

Was ist Medienarbeit?

Medienarbeit ist ein Teil von Öffentlichkeitsarbeit und meint die Bereitstellung von Informationen (mittels Medienmitteilung) für die Massenmedien (Zeitung, Radio, Fernsehen, Online-Medien). Ziel dabei ist es, die Medien für eine Berichterstattung zu gewinnen.

Wieso Medienarbeit?

Damit die Medien über einen Anlass oder ein Projekt von der Jubla berichten, müssen sie zuerst darüber erfahren. Mittels Medienmitteilung informierst du die Medien über die Jubla und erleichterst ihnen gleichzeitig auch das Verfassen eines Berichtes.

Wie funktioniert Medienarbeit?

Für eine erfolgreiche Medienarbeit sind zwei Dinge entscheidend: Die **Medienmitteilung** und der **Kontakt zu den Medien**. Eine gut geschriebene, pressefreundliche Medienmitteilung ist das A und O. Je besser dein Draht zu den Medien in deiner Region, desto wahrscheinlicher ist es, dass sie deine Medienmitteilung auch tatsächlich berücksichtigen.

Medienmitteilung:

Wie erzähle ich eine Geschichte pressefreundlich?

- **Titel:** Der Titel dient dazu, die Aufmerksamkeit der Lesenden auf sich zu ziehen. Er ist kurz und einfach formuliert und darf durchaus auch mal provokativ sein. Der Titel sagt genau, worum es geht, beinhaltet also deine Hauptbotschaft.
- **Lead:** Der Lead dient als kurze Zusammenfassung und enthält eine klare Hauptbotschaft sowie alle wichtigen Informationen. Er sollte nicht zu ausführlich sein, dennoch muss den Lesenden nach diesen Zeilen klar sein, worum es geht. Der Lead ist für die Lesenden eine Entscheidungshilfe, ob er/sie weiterlesen will oder nicht. Als Kontrolle bzgl. Vollständigkeit dienen dir die W-Fragen (Wer, Was, Wann, Wo, Wie viele, Wie, Weshalb?)
- **Text:** Hier wird die eigentliche Geschichte erzählt. Schreibe keine Abhandlung vom Tag, sondern erzähle eine Geschichte. Streiche auch die Einzigartigkeit des Anlasses/Projektes hervor.
 - Zitate von Personen einbauen (beim ersten Mal voller Name und Funktion nennen)
 - Der Satzsatz sollte möglichst prägnant sein und im Besten Fall eine Botschaft enthalten. Was die Lesenden zuletzt lesen, bleibt ihnen.
 - Schreibe lebendig, aber bleibe bei der Wahrheit und übertreibe nicht.
- **Botschaft platzieren:** Überlege dir immer, was die Hauptbotschaft deiner Medienmitteilung sein soll und erzähle deine Geschichte rund um diese Hauptbotschaft. Beispiel für Hauptbotschaft: Engagement für die Gesellschaft.
- **Verständlich schreiben:** Wähle kurze, einfache Sätze. Vermeide lange Sätze, Füllwörter, übertriebene Superlative. In der Kürze liegt die Würze!
- **Interne Jubla-Sprache vermeiden:** Abkürzungen, Insiders usw. werden von Aussenstehenden nicht verstanden und gehören nicht in einen Text, der für die Öffentlichkeit bestimmt ist.
- **Länge:** Der Text darf nicht zu lang sein (ca. 2000 bis 2500 Zeichen, inklusive Leerschläge)
- **Kontakt Daten:** Platziere Kontaktdaten abgetrennt vom Text. Achte auf Vollständigkeit (Name, Funktion, Telefonnummer, Emailadresse, Adresse Webseite)

- **Fotos:** Fotos unterstützen deinen Text. Füge deiner Medienmitteilung max. 3 Fotos in guter Auflösung (ca. 1 MB) an.
- **Bildlegenden:** Liefere eine Bildlegende oder zumindest Stichworte und Namen der abgebildeten Personen mit.
- **Layout:** Erstelle eine Vorlage für Medienmitteilung und verwende immer die gleiche Vorlage. Sorge für ein übersichtliches Layout (Titel, Lead, Haupttext, Informationen zur Jubla, Kontaktdaten) und verwende eine gut leserliche Schrift. Verwende Kopf- und Fusszeilen mit Logo, Name deiner Schar und Kontaktdaten).
- **Schlusskontrolle:** Lasse deine Medienmitteilung von einer zweiten Person gegenlesen und auf Fehler überprüfen. So garantierst du ein professionelles Auftreten.

Kontakt zu Medien:

Wie liefere ich eine Medienmitteilung an die Medien?

- **Versand per Mail:** Deine Medienmitteilung verschickst du per Mail an die Redaktion oder direkt an den/die Journalist/in.
- **Format:** Füge deinen verfassten Text direkt in dein Mail ein und hänge ihn zusätzlich als PDF im Anhang an.
- **Fotos:** Füge die Fotos ebenfalls im Anhang an.

Medienverteiler:

Sammele übers Internet die Kontaktdaten aller Medien aus deiner Region (Name Medium, Adresse, Telefonnummer, Email-Adresse der Redaktion) und trage sie in einer Excel-Liste zusammen. Füge deinem Medienverteiler einzelne Journalist/innen hinzu, die du persönlich kennst oder mit denen du bereits einmal Kontakt bzgl. eines Berichts hattest. Verwende diesen Medienverteiler bei jeder Medienmitteilung, die du verschickst.

Kontakt zu Medien pflegen:

- Rufe nach dem Versand deiner Medienmitteilung bei der Redaktion an und frage nach, wie es bzgl. Interesse aussieht. Insbesondere wichtig bei Radio und Fernsehen.
- Stehe für Fragen zur Verfügung. Lasse keine Zeit verstreichen. Die Medien arbeiten unter starkem Zeitdruck.
- Fordere die Möglichkeit den von den Journalist/innen verfassten Text gegenzulesen. Scheue dich nicht davor, Korrekturen anzubringen.
- Bedanke dich bei den Journalist/innen persönlich für Ihre Berichterstattung.
- Lade Journalist/innen auch mal einfach so zu einem Anlass deiner Schar ein oder schicke ihnen unverbindlich Informationen zu deiner Schar.
- Vergiss nicht: Journalist/innen sind Freund und Feind zugleich. Behandle sie aber stets als Freund. Sei freundlich, dankbar und kooperativ.

Wende dich bei Fragen zu diesem Merkblatt an die/den PR-Verantwortliche/n in deinem Kanton oder

Jungwacht Blauring Schweiz

Bereich Marketing, Kommunikation

Telefon 041 419 47 47

Email: kommunikation@jubla.ch