

Kinder wollen Sicherheit!

Kindersicherheitstag 2008

Pressetipps



Tipps für eine gelungene Pressearbeit

Ihre Aktion zur Kindersicherheit ist gut gelaufen, aber eine Straße weiter hat keiner davon Wind bekommen? Das wäre schade! Darum sollten Sie schon bei Beginn der Planungen auch darüber nachdenken, wie Sie die Medien einbeziehen möchten. Wenn Sie dabei ein paar Regeln des PR-Handwerks beachten, steigern Sie Ihre Chancen auf ein starkes Medienecho deutlich.

Ernennen Sie einen Pressebetreuer

Suchen Sie sich eine Person, die als Ansprechpartner/in gegenüber der Presse auftritt. Sie sollte alle Presseaktivitäten koordinieren und persönlichen Kontakt zu den Redaktionen aufbauen. Am Tag der Aktion selbst organisiert sie das Pressegespräch oder die Pressekonferenz und steht für alle Anfragen zur Verfügung. Der/die Pressesprecher/in sollte

- über Basiswissen zum Thema Unfallverhütung von Kindern verfügen
- die zuständigen Experten im Bereich Kindersicherheit/Kindergesundheit kennen
- Interviewpartner vermitteln können
- nicht rede- oder kamerascheu sein
- hartnäckig sein.

Nehmen Sie persönlichen Kontakt auf

Das „A und O“ der Presse- und Medienarbeit heißt: Persönlicher Kontakt! Das „Klinkenputzen“ in den Redaktionen steht immer am Anfang einer erfolgreichen Pressearbeit. Das kann mühsam sein und viele Anrufe erfordern, etwa weil der zuständige Redakteur nicht erreichbar ist oder unklar ist, wer der richtige Ansprechpartner in der Redaktion für das Thema ist. Ist der Kontakt jedoch erst einmal hergestellt, dann haben Sie schon sehr viel erreicht: In Zukunft wissen Sie genau, wo Sie Ihre Pressemitteilungen hinschicken müssen, damit sie gelesen werden, und der Journalist ist für Ihr Thema sensibilisiert, weil er sich an Ihren Anruf erinnern kann. So landet Ihr nächstes Infoschreiben nicht sofort im Papierkorb.

- Finden Sie heraus, welcher Journalist für Ihr Thema zuständig ist, rufen Sie ihn an und informieren Sie ihn über Ihre bevorstehende Aktion. Machen Sie ihm kurz und bündig deutlich, weshalb das Thema gerade für seine Leser / Hörer / Zuschauer interessant ist.
- Berücksichtigen Sie die individuellen Arbeitsabläufe in den Redaktionen. In vielen Tageszeitungsredaktionen sind Journalisten am Spätnachmittag wegen der Endredaktion kaum ansprechbar. Die beste Zeit für einen Anruf ist also meist später Vormittag. Andere Medien können andere Stoßzeiten haben.

Kinder wollen Sicherheit!

Kindersicherheitstag 2008

Pressetipps

- In der Regel bitten Journalisten Sie nach wenigen Sätzen darum, ihnen „etwas zuzuschicken“. Halten Sie auf dem Computer ein übersichtliches Word- oder PDF-Dokument mit den wichtigsten Informationen bereit, das sie rasch per E-Mail versenden können.
- Haken Sie nach einer Woche nach und fragen Sie den Journalisten, ob er über Ihre Aktion berichten möchte. Bieten Sie weitere Hilfe an.

Formulieren Sie eine Botschaft

Worum geht es bei Ihrer Veranstaltung? Das sollten Sie in wenigen bündigen Sätzen formulieren können, wenn Journalisten Sie danach fragen.

- Geben Sie Ihrem Projekt ein klares Ziel, das Journalisten zum Dreh- und Angelpunkt ihrer Geschichte machen können.
- Nennen Sie qualitative und quantitative Ziele oder Erfolge.
- Weisen Sie auf den allgemeinen Zusammenhang hin. Zum Thema Kindersicherheit bietet sich etwa an: „1,6 Millionen Kinder verletzen sich pro Jahr in Deutschland bei einem Unfall. Die Mehrzahl der Kinderunfälle ließe sich mit einfachen Mitteln vermeiden. Wir machen die Eltern in unserer Stadt darauf aufmerksam...“.

Schreiben Sie eine Pressemitteilung

Die Pressemitteilung informiert über das Wichtigste. Hier gehören die Fakten wie Termin, Ort, Zeit, Motto und die Namen der Veranstalter hinein. Sie sollte mit allen Beteiligten abgestimmt werden und rund vier Wochen vor der Veranstaltung fertig sein. Zehn Tage vor dem Tag X startet der Versand an alle lokalen und regionalen Medien wie Hörfunk (Lokalradio), Zeitungen, Anzeigenblätter und Fernsehen (Regionalsender/-fenster). Nutzen Sie dazu Ihren individuellen Presseverteiler mit Ihren Kontakten – oder, wenn es sich anbietet, eine professionelle Nachrichtenagentur.

- Der erste Absatz der Pressemitteilung sollte die zentralen Inhalte enthalten: Was passiert, was ist spannend? Später folgen die näheren Umstände.
- Schreiben Sie die Mitteilung so, als würde sie in einer Zeitung gedruckt werden. Also nicht: „Wir veranstalten...“ sondern: „Die Organisation XY veranstaltet...“
- Schreiben Sie nur, was Fakt ist. Meinungen können Sie als Zitat einbinden.
- Der Text sollte nicht länger als eine DIN A4-Seite sein.
- Führen Sie unten Ansprechpartner und Kontaktdaten auf.

Kinder wollen Sicherheit!

Kindersicherheitstag 2008

Pressetipps

Sorgen Sie für Dynamik

Zeitungsartikel leben von Bewegung, von Sinneseindrücken und von Geschichten über Menschen. Viel wichtiger als lange Hintergrundgespräche ist „Action“. Das gilt insbesondere für Fotografen und Kameramänner, die ständig auf der Suche nach guten Bildern und Motiven mit Symbolgehalt sind. Geben Sie ihnen Futter!

- Wenn es um Kindersicherheit geht, sollten immer auch Kinder dabei sein. Wie wäre es mit einem Fototermin auf einem Spielplatz, in der Kita oder auf dem Sportplatz?
- Sorgen Sie dafür, dass etwas passiert, zum Beispiel bei einem Sicherheitsparcours, einer Kinderaufführung oder einer Demonstration des Rettungswagens. Auch Journalisten der schreibenden Zunft brauchen Handlung, mit der sie ihren Artikel füttern können.
- Recherchieren Sie Fallbeispiele und laden Sie Betroffene ein: Kinder, die einen Unfall hatten oder Eltern, die ihr Haus kindersicher gemacht haben und davon berichten können. Weisen Sie Journalisten auch am Telefon auf diese Menschen hin.

Halten Sie Material bereit

Selbst die flotteste Journalistenhand kann nicht immer alles, was Sie am Telefon oder vor Ort erzählt haben, vollständig notieren. Oft kommen Fragen auf, wenn die Arbeit am Beitrag beginnt. Geben Sie den Berichterstattem darum Hintergrundmaterial an die Hand – unter Umständen gebündelt in einer Pressemappe oder als PDF-Dokument. Darin kann enthalten sein:

- Eine Pressemitteilung mit den wichtigsten Informationen zur Aktion
- Ein Faktenblatt (z.B. zu Kinderunfällen in Deutschland)
- Ein Hintergrund-Text / eine Broschüre zu Ihrer Institution / Organisation
- O-Töne von Teilnehmern und / oder Betroffenen
- Eine Liste über weiterführende Links, Studien und Literatur zum Thema
- Fotos

Bedenken Sie: Journalisten arbeiten immer gegen die Uhr und hätten Ihre Informationen am liebsten sofort! Arbeiten Sie also zeitnah und zügig. Wenn Sie Informationen erst umständlich intern abklären müssen, nicht erreichbar sind oder sich verspätet zurückmelden, ist Ihre Geschichte damit vielleicht schon gestorben.