Vorsitzender - Michael Hensel - 0176-10759329 - presse@piratenbrandenburg.de
---
Über die Piratenpartei Deutschland: Die Piratenpartei ist mit bundesweit mehr als 25.000 Mitgliedern die größte der nicht im Deutschen Bundestag vertretenen Parteien. In Brandenburg haben die PIRATEN derzeit etwa 850 Mitglieder. Bei der Europawahl und der Bundestagswahl erzielte die Partei 2009 erste Achtungserfolge. Im Europaparlament sind die PIRATEN durch die schwedische Piratenpartei bereits mit zwei Abgeordneten vertreten. Bei der Wahl zum Abgeordnetenhaus in Berlin 2011 zogen sie mit 8,9 % und 15 Piraten erstmals in ein Parlament auf Landesebene ein.

Erstellung einer Pressemitteilung
Schritt 4: Check nach dem Versand

Checkliste

- Analyse der Reaktionen der Redaktionen
  - Welcher Art waren die Rückfragen, die den Ansprechpartner erreichten?
  - Gab es harsche oder konstruktive Kritik der Redaktionen?
- Analyse der Artikel und Beiträge in den Medien
  - Wie ist die Resonanz auf die Pressemitteilung?
  - Stimmt die Berichterstattung mit dem Tenor der Pressemitteilung überein?
  - Wurden die Zitate korrekt oder zumindest sinngemäß richtig wiedergegeben?
- ggf. Nachfassaktionen bei den Redaktionen
  - „Waren die Informationen für Sie gut genug aufbereitet?“
  - „Haben Sie in der Pressemitteilung inhaltlich etwas vermisst?“
  - „An welchen Thematiken haben Sie zukünftig besonderes Interesse?“
  - „Benötigen Sie für Ihre Artikel mehr Zitate?“

Nachfragen und Diskussion zu Teil 2

Etwa 15 Minuten Pause

Beispiel 1: Grundlagen einer Pressemitteilung

Nerz zu Heveling: "In völligem Unverständnis der heutigen Gesellschaft"

Pressemitteilung der Piratenpartei

31.01.2012 - 07:00

Zum gestern im Handelsblatt erschienenen Gastkommentar des CDU-Bundestagsabgeordneten Ansgar Heveling erklärt der Bundesvorsitzende der Piratenpartei Deutschland, Sebastian Nerz:

»Heveling zeigt, dass große Teile der Regierung in völligem Unverständnis der heutigen Gesellschaft leben. Ich würde ihm dringend raten, sich einmal mit den technologischen Entwicklungen seit 1960 zu beschäftigen. Das eine oder andere neuartige Gerät könnte empfehlenswert sein. Aus pädagogischen Gründen halte ich es aber für sinnvoll, mit dem Farbfernsehen zu beginnen und sich erst später mit fortschrittlicheren Entwicklungen wie BTX oder betamax zu beschäftigen, ansonsten könnte eine Überforderung eintreten.
Ernst nehmen kann man Herrn Heveling nicht – aber es spricht traurige Bände, dass er trotz offensichtlich völlig fehlendem Sachverstand Mitglied der Enquete-Kommission Internet und digitale Gesellschaft ist.«

Beispiel 1: Grundlagen einer Pressemitteilung

Nerz zu Heveling: "In völligem Unverständnis der heutigen Gesellschaft"

Pressemitteilung der Piratenpartei

31.01.2012 - 07:00

Zum gestern im Handelsblatt erschienenen Gastkommentar des CDU-Bundestagsabgeordneten Ansgar Heveling erklärt der Bundesvorsitzende der Piratenpartei Deutschland, Sebastian Nerz:

»Heveling zeigt, dass große Teile der Regierung in völligem Unverständnis der heutigen Gesellschaft leben. Ich würde ihm dringend raten, sich einmal mit den technologischen Entwicklungen seit 1960 zu beschäftigen. Das eine oder andere neuartige Gerät könnte empfehlenswert sein. Aus pädagogischen Gründen halte ich es aber für sinnvoll, mit dem Farbfernsehen zu beginnen und sich erst später mit fortschrittlicheren Entwicklungen wie BTX oder betamax zu beschäftigen, ansonsten könnte eine Überforderung eintreten.
Ernst nehmen kann man Herrn Heveling nicht – aber es spricht traurige Bände, dass er trotz offensichtlich völlig fehlendem Sachverstand Mitglied der Enquete-Kommission Internet und digitale Gesellschaft ist.«

Beispiel 2: Aufbau einer Pressemitteilung

PIRATEN für Datensparsamkeit und gegen zusätzliche Bürokratie: Keine Aufnahme einer Gelangenheitsbestätigung in die Umsatzsteuerdurchführungsverordnung durch die „Zweite Verordnung zur Änderung steuerlicher Verordnungen“

Pressemitteilung der Piratenpartei Deutschland

10.02.2012 - 10:40 Uhr

Die Piratenpartei Deutschland lehnt die neuen Umsatzsteuerregelungen für inländische Unternehmen bei Lieferungen in das EU-Ausland ab. Die „Zweite Verordnung zur Änderung steuerlicher Verordnungen" führt eine sogenannte „Gelangenheitsbestätigung" in die Umsatzsteuerdurchführungsverordnung ein. Dadurch wird ein sinnloser bürokratischer Aufwand für die deutschen Unternehmen geschaffen und Rechtsunsicherheit erzeugt.

»Wir setzen uns für Transparenz und Datensparsamkeit ein. Eine „Gelangenheitsbestätigung" ist unverständlich, unsinnig und unnötig«, erläutert Rene Brosig, Schatzmeister der Piratenpartei Deutschland, und zweifelt an deren Wirkung: »Wenn diese Regelung den Umsatzsteuerbetrug im Außenhandel reduzieren soll, ist es sicher keine große Hürde, neben einer Rechnung auch eine „Gelangenheitsbestätigung" zu fälschen. Falls es einen Sicherheitsgewinn gibt, steht dieser in keinem Verhältnis zur zusätzlichen Bürokratie für inländische Unternehmen.«

Die Regelung droht für Unternehmen ein massives Handelshemmnis darzustellen. Gerade bei Lieferungen von Waren mit geringem Wert ist es kaum möglich, vom Kunden eine Bestätigung zu bekommen, dass er eine Ware erhalten hat. Das hat zur Folge, dass umsatzsteuerfreie Lieferungen innerhalb der EU doch mit deutscher Umsatzsteuer belastet werden. Deutsche Unternehmen verlieren somit ihre internationale Wettbewerbsfähigkeit.

Die Piratenpartei fordert, dass die Finanzverwaltung bei Verwaltungsvorschriften gerade auch die Entlastung kleinerer Unternehmen mehr berücksichtigt und den Bürokratieaufwand nicht weiter erhöht.

»Wir sehen diese Verordnung in einer Linie mit den vielen Maßnahmen zur Erhöhung vermeintlicher Sicherheit, die die vorgegebenen Probleme nicht lösen, dafür aber zusätzliche Probleme und Einschränkungen schaffen«, so Brosig. »Alleine der Begriff "Gelangenheitsbestätigung" zeigt wie weit die Finanzverwaltung von der Realität entfernt ist«.

BUND

SG Lektorat
SG Recherche
SG Programm
SG Social Media
SG Webseite

SG Pressearbeit

Vernetzung

LAND

Landesvorstand

Presseverantwortlicher

AG Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Vernetzung

KREIS

RV BARUM ● RV DOS ● RV PR-R ● RV SÜD ● KV BRB ● KV HVL ● KV MOL ● KV OHV ● KV PM ● KV TF ● SV P

Land

Interviews mit Journalisten;
Reden bei Veranstaltungen;
Teilnahme an Diskussionsveranstaltungen;
Teilnahme bei Pressekonferenzen

Koordinierung der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit; Themenkalender & Themenmonitoring; Erstellung und Versand von Pressemitteilungen; Beantwortung schriftlicher Presseanfragen; Betreuung sozialer Netzwerke; Inhaltliche Pflege Webseite; Pflege Presse-Verteiler; Pressebetreuung; Analyse & Pressespiegel; Vernetzung mit Gliederungen

Landesvorstand

Presseverantwortlicher

Erstellung von Pressemitteilungen;
Erstellung von Antworten auf schriftliche Presseanfragen;
Analyse & Pressespiegel;
Audio & Video;
Design & Logistik

AG Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Säulen
1, 2, 3, 4,
5, 6, 7

KREIS

RV BARUM ● RV DOS ● RV PR-R ● RV SÜD ● KV BRB ●
KV HVL ● KV MOL ● KV OHV ● KV PM ● KV TF ● SV P

Säulen
1, 2, 5, 6
eigenständig

1

Presse und Text

1

Situation im Landesverband

- Texte werden zeitnah geschrieben und versendet; Interviews werden absolviert; Themenmanagement funktioniert; Pressemappe vorhanden; großer Presse-Verteiler existent
- bessere Pflege der Beziehungen zu den Journalisten notwendig

→ Fazit: Gesamtsituation gut; Unterstützung immer Willkommen!
→ presse@piratenbrandenburg.de

Hinweise für die Gliederungen

- Mehr aktueller Inhalt auf den Webseiten der Gliederungen erforderlich!
- Lektorat von Pressemitteilungen
  → Servicegruppe Lektorat!
- Austausch von Kontakten aus Presse-Verteiler des Landesverbandes
- Notwendigkeit einer aktuellen Übersicht der für die Pressearbeit zuständigen Personen in den Gliederungen

Kategorien: [00] Verteiler Landespresse (172 Elemente)
Kategorien: [01] RV Barnim-Uckermark [BAR - UM] (17 Elemente)
Kategorien: [02] RV Dahme-Oder-Spree [FF - LDS - LOS] (36 Elemente)
Kategorien: [03] RV Prignitz-Ruppin [OPR - PR] (17 Elemente)
Kategorien: [04] RV Südbrandenburg [CB - EE - OSL - SPN] (38 Elemente)
Kategorien: [05] KV Brandenburg an der Havel [BRB] (7 Elemente)
Kategorien: [06] KV Havelland [HVL] (6 Elemente)
Kategorien: [07] KV Märkisch-Oderland [MOL] (11 Elemente)
Kategorien: [08] KV Oberhavel [OHV] (12 Elemente)
Kategorien: [09] KV Potsdam-Mittelmark [PM] (13 Elemente)
Kategorien: [10] KV Teltow-Fläming [TF] (15 Elemente)
Kategorien: [11] SV Potsdam [P] (10 Elemente)
Kategorien: [12] Parteien und Fraktionen (10 Elemente)

BAR	RV Barnim-Uckermark	Veit Göritz	0178-8173043
BRB	KV Brandenburg an der Havel	Sven Pinke	0152-54284897
CB	RV Südbrandenburg	Matthias Ostrowski	0157-03509794
EE	RV Südbrandenburg	Matthias Ostrowski	0157-03509794
FF	RV Dahme-Oder-Spree	Frank Behr	0179-9193739
HVL	KV Havelland	Oliver Huth	01577-1914656
LDS	RV Dahme-Oder-Spree	Frank Behr	0179-9193739
LOS	RV Dahme-Oder-Spree	Frank Behr	0179-9193739
MOL	KV Märkisch-Oderland	Johannes Wirth	0160-92983699
OHV	KV Oberhavel	Thomas Bennühr	0177-5025975
OPR	RV Prignitz-Ruppin	Peter Schmidt	0152-28640119
OSL	RV Südbrandenburg	Matthias Ostrowski	0157-03509794
P	SV Potsdam	Justus Pilgrim	0331-5882040
PM	KV Potsdam-Mittelmark	Bernd Wolf	0176-39424051
PR	RV Prignitz-Ruppin	Peter Schmidt	0152-28640119
SPN	RV Südbrandenburg	Matthias Ostrowski	0157-03509794
TF	*folgt*	*folgt*	*folgt*
UM	RV Barnim-Uckermark	Florian Winkler	0151-24193362

2

Recherche

2

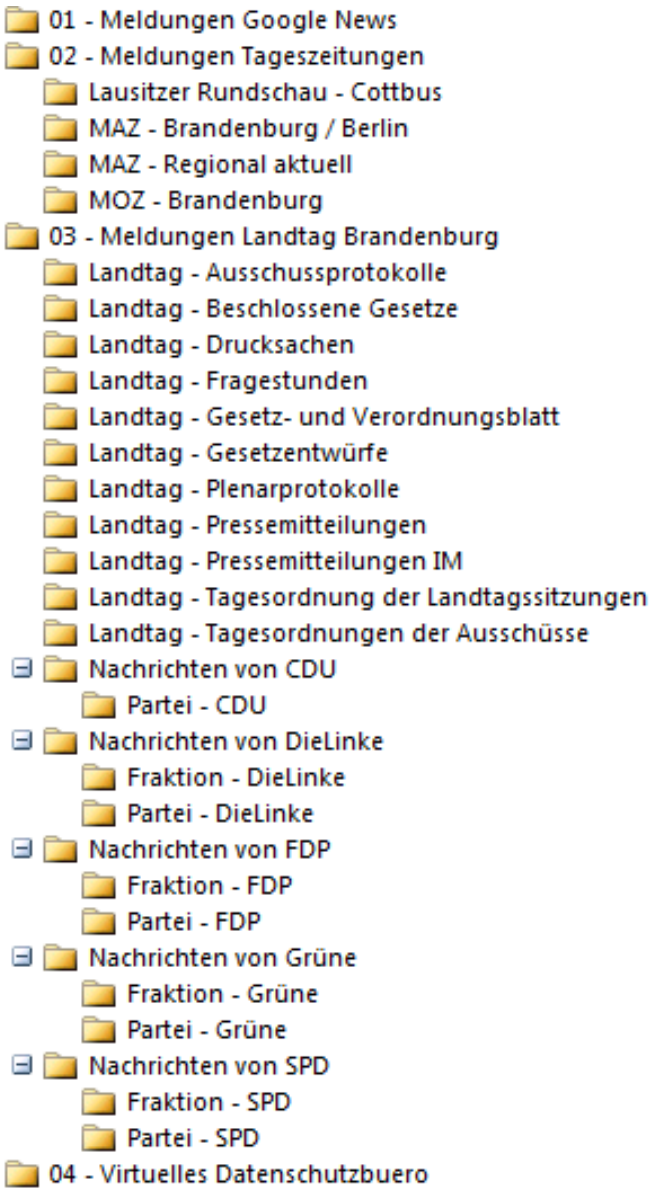
Situation im Landesverband

- Themenkalender (insbesondere Landtag) und Themenmonitoring (insbesondere Presse, Parteien, andere Gliederungen) funktionieren gut
- Kalender-Angebot und Landesdienst von Nachrichtenagentur dpa kann aus Kostengründen nicht genutzt werden

→ Fazit: Gesamtsituation gut; Unterstützung immer Willkommen!
→ presse@piratenbrandenburg.de

Hinweise für die Gliederungen

- Artikel in der Presse, Tagesordnungen von lokalen Stadtverordnetenversammlungen, Kreistagen und Ausschüssen sowie Pressemitteilungen der konkurrierenden Parteien beobachten, um sich frühzeitig zu bestimmten Themen positionieren zu können



3

Audio und Video

3

Situation im Landesverband

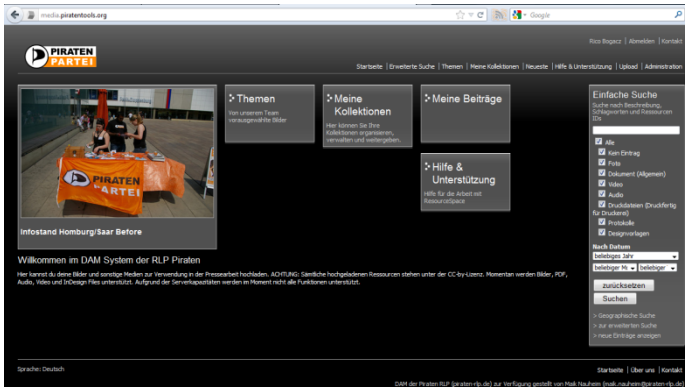
- Fotos von Veranstaltungen und Aktionen werden erstellt
- Sammlung von Fotos auf einer zentralen Plattform findet nicht statt (Flickr wird nicht genutzt; Mediendatenbank DAM ist derzeit in Testphase)
- Derzeit keine Aktiven im Team, die Werbespots für Rundfunk und Fernsehen anfertigen könnten

→ Fazit: Gesamtsituation stark ausbaufähig; Unterstützung notwendig!

→ presse@piratenbrandenburg.de

Hinweise für die Gliederungen

- Kein gesondertes Team in den Gliederungen notwendig; Bündelung der Ressourcen auf Ebene des LV!



4

Design

4

Situation im Landesverband

- Webseiten des Landesverbandes werden über die AG Technik betreut
- Merchandising, Infostand-Ausrüstungen, Informationsmaterial läuft über die LGS; Verbesserung des Workflows erforderlich
- Derzeit keine Aktiven im Team, die eigene Themenflyer, Plakate oder Werbemittel entwerfen

→ Fazit: Gesamtsituation stark ausbaufähig; Unterstützung notwendig!
→ presse@piratenbrandenburg.de

Hinweise für die Gliederungen

- Kein gesondertes Team in den Gliederungen notwendig; Bündelung der Ressourcen auf Ebene des LV!

5

Internet und Web 2.0

5

Situation im Landesverband

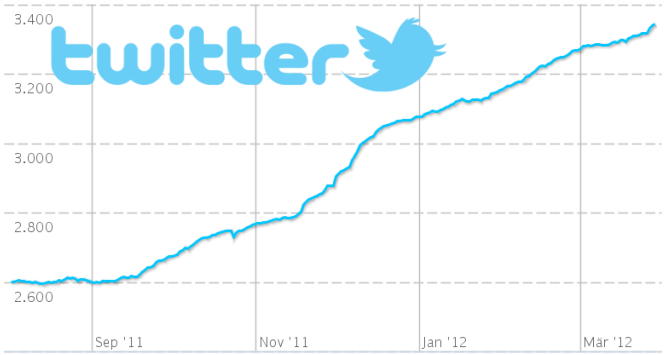
- Regelmäßige Mitteilungen über die Landes-Webseite, soziale Netzwerke und Microblogging-Dienste
- Virtuelles Pressezentrum ist vorhanden; Mediendatenbank müsste ergänzt werden
- Newsletter „Flaschenpost“ benötigt einen Zuständigen aus Brandenburg
- Bessere Einbindung der politischen Blogosphäre aus dem Landesverband wäre gegebenenfalls wünschenswert

→ Fazit: Gesamtsituation gut; Unterstützung immer Willkommen!

→ presse@piratenbrandenburg.de

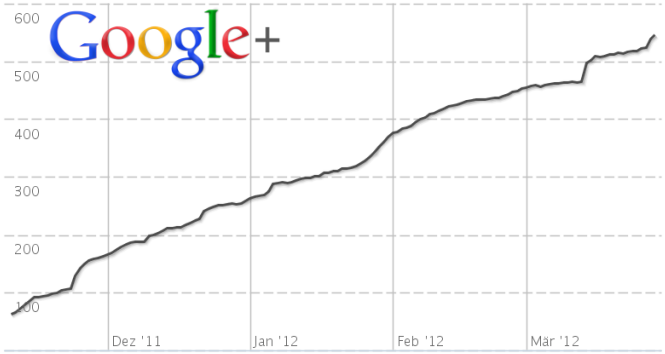
Hinweise für die Gliederungen

- Mehr aktueller Inhalt auf den Webseiten der Gliederungen erforderlich!
- Auftritte in sozialen Netzwerken und Microblogging-Diensten nur, wenn diese auch betreut werden!



pluragraph.de

pluragraph.de



pluragraph.de

6

Events

6

Situation im Landesverband

- Gute Zusammenarbeit zwischen Landesverband und Gliederungen bei übergreifenden Aktionen („Frühling der Freiheit“, Demonstrationen)
- Pressekonferenzen zu besonderen Anlässen werden geplant; Presse-betreuung bei Veranstaltungen wird sichergestellt
- Mehr Programm- und Themenkonfer-enzen wären wünschenswert

→ Fazit: Gesamtsituation gut; Unter-stützung immer Willkommen!
→ presse@piratenbrandenburg.de

Hinweise für die Gliederungen

- Pressebetreuung bei Veranstaltungen (zum Beispiel Parteitage, Stamm-tische, …) sicherstellen

7

Analyse

7

Situation im Landesverband

- Resonanz der Redaktionen auf Mitteilungen wird dauerhaft überprüft
- Pressespiegel des Landesverbandes vorhanden, der auch gepflegt wird
- Zugriffe auf Webseiten und Follower-Entwicklung in Online-Diensten werden analysiert

→ Fazit: Gesamtsituation gut; Unterstützung immer Willkommen!
→ presse@piratenbrandenburg.de

Hinweise für die Gliederungen

- Kein gesondertes Team in den Gliederungen notwendig; Bündelung der Ressourcen auf Ebene des LV!

AG Presse- und Öffentlichkeitsarbeit/Pressespiegel

AG Presse- und Öffentlichkeitsarbeit | Treffen und Protokolle | GO | Ansprechpartner | Werbe- und Informationsmaterial | Flaschenpost

2012

März 2012

- 29.03.2012 - Lausitzer Rundschau
  "Piratenpartei steuert jetzt Südbrandenburg an"
- 28.03.2012 - Lausitzer Rundschau
  "Piratenpartei steuert jetzt den Spreewald an - Erstes Treffen mit Interessenten in Lübbenau"
- 27.03.2012 - Märkische Allgemeine Zeitung
  "Klassen werden vollgestopft - Nauener Grundschulen sind überfüllt / Kinderzahlen steigen weiter / Bildungscampus ist in Planung"
- 27.03.2012 - Märkische Allgemeine Zeitung
  "Keine Angst vor Piraten - Grüne ziehen positive Halbzeitbilanz"
- 27.03.2012 - Märkische Allgemeine Zeitung
  "Alles schaut auf die Neulinge - Nach der Saarland-Wahl diskutieren die anderen Parteien über den erstaunlichen Erfolg der Piraten" t
- 24.03.2012 - Lausitzer Rundschau
  "Die Piraten entern den Spreewald"
- 24.03.2012 - Märkische Allgemeine Zeitung
  "Oberhavel-Norden gekapert - Piraten-Stammtisch in Fürstenberg / Pad-Teilnehmer fast in Echtzeit dabei"
- 24.03.2012 - Märkische Allgemeine Zeitung
  "Angst vor leeren Stühlen - Vor der Kommunalwahl ringen etablierte Parteien um Nachwuchs auf dem Land"
- 23.03.2012 - Die Mark Online
  "Piraten tatendurstig am Stammtisch"
- 23.03.2012 - Märkische Allgemeine Zeitung
  "Regierungsparteien sehen sich bestätigt - Reaktionen auf Umfrage von MAZ und RBB"
- 22.03.2012 - Welt Online
  "Umfrage: SPD und Linke sehen sich bestätigt - CDU: Momentaufnahme"
- 22.03.2012 - news.de
  "Umfrage: SPD und Linke sehen sich bestätigt - CDU: Momentaufnahme"
- 21.03.2012 - Märkische Allgemeine Zeitung
  "Halbzeit der rot-roten Koalition - SPD und Linke legen in Umfragewerte in Brandenburg zu"
- 21.03.2012 - BILD
  "Umfrage: SPD und Linke legen zu - CDU fällt zurück"
- 21.03.2012 - Welt Online
  "Bundestagswahl 2013 - Schwarz-Grün ist für uns kein Erfolgsmodell"
- 19.03.2012 - Oberhavel TV
  "Piraten in Glienicke/Nordbahn - Gesprächsbereit für Bürger und andere Parteien"
- 19.03.2012 - Berliner Morgenpost
  "Wahl 2014 - Piraten steuern brandenburgischen Landtag an"
- 19.03.2012 - Berliner Morgenpost
  "Landtagswahl - Die Piraten und die Macht im Dorf"
- 19.03.2012 - Berliner Morgenpost
  "Info - Erfolg in Berlin"
- 19.03.2012 - Märkische Allgemeine Zeitung
  "Piraten gehen in die Offensive Aktionstag unter dem Motto „Frühling der Freiheit" auch in Zossen"
- 19.03.2012 - Märkische Allgemeine Zeitung
  "Utopien - Fred Hasselmann ist skeptisch, ob es für Piraten reichen wird, Luftschlösser zu bauen"
- 16.03.2012 - Radio Frankfurt (Oder)
  "Frühling der Freiheit - Infostände der Piratenpartei"
- 15.03.2012 - Brandenburger Webportal
  "Piratenpartei sucht Bürgernähe - Ersten Bürgerstammtisch der Internetaktivisten in der Havelstadt geplant"
- 15.03.2012 - Meetingpoint Brandenburg
  "Pinke: Piratenpartei startet Bürgerstammtisch"
- 14.03.2012 - Meetingpoint Potsdam
  "Piratenpartei Brandenburg ruft den "Frühling der Freiheit" aus - Infostände in vielen brandenburgischen Städten am 17. März 2012!"
- 14.03.2012 - havelstadt.de
  "Piratenpartei Brandenburg ruft den "Frühling der Freiheit" aus"
- 09.03.2012 - Märkische Allgemeine Zeitung
  "Ich telefoniere lieber - Die Piratenpartei ist jetzt in Potsdam-Mittelmark präsent / Kreis-Chef Bernd Wolf sieht gute Chancen"

Wünsche und Vorschläge für die Zukunft

Regelmäßiges Vernetzungstreffen der „Presse-Leute“
(„Marina Mumble“ → „Marina Brandenburg“; „Bund-LV-Presse-Mumble“ → ?)
→ *Zum Beispiel zusammen mit der Sitzung der AG Presse- und Öffentlichkeitsarbeit am 3. Donnerstag eines jeden Monats, alle 3 Monate (01/04/07/10); während Wahlkampfzeiten auch deutlich häufiger (alle 2 Wochen)*

Mitlesen / Mitschreiben der „Presse-Leute“ der Gliederungen
auf der Mailingliste der AG Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
→ *https://service.piratenpartei.de/listinfo/brb-ag-presse*

Mehr Aktionen in den Gliederungen – wie zum Beispiel der „Frühling der Freiheit“ oder die Informationsveranstaltung in „Glienicke/Nordbahn“ – und stärkere Auseinandersetzung mit lokalen politischen Themen

Nutzung der angebotenen „Service-Angebote“ zur Unterstützung bei der Pressearbeit
→ *Zum Beispiel „Servicegruppe Lektorat“*

Berichte aus den Gliederungen

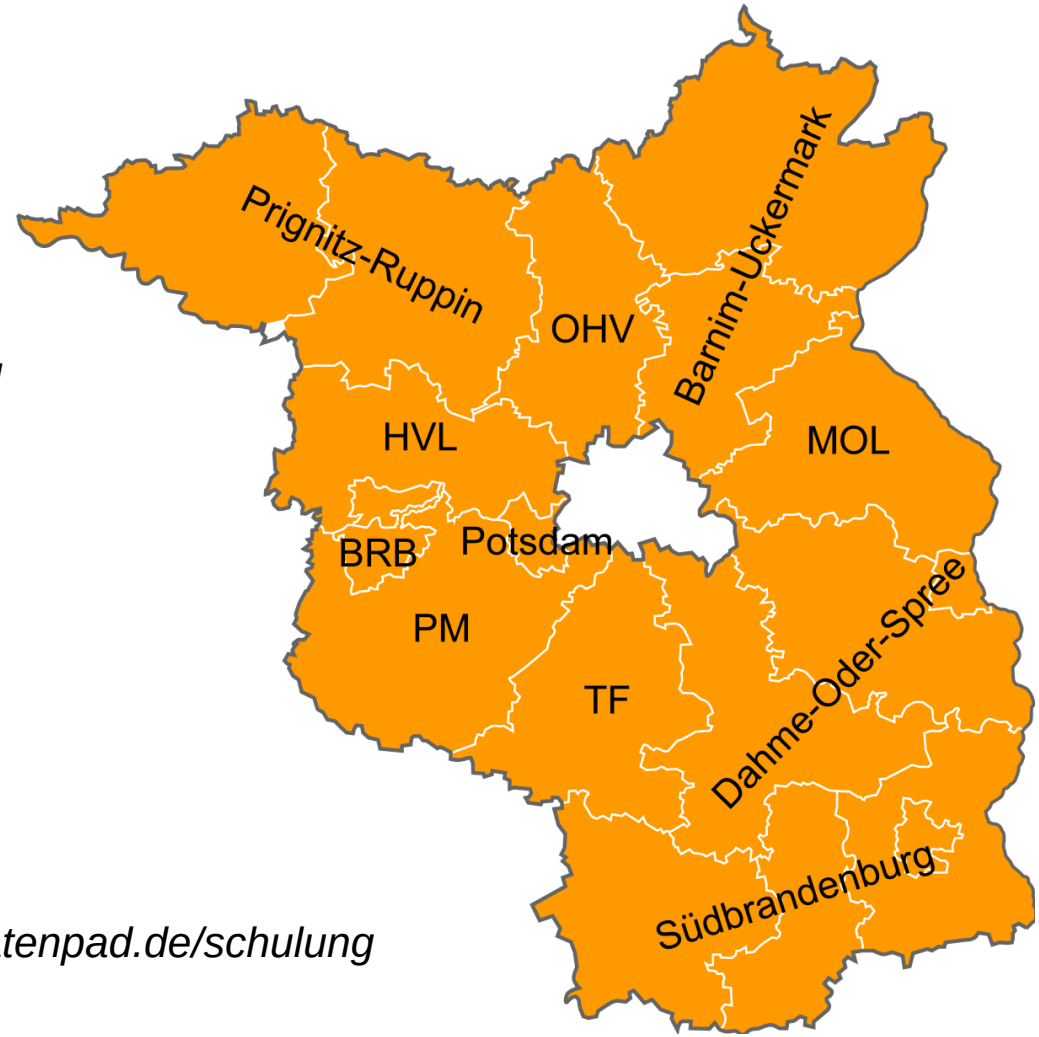
Regionalverband Barnim-Uckermark
Regionalverband Dahme-Oder-Spree
Regionalverband Prignitz-Ruppin
Regionalverband Südbrandenburg

Kreisverband Brandenburg an der Havel
Kreisverband Havelland
Kreisverband Märkisch-Oderland
Kreisverband Oberhavel
Kreisverband Potsdam-Mittelmark

Stadtverband Potsdam

Kreisverband Teltow-Fläming i.G.

Mitschrift: https://ag-pressearbeit-bb.piratenpad.de/schulung



Vielen Dank für die Aufmerksamkeit!

Schulung zu den Themen „Archivierung“, „Pressekonferenz“ und „Social Networks“ bei Youtube: http://bit.ly/HwC2jS

Auswertung der Presse-Schulung am 19.04.2012, ab 21:00 Uhr (Mumble-Server Brandenburg)