

## Sächsische Energietage 2025 - Pressearbeit

### I. Erfolgreiche Pressearbeit für Veranstaltungen im Rahmen der Sächsischen Energietage

1 Aufmerksamkeit auf Ihre Projekte lenken

2 Erfolgreiche Pressearbeit für Veranstaltungen

3 Image von Ihren Projekten und dem Freistaat Sachsen stärken

Die Energiewende lebt nicht allein von Zahlen, Daten und Fakten. Genauso wichtig ist es, dass Menschen authentisch von ihren Erfahrungen mit erneuerbaren Energien erzählen. Komplexe Themen sind für Zeitungen, Radiosender und auch für die Öffentlichkeit interessanter, wenn sie aus der Perspektive „Geschichten von Sachsen für Sachsen“ beleuchtet werden können.

Dieser Leitfaden gibt Ihnen Anregungen, wie die Pressearbeit zur Bewerbung von Ihren Projekten und Ihren Veranstaltungen im Rahmen der Sächsischen Energietage eine persönliche Note bekommen und wie Redaktionen erfolgreich anzusprechen sind.

Energiewende lebt von authentischen Erzählungen

Dazu gibt es mehrere Wege: Neben einem Einladungsschreiben oder besser dem Versand einer Pressemitteilung, können die Journalistinnen und Journalisten natürlich auch auf direktem Wege angesprochen werden.

### 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

Wo steckt bei Ihrem Vorhaben die für das Thema Energiewende relevante und aktuelle Geschichte, die den Medien vorgestellt werden soll?

Welche Person könnte im Mittelpunkt dieser Geschichte stehen?

Möglich sind Menschen aus dem geschäftlichen, schulischen oder kommunalen Umfeld. Es können aber auch Kunden, Bekannte oder ganze Familien sein.

Wichtig ist, dass die Protagonistinnen und Protagonisten glaubwürdig und authentisch auftreten.

### III. Tragfähig sind kurze Geschichten ...

..., in deren Kontext Energiewende erlebbar wird:

Ein Unternehmen, das sich eine Heizanlage für Holzpellets gekauft hat und damit nun wirtschaftlicher arbeiten kann.

Eine Kommune, die sich kürzlich beim Thema Energiesparen neu aufgestellt hat und damit nun Geld spart, das letztlich den Bürgerinnen und Bürgern zugutekommt.

Zum Hochzeitstag schenkt sich ein Ehepaar ein Balkonkraftwerk und installiert dies auf der Garage.

Weitere Inspirationen liefern Ihnen möglicherweise die folgenden Erfolgsgeschichten:  
<https://www.energie.sachsen.de/erfolgsgeschichten-4712.html>

### IV. Wie sollte die persönliche Geschichte aussehen?

Der oder die Handelnde sollte kurz gefasst über eigenen Erfahrungen mit der Energiewende berichten können und in Verbindung mit der Institution stehen, die sich an den Sächsischen Energietagen 2025 beteiligt.

Die handelnde Person sollte über solche Energiewende -Themen berichten, die einen Bezug zu der geplanten Veranstaltung oder Aktion haben. In der Geschichte sollten zudem 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. Wer hier Unterstützung braucht, kann auf die Übersicht der lokalen oder regionalen Medienkontakte zugreifen, die in Kürze als Download zur Verfügung stehen werden.

Die im Rahmen der Sächsischen Energietage eigenständig organisierten Aktivitäten werden in einer Pressemitteilung angekündigt. Dazu reicht der Versand per E-Mail aus. Idealerweise wird dazu auch qualitativ geeignetes Bildmaterial übermittelt.

Chancen durch gutes Bildmaterial und Kurzfristigkeit erhöhen

Sich kurz vor einem Termin mit seinem Anliegen noch einmal bei den Medien zu melden, kann die Chancen auf eine Veröffentlichung erhöhen.

## VII. Was gehört in eine Medieninformation?

Der Text sollte in einer kurzen Zusammenfassung folgende Fragen beantworten:

Von welcher persönlichen Geschichte in Zusammenhang mit der Energiewende soll das Medium berichten?

Was findet im Rahmen der Sächsischen Energietage 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, was sind die wichtigsten Programmpunkte? Wie ist der Veranstaltungsort erreichbar?

Die wichtigsten Grundinformationen rund um die Energietage 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 Sächsischen Energietagen 2025!**