

Wer ein paar Jahre Gruppenstunden-Erfahrung hat oder die fünfte, sechste, x-te Veranstaltung geplant und durchgeführt hat, kann ein Liedchen davon singen: oft nützt es nichts, nur nützliche Jugendarbeit zu machen. Es ist auch wichtig, daß es „wichtige“ Leute bemerken.

# WIE SAG ICH'S DEN JOURNALISTEN ...

Michael Lier

*Es muß ja nicht gleich ein  
Fernsehteam kommen!  
Vielleicht war es eine  
Mittellung an die Redaktion,  
die die beiden auf die Aktivitäten  
der JRK-Gruppe neugierig  
gemacht hat?!*

**E**inschneidenden Etat-Kürzungen in der Jugendarbeit können wir am besten begegnen, wenn es uns gelingt, die Jugendrotkreuz-Arbeit in ihrer Vielseitigkeit noch besser darzustellen. Und da ist wahrscheinlich noch vieles zu tun. In nicht wenigen DRK-Kreisverbänden erregen beispielsweise Wandervereine mit 40 Mitgliedern mehr Aufsehen in der Presse als dies das vielfach so starke Jugendrotkreuz im Stande ist. Und das nicht, weil die Wandertreunde wiederum durch einen Gewaltmarsch die Hürde zur Aufnahme ins Guinness-Buch der Rekorde überwunden haben. Nein! Kleine, alltägliche Gegebenheiten dienen oftmals als Vorlage für eine detaillierte Berichterstattung. Da sind auch die Jugendfeuerwehren, die Pfadfinder, ... bald werden es die Binnenseetaucher und Brieftaubenzüchter sein. Alle ringen über eine geschickte Öffentlichkeitsarbeit um Aufmerksamkeit, um Akzeptanz, um Finanzhilfen und andere Unterstützung.

In diesem Beitrag soll im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit auf Pressemitteilungen in regionalen Zeitungen eingegangen werden. Prinzipiell stehen uns hierbei zwei Wege offen: entweder wir überlassen das Schreiben über eine Veranstaltung einem professionellen Journalisten oder wir formulieren selbst einen Zeitungsartikel.



## DIE KONTAKT- PFLEGE ZU JOURNALISTEN

In einem ersten Schritt sollte in den eigenen JRK-Reihen (im Ortsverband oder Kreisverband) ein(e) Verantwortliche(r) gefunden werden, der (die) den Kontakt zur örtlichen Presse hält. Dies wird oft ein JRK-Gruppenleiter oder der Kreisjugendleiter sein. Doch in so manchem JRK-Mitglied schlummern kommunikative Talente, die helfen, solch einen Job auszufüllen. Der oder die Presseverantwortliche sollte alsbald ersten Kontakt zu Journalisten aufnehmen. Ein möglicher Weg:

- Auflisten der in Frage kommenden Regionalzeitungen,
- Anrufen und Erfragen, welche Journalisten für Jugendfragen beziehungsweise Vereins- und Verbandsnachrichten zuständig sind,
- einen kurzen, persönlich formulierten Brief an den entspre-

chenden Journalisten senden, aus dem zumindest drei Dinge hervorgehen. 1) Wer ist ab jetzt Ansprechpartner im Jugendrotkreuz, wenn es um Pressemitteilungen geht? 2) Über welche Art von JRK-Veranstaltungen soll künftig verstärkt berichtet werden? 3) Ankündigen, daß man demnächst telefonisch Kontakt aufnehmen wird.

In einem nächsten Schritt empfiehlt es sich nach circa zwei bis vier Tagen telefonisch einen Gesprächstermin mit dem zuständigen Journalisten in den Räumlichkeiten der Redaktion zu vereinbaren.

**E**s folgt die Vorbereitung auf das anstehende Gespräch, in dem beispielsweise einige Artikel, die diese(r) Journalist(in) bereits in der Zeitung geschrieben hatte, gesammelt und begutachtet werden. Desweiteren ist es vorteilhaft, eine Frageliste für das Gespräch zu erstellen.

Im Gespräch mit Journalisten sollte der Presseverantwortliche des JRK unbedingt erfragen, welche Interessenschwerpunkte die Redaktion oder der Journalist hat und wann der Redaktionsschluß für einzureichende Beiträge ist. Sinnvoll ist es, Adresse und Telefonnummer zu hinterlassen und erste Schriftstücke zu überreichen (Veranstaltungseinladungen, Kurzprotokoll einer Gruppenleitersitzung, bereits erschienene Zeitungsartikel über Aktivitäten eigener oder anderer JRK-Gruppen).

Der oder die Presseverantwortliche des JRK ist desweiteren dafür zuständig, laufend Informationen an den/die Journalisten zu versenden. Auch wenn das meiste in der Ablage „P“ landet, so beschweren sich Journalisten eher über zu wenig als über zu viel Informationsmaterial. Auch Zeitungsleute erfreuen sich an Mitgliederrundschreiben, Originaleinladungen zu Veranstaltungen und ähnlichem. Auf diese Weise erhalten sie einen ersten Eindruck darüber, was beim Jugendrotkreuz alles läuft. Was nun genau an die betreffenden Journalisten

geschickt werden soll, dafür muß der oder die Presseverantwortliche ein Gespür entwickeln (Papier ist zwar oft geduldig, zu viel davon macht aber den Empfänger ungeduldig).

## VORSICHT: AKTIONISMUS SCHADET EHER!

Die beschriebene Vorgehensweise hat sich, auch wenn sie etwas aufwendig erscheint, bewährt. Bei all der Mühe darf zweierlei nicht vergessen werden: Zum einen bringt der Kontakt zur Presse neben der Arbeit auch Spaß für den JRK-Presseverantwortlichen. Zum anderen ist eine kontinuierliche, wohl überdachte Vorgehensweise eher von Erfolg gekrönt als unregelmäßige Ad-hoc-Aktionen.



## VERANSTALTUNGEN SOLLTE MAN ANKÜNDIGEN

Ein kurzer Vorbericht an die Redaktion hilft Pluspunkte sammeln; eine erneute schriftliche Einladung, zwei Tage vor dem Startschuß, ist nötig. Alle Schreiben sollten einen individuellen Eindruck machen (also keine kopierte Sammeleinladung). Es ist ratsam, gleich das richtige Ressort beziehungsweise den zuständigen Mitarbeiter in der Redaktion direkt anzusprechen. Bei einer guten Vorarbeit besteht eher ein persönlicher Kontakt zum verantwortlichen Journalisten.

Aus dem Einladungsschreiben sollte neben Ort, Veranstaltungsbeginn und -ende auch hervorgehen, welcher Zeitraum am besten geeignet ist, die Highlights miterleben zu können. Vor allem Pressefotografen sollten wissen, wann und wo die lebhaftesten Action-Aufnahmen geschossen werden können. Bei geschickter Vorbereitung unsererseits gelingt es nahezu jedem Fotografen, die üblichen gestellten Gruppenfotos zu vermeiden.

Nicht vergessen: Vor Ort sollte ein Presseplätzchen reserviert sein; für eine weitergehende unaufdringliche Betreuung ist jede/r Journalist/in dankbar.

*Inhalt einer kleinen  
Pressemappe:*

- Hinweise über Art und Thematik der Veranstaltung
- Liste der Mitwirkenden
- vorhandene Redetexte
- Auflistung von Besonderheiten der Veranstaltung;  
„hier haben wir zum ersten Mal ...“  
„Im Vergleich zu anderen Landesverbänden gibt es hier ...“
- Zahlenangaben über Veranstaltung mit Programm
- Allgemeines Werbematerial über das JRK
- Pressefotos, falls schon welche geschossen wurden  
(am besten schwarz/weiß-Abzüge auf weißem  
Hochglanzpapier, nicht kleiner als eine Postkarte)
- Notizpapier

Zur Bereicherung des Programms, bei passendem Anlaß, kann ein Journalist auch mal um Mitwirkung bei der Veranstaltung gebeten werden. Pressevertreter sind in der Regel sachkundige, versierte Teilnehmer oder Moderatoren an Podiumsgesprächen und Diskussionen. Ein Journalist, der selbst an unserer Veranstaltung teilnimmt, lernt unsere JRK-Arbeit aus nächster Nähe kennen.

## KOOPERATION MIT JOURNALISTEN VOR ORT

Ein von Journalisten selbst verfaßter Bericht hat immer die größere Chance, veröffentlicht zu werden. Einen bestmöglichen Eindruck von einer Veranstaltung erhalten Mitarbeiter einer Zeitung natürlich dann, wenn sie sich am Ort des Geschehens aufhalten. Da unsere Veranstaltung nicht die einzige sein wird, die ein Journalist zu besuchen hat, können wir dem Profi mit „sachdienlichen Hinweisen“ unter die Arme greifen. Das vereinfacht ihm die Arbeit und steigert unsere Öffentlichkeitswirkung.



## WAS PASSIERT NACH DER JRK-VERANSTALTUNG?

Ist der Presseartikel über unsere Veranstaltung erschienen, ist es gut und billig, ein Dankeschön auf den Weg zu schicken.

Es kann nützlich sein, in der Presse abgedruckte Beiträge zu sammeln und zu archivieren. Spätestens in fünf, sechs Jahren, wenn die auf den Fotos abgebildeten JRK-Mitglieder inzwischen erwachsen wurden, dann erübrigt sich die Frage: Warum sammeln?

Eine Dokumentation von Presseveröffentlichungen ist auch in der innerverbandlichen Darstellung, bei Jubiläen und dergleichen sehr dienlich.

**U**m Klagen über mangelnde Information vorzubeugen (und wo sie recht haben, haben sie recht!) sollte auch der Kreisverband, die Bereitschaft oder andere Gemeinschaften des DRK eine Kopie des Zeitungsartikels erhalten. Eine geschicktere innerverbandliche Werbung ist kaum möglich.

Desweiteren sind die Leserbriefspalten der Zeitungen nicht zu unterschätzen. Neben den Ster-

beanzeigen und dem Sportteil wird hier am meisten geblättert und natürlich gelesen. Hier können wir nach einer JRK-Aktivität selbst Meinungen äußern oder unsere Eltern und Bekannte einen Leserbrief schreiben lassen. In jedem Fall stoßen wir auf diesen Zeitungsseiten auf einen hohen Aufmerksamkeitsgrad. Oft erfahren über diesen Weg weit mehr Leser von unseren Veranstaltungen als über den sonst üblichen redaktionellen Teil.

Falls es uns gelingt, die eigenen JRK-Mitglieder zum Schreiben eines Leserbriefes anzuregen, erzielen wir darüber hinaus den Effekt, daß Gruppenmitglieder unmittelbar an der Öffentlichkeitsarbeit beteiligt sind.

Im allgemeinen ist zu beachten, daß keine Zeitung, kein interessierter Journalist benachteiligt wird.

Vorinformationen sind insbesondere erwünscht.

Am Jahresende oder an Geburtstagen ist ein guter Zeitpunkt, um Journalisten für ihre hilfreiche Unterstützung zu danken.

## EIGENBERICHTERSTATTUNG

Sollte für die Berichterstattung über eine JRK-Veranstaltung kein Journalist gewonnen werden, gilt es selbst zur Feder zu greifen. Im Fall von Zeitungsberichten heißt das allerdings selbst in die Tasten zu hauen.

– *Eigenberichte immer mit Schreibmaschine verfassen*

– *Zeilenabstand zweizeilig; zusätzlich breiten Rand für Korrekturen lassen*

– *Rückseiten nicht beschriften*

– *stets ein freundliches Begleit-schreiben beilegen*

– *bestmöglich: schwarz/weiß-Fotos hinzufügen*

**W**as den Inhalt von Zeitungsartikeln angeht, müssen wir uns nur an unsere Erste-Hilfe-Ausbildung erinnern. Wie hießen noch gleich die Fragen bei der Unfallmeldung?!? Zu den Grundvoraussetzungen des Artikelschreibens gehört die Beachtung der sechs „W’s“: **Wer, Was, Wann, Wo, Wie, Warum?** Die sechs Antworten werden häufig für selbstverständlich gehalten und gerade deshalb von eingeweihten alten Hasen zum Teil vergessen. Jeder Zeitungsartikel muß Ort, Zeit und Anlaß der Berichterstattung nennen. Desweiteren müssen Angaben, die den Zusammenhang der Geschehnisse kurz, knapp und klar erläutern, im Bericht auftauchen. Namen sollen vollständig mit Angaben der ehrenamtlichen Titel der entsprechenden Person genannt werden. Außerdem gilt es, Abkürzungen immer zu erklären und Kritik, wenn, dann nur in konstruktiver Form zu äußern. Der Rest ist Erfahrung, Ausprobieren, Finger verbrennen, Finger abkühlen!

## DIE SECHS „W’S“

