

## Einen Kindersicherheitstag planen, organisieren und bekannt machen

### **Kooperation ist machbar**

Wenn Sie lokale Aktivitäten planen, sollten Sie von Beginn an prüfen, wer Sie bei Ihrem Engagement unterstützen kann. Vor Ort gibt es viele Organisationen, die sich gleichfalls für das Anliegen „Kinderunfälle vermeiden“ einsetzen: die örtliche Polizei, die Feuerwehr, die Ortsgruppe der Deutschen Lebensrettungsgesellschaft, die lokalen Turn- und Sportvereine, Krankenkassen und Versicherungen. Alle diese Partner könnten daran interessiert sein, gemeinsam mit Ihnen die Veranstaltung durchzuführen oder Bausteine beizusteuern. Ein wichtiger Aspekt ist auch die Erste Hilfe. Sprechen Sie mit Hilfsorganisationen, wie z.B. der Johanniter Unfallhilfe oder dem Deutschen Roten Kreuz, ob ein Mitarbeiter Erste-Hilfe-Maßnahmen demonstrieren kann. Es ist darüber hinaus sinnvoll, für eventuelle Notfälle gerüstet zu sein, gerade bei sportlichen Aktionen.

Nicht nur fachlich-inhaltliche Kooperation ist hilfreich, sondern auch von den Partnern eingebrachte organisatorische, finanzielle oder geldwerte Leistungen. Sollten Kosten für das Ausleihen von Aktionsmitteln entstehen, so sind möglicherweise Banken oder örtliche Firmen zu Spenden bereit. Der Einzelhandel kann angesprochen werden, um mit der Bereitstellung von Lautsprechern, Getränken, Verpflegung, Dekoration, kleinen Preisen zu Ihrer Aktion beizutragen.

### **Gut geplant ist halb gewonnen: Wie eine Gemeinschaftsaktion gelingen kann**

Wer einen Kindersicherheitstag oder das Thema Kindersicherheit im Rahmen einer größeren Veranstaltung anbieten möchte, dem steht ein breites Spektrum von Möglichkeiten zur Verfügung. Dies betrifft sowohl die Zielgruppen, als auch die Art der Aktion. Zu den anzusprechenden Personen zählen unter anderem Mütter, Väter, Großeltern, Babysitter, Erzieherinnen sowie die Kinder selbst. Als mögliche Aktionen bieten sich unter anderem Aufklärung zu verschiedenen Gefahrenorten, Ausstellungen für die Erwachsenen sowie Bewegungsangebote und Aktionen für Kinder an.

### **Dynamik ist attraktiv**

Voraussetzung für eine gelungene Veranstaltung ist eine gute, d.h. zielgruppengerechte Auswahl der Aktionen und Informationsangebote. Auch Größe, Umfang, zeitlicher und finanzieller Rahmen müssen vorher genau überlegt sein.

Damit die Veranstaltung dynamisch bleibt, bietet sich ein Wechsel von besonderen Aktionen an wie z.B. Gewinnverkündigung einer Verlosung, Musik und Pausen.

### **Griffiges Motto finden**

Wenn eine entsprechende Auswahl von Aktivitäten getroffen wurde und damit der Charakter der Veranstaltung feststeht, sollte ein Motto im Mittelpunkt stehen. Dies kann sich an dem diesjährigen Motto der BAG orientieren: „Kindersicherheit ist bunt!“ -

Kindersicherheitstag 2016 in XY (Ihre Stadt)“. Auch ein eigenes Motto kann sinnvoll sein, das sich auf die Rahmenbedingungen vor Ort beziehen kann z.B. bei Gesundheitstagen oder Kinderfesten.

## **Kniffe für die Terminplanung**

Wenn Termin, Aktivitäten und Motto gefunden sind, kann es losgehen. Veranstaltungen in Innenstädten sollten ca. sechs bis zehn Monate vorher beim Ordnungsamt angemeldet werden. Je nach Größe und Partnerzahl ist es darüber hinaus notwendig, sich ebenfalls ca. sechs Monate vorher zu treffen, um die Vorbereitungsarbeiten zu planen und aufzuteilen.

Für weitere Schritte wie Plakate, Pressemitteilungen oder Materialbestellung bietet sich folgende Vorgehensweise an: Um den geeigneten Termin für den Beginn einer Aktivität festzulegen, rechnet man „von hinten“. Festgestellt wird dabei zuerst, wann z.B. die Plakate vorliegen müssen, damit sie verteilt und aufgehängt werden können. Möchte der Veranstalter drei Wochen vor der Aktion die Plakate verteilen – dann wird von diesem Termin rückwärts im Kalender gerechnet: zwei Wochen benötigt die Druckerei, vier Wochen das Grafikstudio – macht zusammen neun Wochen. Das heißt, dass ca. neun Wochen vor der Veranstaltung das Grafikbüro mit der Plakatgestaltung beginnen muss. Ähnliches gilt für Infolyer, Give-aways, Pressearbeit oder Werbemittel.

## Beispiel für eine Checkliste zur Aktionsplanung

Datum	Aktivität/ Aufgabe	Wer	Beginn	Fertig bis	OK
	Aktionsplan erstellen und mit allen Beteiligten abstimmen				
	Veranstaltungsort festlegen und buchen <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kindergarten, Schule, Bürgerzentrum, öffentlicher Platz, Gesundheitseinrichtung</li> <li>▪ Ordnungsamt informieren/ Vorschriften kennen und berücksichtigen</li> <li>▪ Begehung</li> </ul>				
	Veranstungsverlauf <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lokale Bedingungen einbeziehen</li> <li>▪ Start der Veranstaltung</li> <li>▪ Betrieb der Aktionsstände</li> <li>▪ Mittagszeit</li> <li>▪ Nachmittagszeit</li> <li>▪ Abschluss</li> </ul>				
	Kooperationspartner <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Alle Mitwirkenden zum Thema Kindersicherheit schulen</li> <li>▪ Verantwortlichkeiten für den Aktionstag festlegen</li> <li>▪ Betreuung der Mitmachangebote</li> <li>▪ Ansprechpartner für die Presse, für die Gäste</li> </ul>				

## **Klassische Pressearbeit und mehr...**

Trommeln gehört zu einer erfolgreichen Veranstaltung – eine Pressemitteilung, ein Ansprechpartner und ein paar Hintergrundfakten sind dabei die Basis. Die lokalen Medien bringen meist gern eine Ankündigung der Veranstaltung und schließen eine weitere Berichterstattung an.

Sie sollten immer auch versuchen, die Presse für eine intensivere Berichterstattung zum Thema Kindersicherheit zu gewinnen. Viele Redaktionen müssen erst zu dem Bewusstsein gelangen, dass es sich um ein Thema handelt, dass von breitem Interesse ist (bzw. sein sollte). Attraktive Angebote für Redaktionen sind z.B. „Geschichten von Menschen“, die direkt dem realen Leben entstammen. Für die Kindersicherheit bedeutet dies, Mütter und Väter zu finden, die erzählen können, wie sie durch umsichtiges Verhalten einen Unfall verhindern konnten oder auch, wie sie mit einem tatsächlich geschehenen Unfall umgegangen sind.

## **Pressekontakt**

Das „A und O“ der Presse- und Medienarbeit heißt: Persönlicher Kontakt! Aus den Reihen der Veranstalter sollte eine Person bestimmt werden, die als Ansprechpartner/in gegenüber der Presse auftritt. Sie sollte alle Presseaktivitäten koordinieren und persönlichen Kontakt zu den Redaktionen aufbauen. Am Tag selbst organisiert sie das Pressegespräch oder die Pressekonferenz und steht für alle Anfragen zur Verfügung. Sie sollte über Basiswissen zum Thema Unfallverhütung von Kindern verfügen, die Experten kennen und Interviewpartner vermitteln.

Wenn Ihre Medienpartner erst einmal erfahren haben, dass sie ein kompetenter Ansprechpartner und zuverlässiger Partner sind, haben Sie gute Chancen, ein offenes Ohr für Ihr Anliegen zu finden.

Gehen Sie auf die spezifischen Interessen Ihrer jeweiligen Kontaktperson bei der Presse ein, berücksichtigen Sie die Arbeitsabläufe in den Redaktionen (lieber nicht am späten Nachmittag anrufen!), passen Sie sich soweit möglich dem grundsätzlich hohen Arbeitstempo der Journalisten an (nur prompte Informationen finden mit Sicherheit Eingang in die Berichterstattung) und scheuen Sie sich nicht vor dem „Klinkenputzen“, also beharrlicher Kontaktarbeit – es lohnt sich!

## **Pressemitteilung**

Die Pressemitteilung ist die Basis jeder Pressearbeit. Hier gehören die Fakten wie Termin, Ort, Zeit, Motto und die Namen der Veranstalter hinein. Sie sollte mit allen Beteiligten abgestimmt werden und ca. vier Wochen vor der Veranstaltung fertig sein. Um für eine öffentliche Veranstaltung zu werben, muss die Pressemitteilung ca. zwei Wochen vorher an alle lokalen und regionalen Medien wie Hörfunk (Lokalradio), Zeitungen, Anzeigenblätter und Fernsehen (Regionalfenster) verschickt werden.

Pressemitteilung – was ist zu beachten?	OK
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ eine DIN A4-Seite mit 40 Zeilen max. 70 Anschläge, Abstand 1,5-zeilig</li></ul>	
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Zentrale Inhalte immer an den Anfang, Ort und Zeit, hierauf folgen nähere Umstände usw.</li></ul>	
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Nur Tatsachen; Meinungen als Zitate formulieren</li></ul>	
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Namen: Vor- und Zuname, ggf. Titel, Institution/Funktion; nicht „Herr“ oder „Frau“</li></ul>	

## Pressekonferenz oder Pressegespräch?

Pressekonferenzen lohnen sich nur bei größeren Ereignissen und wenn wirklich eine Neuigkeit, die für die Allgemeinheit interessant ist, verkündet werden kann. Pressegespräche dienen der Hintergrundinformation und können im kleinen Rahmen stattfinden.

## Pressemappe

Die Pressemappe wird bei einer Pressekonferenz verteilt und Journalisten zugesandt, die nicht zur Pressekonferenz oder zur Veranstaltung kommen können. Sie kann auch sinnvoll sein, wenn keine Pressekonferenz stattfindet. Sie enthält z.B.

- eine kurze Pressemitteilung (s.o.)
- Hintergrund-Informationen
- Foto mit einem Vorschlag für einen (kurzen) Text, der unter dem Foto erscheinen soll.

## Telefon-Aktion

Unter dem Motto „Laien fragen – Experten antworten“ stehen Fachleute für ein oder zwei Stunden unter einer bestimmten Telefonnummer öffentlichkeitswirksam zur Verfügung und beantworten Fragen der Anrufenden. Telefonaktionen können zusammen mit einer Zeitung, einer Rundfunk- oder TV-Station oder im Internet als Chat durchgeführt werden und parallel zur Kindersicherheits-Veranstaltung stattfinden. Begleitende Vor- und Nachberichterstattung ist sinnvoll.

## Checkliste zu Werbung und Öffentlichkeitsarbeit

Datum	Aktivität/ Aufgabe	Wer	Beginn	Fertig bis	OK
	<b>Werbung</b>				
	Give-aways <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Etat für Werbemittel festlegen</li> <li>▪ geeignete Werbemittel auswählen</li> <li>▪ Verteilaktion bestimmen (Verlosen, Verschenken, als Mitmach-Andenken)</li> <li>▪ Bestellung aufgeben (ca. 6 Wochen vorher)</li> </ul>				
	Aktionsbekleidung <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Geeignete T-Shirts oder ähnliches auswählen</li> <li>▪ Für Betreuer und/oder für Besucher bestellen</li> </ul>				
	am Veranstaltungsort <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Rechtzeitige Begehung mit allen Kooperationspartnern</li> <li>▪ Veranstaltungsverlauf an Örtlichkeiten anpassen</li> <li>▪ Gefällige Dekoration des Raumes/Platzes planen und umsetzen</li> <li>▪ Information und Einladung an die umliegenden Geschäfte</li> <li>▪ Notfallplan (Was tun bei Regen, Hitze...)</li> </ul>				
	<b>Öffentlichkeitsarbeit</b>				
	Pressearbeit <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pressemitteilung</li> <li>▪ Experten als Interviewpartner benennen</li> <li>▪ Verteilerliste mit allen Medien in der Region und lokal (Zeitungen, Hörfunk, Fernsehen)</li> <li>▪ Pressemappen vorhalten</li> <li>▪ „Geschichten von Menschen“ finden</li> </ul>				
	Plakate <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ BAG-Plakate übernehmen (s. Download) oder Eigenproduktion</li> <li>▪ Anzahl festlegen, auch als Dekomaterial für den Aktionstag</li> <li>▪ Aushang zwei Wochen vorher in Geschäften, VHS und weiteren öffentlichen Einrichtungen</li> </ul>				
	Gäste <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lokale Prominenz einladen (Bürgermeister, Parteien, Amtsleiter, Firmen, Pfarrer usw.)</li> </ul>				

## Und schließlich: Ihr Bericht

Sie haben eine erfolgreiche Sicherheitsaktion durchgeführt. Natürlich interessiert uns, welche Erfahrungen Sie gemacht haben. Wir wollen für künftige Aktivitäten lernen! Und schließlich sollen Ihre Erfahrungen denen zugutekommen, die in Zukunft in einer anderen Stadt auch einen Kindersicherheitstag durchführen.

Schreiben Sie uns einen Bericht, wie der Tag bei Ihnen abgelaufen ist, und vor allen Dingen, wie die Kinder und Eltern reagiert haben.

Welche Anregungen können Sie geben?

Was haben Sie an Neuigkeiten erfahren?

Wir freuen uns auf Ihren Bericht. Auch Fotos und Medien-Veröffentlichungen sind herzlich willkommen!

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg!