



Medien- und Öffentlichkeitsarbeit

Öffentlichkeit für ein Projekt kann man auf verschiedenen Wegen erlangen – Medienarbeit ist nur einer davon!

Es gibt Mitteilungen, die beispielsweise auf einem Flyer, mit einem persönlichen Brief oder an einem Infoabend besser ankommen als via Medien.

Deshalb ist es wichtig, mit der Beantwortung einiger Schlüsselfragen zu überprüfen, ob andere Kanäle nicht sinnvoller sind, bevor du eine Medienmitteilung schreibst:

Checkliste Öffentlichkeitsarbeit	
1. Zielgruppe(n) definieren	An wen richtet sich unsere Mitteilung? Bsp. Regionalpresse, Regional-TV, PolitikerInnen, Gemeinde, Schulen, RegionalleiterInnen unseres Verbandes usw.
2. Ziele setzen	Bsp. Ein Artikel im Regionalteil der Zeitung X, ein neuer Kontakt mit Jugendverband der Region Z usw.
3. Botschaft definieren	Welche Inhalte wollen wir genau weitergeben? Bsp. Durch unser Projekt haben 500 Kinder Zugang zu sauberem Trinkwasser.
4. Mittel definieren	Wie bringst du deine Botschaften an die einzelnen Zielgruppen? Welche Kanäle (Flyer, Brief, Presse, Internet, Standaktion, Infoabend,...) eignen sich am besten? → Für jede Zielgruppe definieren. Bsp. Breite Öffentlichkeit: via Medienmitteilung an Regionalpresse Gemeinderat: via Gemeindebrief Jugendverband Y via Infoabend usw.



Du hast dich nach dem Beantworten der fünf Fragen entschieden, eine Medienmitteilung zu schreiben. Beachte dazu folgende Schritte:

Checkliste Medienmitteilung	
1. Verteiler/Adressliste festlegen	<p>An wen geht die Mitteilung? Wo möchten wir Artikel platzieren?</p> <p>→ Adressen von JournalistInnen und Medien deiner Region findest du auf dem Internet (Google). Das Institut für Medienwissenschaft (IMW) in Bern verfügt ausserdem über eine gute Linkliste zu Schweizer Medien: www.cx.unibe.ch/imw/links.htm.</p> <p>Die SAJV hilft dir bei Bedarf ebenfalls gerne mit ihrer Verteilerliste weiter.</p> <p>matthias.fiechter@sajv.ch</p>
2. Text schreiben	<p>Was ist unsere Botschaft, was ist unser „Aufhänger“? (siehe Frage 3)</p>
3. Medienmitteilung per Mail und per Fax verschicken	<p>Falls ein persönlicher Kontakt vorhanden ist, am besten auf die Redaktion plus eine Kopie direkt an den/die JournalistIn.</p>
4. Auskunft an JournalistInnen geben, erklären und Fragen beantworten.	<p>JournalistInnen sind meist keine Fachpersonen – man muss ihnen das Projekt gut erklären, damit sie gut darüber schreiben können. Nimm dir Zeit dazu und bereite dich darauf vor!</p>

Aufbau und journalistische Gliederung eines Medientextes:

Der Aufbau eines Textes nach journalistischen Kriterien bedeutet: Der Text richtet sich nicht nach der Chronologie des Geschehens, sondern zeigt **am Anfang das Wichtigste** auf. Steht hingegen das Wichtigste am Schluss, kann es gut sein, dass es rausgekürzt wird, denn journalistische Texte werden in der Regel von hinten nach vorn gekürzt!

Eine professionell aufgebaute Medienmitteilung erhöht die Chance, dass die JournalistInnen einen Artikel schreiben. Es lohnt sich daher, hier gute Vorarbeit zu leisten und die Informationen möglichst klar und ansprechend zu präsentieren. JournalistInnen haben meist nicht die Zeit, sich durch Texte durchzuarbeiten oder selber allgemeine Informationen einzuholen. Die Medienmitteilung muss daher klar, und die wichtigsten Informationen müssen auf den ersten Blick ersichtlich sein. Überprüfe deinen Text vor dem Versenden unbedingt noch einmal auf seine inhaltliche Klarheit und die sprachliche Richtigkeit. Lass den Text evtl. auch noch von einer aussenstehenden Person gegenlesen.



Journalistische Gliederung:	
1. Titel (ev. zusätzlich Obertitel und/oder Untertitel)	<p>Der Titel ist die „Nachricht über der Nachricht“. Er gibt verkürzt, dramatisiert und zugespitzt die zentrale Aussage des Textes wieder und schafft einen Leseanreiz.</p> <p>Achtung: Keine abstrakten, komplizierten Wörter verwenden, sondern möglichst prägnant und griffig schreiben!</p>
2. Lead	<p>Der Lead gibt Antwort auf die Fragen, die das Publikum als erste zum Thema stellen würde. Stilistisch ist es das Gegenteil vom chronologischen Schreiben. Der Lead ist eine knappe Zusammenfassung des Textes und enthält bereits die wichtigsten Informationen.</p> <p>Eine Orientierungshilfe für den Lead kann die „7 W-Fragen-Regel“ geben: wer?, was?, wo?, wann?, wie?, warum?, woher?</p>
3. Text	<p>Der Text erklärt, gibt Auskünfte und Hintergrundinformationen.</p>
4. Kontaktperson für weitere Informationen	<p>Die Kontaktperson kann bei Detailfragen Auskünfte geben – oft möchten Journalistinnen Zusatzinformation oder haben einzelne spezifische Fragen. Die Kontaktperson muss daher gut Bescheid wissen und unbedingt auch gut erreichbar sein!</p>

Eine Medienmitteilung schreiben heisst, Informationen auszuwählen und aufzubereiten:

- Möglichst kurz und prägnant schreiben, nicht allzu viele Informationen mitliefern
- Botschaft auf den Punkt bringen
- Anschaulich und konkret schreiben
- Bilder, Redensarten und Beispiele verwenden
- Fach- und Fremdwörter vermeiden (oder erklären)

Was einen guten Text ausmacht:

- Einfache Sprache, kurze Sätze, aktive Verben
- Anschauliches und farbiges Formulieren, keine Fremdwörter und kein Fachjargon
- Sparsam mit Eigenschaftswörtern umgehen
- Journalismus ist auf Aktualität ausgerichtet, schreibe daher unbedingt in der Gegenwart

Bereich: **Methoden / Arbeitshilfen**

Dossier: **10 Medien- und Öffentlichkeitsarbeit**



↳ Links:

- Junge Medien Schweiz (u. a. Medienberatung für Jugendliche)
<http://www.jungemedien.ch>
- Medienarbeit.at (Tipps & Tricks für eine erfolgreiche Medienarbeit)
<http://www.medienarbeit.at>
- SAJV (individuelle Beratung und umfangreicher Leitfaden)
matthias.fiechter@sajv.ch