Presse- und Medienarbeit

Zu Beginn der Zusammenarbeit mit der Presse sollte eine Analyse der lokalen Printmedien vorgenommen werden. Hiervon ausgehend kann ein Presseverteiler der Zeitungen und Zeitschriften der Kommune und des Landkreises aufgebaut werden. Nicht jeder Artikel passt in das Konzept jeder Zeitschrift und eignet sich gleich gut für eine Veröffentlichung. Durch einen Verteiler ist es jedoch einfacher, thematische und zielgruppenspezifische Informationen zu streuen. Es kann sich am Anfang daher als sinnvoll erweisen, bereits vor dem Verfassen des Textes bei den Redaktionen anzufragen, ob Interesse besteht und eine kurze Zusammenfassung des Artikels vorzubereiten aus dem in wenigen Worten die Kernthesen hervorgehen. Hierdurch hat die Redaktion die Möglichkeit vorab zu überprüfen, ob der Artikel inhaltlich passt. Weiterhin ist es gut, vorab in Erfahrung zu bringen, welche stilistischen und technischen Vorgaben es in den Redaktionen für Beiträge gibt. Je besser der Artikel oder die Pressemitteilung zu den Anforderungen passt, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass es zu einer Veröffentlichung kommt.

Grundlegend für die Zusammenarbeit mit der Presse ist, mit den Redakteurinnen und Redakteuren stets in Kontakt zu bleiben, um so als erste Ansprechpartnerin oder erster Ansprechpartner für Grundbildung wahrgenommen zu werden. Wenn eine Veranstaltung geplant wird oder eine Aktion an einem öffentlichen Ort als Teil der Grundbildungsstrategie stattfindet, sollte die Presse stets informiert werden. Eine weitere Möglichkeit besteht darin, Veranstaltungen auf denen auch Pressevertreterinnen und Pressevertreter zugegen sind, zu besuchen. Dies können z. B. öffentliche Sitzungen des Haushalts- und Wirtschaftsausschusses oder auch andere größere Veranstaltungen der Kommune, wie zum Beispiel Neujahrsempfänge oder ähnliche Anlässe sein.

Das Pressekit

Als Grundlage der eigenen Pressearbeit ist es ratsam ein Pressekit zusammenzustellen. Für das Kit eignen sich vorformulierte Pressebausteine, die hausintern abgestimmt sind. Hierdurch ist es möglich, für spontane Presseanfragen Texte in der Hinterhand zu haben, die bedenkenlos weitergegeben werden können. Diese könnten eingangs eine kurze Erläuterung zu funktionalem Analphabetismus und der Relevanz des Themas geben und dann auf die Arbeit vor Ort, die aktuellen Schwerpunkte und Entwicklungen eingehen. Es hat sich gezeigt, dass das Vorhalten eines längeren und ausführlicheren Texts sowie eines etwas kürzeren sehr sinnvoll ist, da sich die Redaktionen so die für sie relevanten Informationen zusammenstellen können. Ein weiterer Bestandteil des Kits sind Bilder der lokalen Grundbildungsarbeit, die zur Veröffentlichung weitergegeben werden können. Hierfür ist es im Vorfeld wichtig, dass Einverständnis aller Personen einzuholen, die auf den Bildern zu sehen sind, sowie die Urheberschaft zu klären.

Pressemitteilungen

Pressemitteilungen eignen sich, um über aktuelle Entwicklungen vor Ort aufmerksam zu machen. Zu besonders wichtigen Gelegenheiten (Beginn der Grund-

Dieser Text steht unter der Lizenz CC BY SA 4.0. Der DVV soll als Urheber bei einer Weiterverwendung genannt werden.

bildungsarbeit oder Aktionstagen, wie dem Weltalphabetisierungstag) lohnt sich mitunter die Organisation einer Pressekonferenz zu der alle Vertreterinnen und Vertreter der Lokalpresse eingeladen werden. Nicht nur die Veröffentlichung in lokalen oder regionalen Zeitschriften sondern auch in lokalen Presseportalen, auf der Internetseite der Volkshochschule, den Social Media Kanälen, im hauseigenen Magazin, im regelmäßigen Grundbildungsnewsletter der Volkshochschule oder im Programmheft kommen hierfür in Frage.

Beim Schreiben einer Pressemitteilung gelten die grundlegenden Regeln der Öffentlichkeitsarbeit. Bei den Überlegungen zum Inhalt und Aufbau der Pressemitteilung sollten vor allem die Interessen der Leserinnen und Leser im Zentrum stehen. Zur Erstellung kann sich an folgenden Fragen orientiert werden:

- Was spricht die Leserinnen und Leser an?
- Wie formuliert man die Überschrift, sodass sie sich von anderen abhebt und Aufmerksamkeit erregt?
- Wie kann man aus der Information eine Geschichte bauen, die lesenswert ist?

Die maximale Länge einer Pressemitteilung ist eine Din A4 Seite. Sollte die Pressemitteilung diese Länge übersteigen, muss entweder gekürzt oder der Text so umformuliert werden, dass er für zwei kurze Mitteilungen reicht. Grundsätzlich sollte immer von einer relativ geringen Aufmerksamkeitsspanne der Leserinnen und Leser ausgegangen werden und darum so präzise und knapp wie möglich die wichtigsten Informationen auf den Punkt und spannend in Zusammenhang gebracht werden. Wenn die Pressemitteilung in der lokalen oder regionalen Presse veröffentlicht wird, lohnt es sich nach dem Veröffentlichungsdatum des Textes zu fragen. Hierdurch können die Reaktionen der Leserinnen und Leser bei Print- und Onlinezeitungen (zum Beispiel durch Onlinekommentare oder Leserbriefe) verfolgt werden.

Interviews mit lokalen Schlüsselpersonen

Sollte es eine lokale Schirmherrin oder einen lokalen Schirmherren für Grundbildung geben, kann auch ein Interview mit dieser Person zu einer Veröffentlichung in der Presse führen. Dies dient nicht nur dem positiven Image der Schirmherrin oder des Schirmherren sondern generiert auch Aufmerksamkeit für das Thema Grundbildung. Zudem können auch andere Schlüsselpersonen aus der Kommune oder Unternehmen zu dem Thema interviewt werden. Unter Umständen gibt es in einer Lokalzeitung auch die Möglichkeit, ein Themendossier zu besetzen und wöchentlich oder monatlich Interviews unterschiedlicher Personen zu dem Thema zu erstellen.

Website / Blog

Die Gestaltung einer eigenen Internetseite oder einer eigenen Homepage bietet die Gelegenheit den Informationen, denen Gehör verschafft werden soll, den nötigen Raum zu geben. Es gibt kostenfreie Lösungen für das Erstellen von Blogs, die so intuitiv gestaltet sind, dass hierfür keine vertieften Kenntnisse nötig sind. Wichtig ist

Dieser Text steht unter der Lizenz CC BY SA 4.0. Der DVV soll als Urheber bei einer Weiterverwendung genannt werden.

dabei sicherzustellen, dass die Internetseite aktuell bleibt und regelmäßig mit neuen Inhalten befüllt wird. Auch Pressemitteilungen und Berichte über öffentlichkeitswirksame Veranstaltungen und Aktivitäten können hier Platz finden. Besonders bei der Gestaltung von Internetseiten und Blogs ist es wichtig darauf zu achten nur Bildmaterial zu verwenden, bei denen das Einverständnis aller abgebildeten Personen vorhanden ist. Weiterhin sollte immer auf die Urheberschaft der Fotografin oder des Fotografen hingewiesen werden. Die Gestaltung der Website oder des Blogs sollte so nutzerfreundlich wie möglich sein. Es macht daher Sinn dieses durch Außenstehende überprüfen zu lassen und somit die Wahrscheinlichkeit zu erhöhen, dass die Informationen auch gefunden werden.

Die Website oder der Blog kann als Medium genutzt werden, durch das alle Aktivitäten verfolgt werden können. Aktuelle Berichte, Video- und Radiobeiträge oder Auftritte mit lokalen Schlüsselpersonen sind hier gesammelt abrufbar. Die Website kann weiterhin die Möglichkeit bieten, sich als Nutzerin oder Nutzer für den regelmäßig erscheinenden Newsletter einzutragen.

Tipp

Sie können auch einen Grundbildungs-Newsletter erstellen, in dem Sie zu einem festgelegten Rhythmus (z. B. vierteljährlich) über Neuerungen im Bereich Grundbildung informieren. Besprechen Sie die Erstellung eines Newsletters auch in Ihrem Grundbildungsnetzwerk.

Kooperationen mit Radio und Fernsehen

Äußerst wirksam für die Erreichung einer breiten Öffentlichkeit sind Beiträge im Radio oder Lokalfernsehen. Ähnlich wie bei der Presse ist auch hier die Recherche passender Sendeformate vorab wichtig. Möglicherweise gibt es einen Radiosender, der Interesse an einer Sendereihe zum Thema Weiterbildung hat und auch Alphabetisierung und Grundbildung platziert werden kann oder es ist möglich eine ganze Sendung im Radio oder Fernsehen mit einem Beitrag im Bereich dieses Schwerpunktthemas zu organisieren.

Social Media

Durch eine Präsenz auf Facebook, Twitter oder Instagram entsteht die Möglichkeit, die Inhalte der Website einem noch größeren Publikum zugänglich zu machen. Hierdurch kann sowohl das mitwissende Umfeld, als auch Betroffene angesprochen werden. Wichtig ist es die Webpräsenzen aktuell zu halten und immer wieder neue Follower und Freunde zu gewinnen, um hierdurch die Reichweite der Öffentlichkeitsarbeit zu erhöhen. Durch die Nutzung von Social Media Kanälen entsteht auch die Chance im direkten Austausch mit Interessierten zu stehen und Anregungen für die eigene Arbeit zu erhalten.

GEFÖRDERT VOM
AlphaDekade 2016–2026
Bundesministerium für Bildung und Forschung

Dieser Text steht unter der Lizenz CC BY SA 4.0. Der DVV soll als Urheber bei einer Weiterverwendung genannt werden.