

# Wissenschaftsjahr 2015 – Zukunftsstadt Heimatkunde-Aktion, Medienansprache

## Tipps für Lehrkräfte und Gruppenleitung: Wie erreichen Sie die lokalen Journalistinnen/Journalisten?

Um das Projekt Ihrer Schülerinnen und Schüler oder Jugendgruppe in die Öffentlichkeit zu tragen, finden Sie hier Tipps für die Ansprache der lokalen und regionalen Presse. Diese sollte erst dann erfolgen, wenn das Projekt mit den Jugendlichen angelaufen ist und es etwas zu berichten bzw. es einen sogenannten „Aufhänger“ gibt. Das kann zum Beispiel die Begehung der ausgewählten Fläche im Stadtgebiet sein oder die Vorstellung von Zwischenergebnissen der Gruppe.

### 1. Die richtigen Ansprechpartner/-innen finden

Zeitung, Wochenblatt, Online-Magazin, Lokalradio, regionaler Fernsehsender, Stadtmagazin – meist gibt es eine ganze Reihe von Medien, die über lokale Ereignisse berichten. Wenn Sie eine Regionalzeitung abonniert haben oder Anzeigenblätter erhalten, finden Sie die Kontaktdaten der Redaktion im jeweiligen Impressum. Eine Gesamtübersicht der am Ort aktiven Medien gibt es häufig im Internetauftritt der Stadt. Generell hilft das Internet weiter, weil auch die klassischen Medien zusätzliche Onlineangebote unterhalten und dort auch Kontaktmöglichkeiten nennen. Um die richtige Ansprechpartnerin oder den richtigen Ansprechpartner herauszufinden, eignen sich eine E-Mail oder besser noch ein Anruf bei der Redaktion.

### 2. Ansprache der Journalistinnen/Journalisten

Wenn Sie E-Mail-Adressen für die Lokalredaktionen vorliegen haben, sollten Sie Ihr Anliegen zu Beginn jeder Mail immer klar und kurz zusammenfassen. Nur so kann die Journalistin oder der Journalist einordnen, worum es geht. Orientierung bieten dabei die sogenannten W-Fragen: Was? Wer? Wann? Wo? Und vielleicht noch Warum?

Beispiel: „Meine Klasse/Gruppe nimmt an der Heimatkunde-Aktion des Wissenschaftsjahres 2015 – Zukunftsstadt teil. Dies ist eine Initiative des Bundesforschungsministeriums. Wir planen dabei die Umgestaltung der **hier Name der ausgewählten Freifläche** und möchten Sie einladen, darüber zu berichten.“

Auch wenn Sie zuvor schon telefonischen Kontakt mit der Journalistin oder dem Journalisten hatten, ist diese kurze Erinnerung an das Thema wichtig. In einer Redaktion gehen am Tag zahlreiche Anfragen ein. Auf diese Weise kann Ihr Projekt direkt als „bekannt“ identifizieren werden. Im Anhang der Mail können Sie Ihre Pressemitteilung versenden. Mehr zum Thema Pressemitteilung finden Sie unter Punkt 6.

### 3. Pressetermin

In Redaktionen werden aktuelle Nachrichten bis in den Abend verarbeitet. Dies ist bei der Organisation eines Pressetermins zu bedenken. Eine günstige Uhrzeit ist beispielsweise 10 Uhr am Vormittag. Der frühe Morgen oder der spätere Nachmittag eignen sich weniger.

#### **4. Interviewpartner**

Journalistinnen und Journalisten „brauchen“ Interviewpartner/-innen, um sogenannte O-Töne für Texte oder auch Radio- und Videobeiträge einholen zu können. Diese O-Töne tragen zur Lebendigkeit eines Berichts bei. Bei einem Projekt mit Jugendlichen ist es Journalistinnen und Journalisten wichtig, auch mit den beteiligten Jugendlichen zu sprechen und nicht ausschließlich mit der zuständigen Lehrkraft oder Gruppenleitung. Darauf sollte sich die Gruppe vorbereiten und eventuell Sprecherinnen und Sprecher auswählen, die frei über das Projekt berichten können und bereit sind, mit ihrem Namen und Alter in Veröffentlichungen genannt zu werden. Bei Jugendlichen unter 18 Jahren muss dazu das Einverständnis der Eltern vorliegen. Dies gilt ebenso für Bild- und Bewegtbildaufnahmen.

#### **5. Foto-/Filmaufnahmen**

In der Regel werden Berichte in Zeitungen oder Online-Publikationen bebildert. Für eine optisch ansprechende Illustration ist es wichtig, dass etwas Interessantes zu sehen ist. Menschen sind interessanter als leere Orte. Ein Gruppenfoto oder eine Aktion auf der ausgewählten Freifläche ist aussagekräftiger als eine Gesprächssituation im Klassenraum.

#### **6. Pressemitteilung**

Um Medien für eine Berichterstattung zu interessieren und Medienresonanz zu erzielen, kann auch eine Pressemitteilung versendet werden. Dafür stellen wir Ihnen eine Musterpressemittelung zur Verfügung. Im Absatz „Projektbeschreibung“ können Sie Ihr Projekt darstellen. Eine Hilfe bei der Formulierung bietet der Leitfaden zum Verfassen von Pressemitteilungen unter [www.heimatkunde-aktion.de/oeffentlichkeitsarbeit](http://www.heimatkunde-aktion.de/oeffentlichkeitsarbeit). Es folgen weitere vorformulierte Absätze zur Heimatkunde-Aktion und zum Wissenschaftsjahr, sodass die Presse einordnen kann, dass es sich um eine Aktion des Bundesforschungsministeriums handelt.

#### **7. Bild zur Pressemitteilung**

Bieten Sie Print- und Onlinemedien auch ein honorarfreies Foto an. Schreiben Sie dazu eine Bildunterschrift, die das Foto erläutert. Die abgebildeten Personen sollten dabei mit Vor- und Nachnamen genannt werden – außer es handelt sich um eine größere Gruppe (Faustregel: mehr als fünf Personen). Nennen Sie als Bildquelle beispielsweise „privat“ oder den Namen der Schule bzw. der Jugendeinrichtung.