



Aktionstag
15. Mai 2016

Mehr Zeit für das, was zählt
Die NEUE Vereinbarkeit



Praktische Ideen und Tipps für die Medienarbeit Ihres Bündnisses zum Aktionstag 2016

I Die Medienansprache

II Medienkooperationen anregen

III Tipps zum journalistischen Schreiben

Rund um den 15. Mai beteiligen sich an hunderten Standorten Lokale Bündnisse für Familie am Aktionstag der Initiative. Der bundesweite Aktionstag bietet Ihnen die ideale Gelegenheit, die Medien und damit die Öffentlichkeit in Ihrer Region auf die Arbeit Ihres Lokalen Bündnisses aufmerksam zu machen und sich als Teil der bundesweiten Initiative zu präsentieren.

→ Im [Bündnisportal](#) finden Sie unter „Wissensdatenbank > Medien- und Öffentlichkeitsarbeit“ eine große Zahl an weiteren Handreichungen, Faktenblättern, Arbeitshilfen und Checklisten zur Medienarbeit.

I Die Medienansprache

Damit Medien berichten, ist es wichtig, konkrete Themenvorschläge zu machen und Anlässe zu bieten – das erhöht die Chancen auf Berichterstattung.

- Der Aktionstag lässt sich für Redaktionen mit dem **Internationalen Tag der Familie am 15. Mai** sowie der **bundesweiten Initiative „Lokale Bündnisse für Familie“** verbinden und wird damit für Redakteurinnen und Redakteure interessant.
- Ihre Chancen auf eine Berichterstattung stehen sehr gut, denn Sie verfügen über **Inhalte, Themen und einen Anlass**, die die Zielgruppe der Lokalredaktion interessieren. Zeigen Sie immer, dass es sich um ein bundesweites Event handelt und Sie Teil der großen Initiative des Bundesfamilienministeriums sind.
- Um den angesprochenen Redakteurinnen und Redakteuren das **Motto des diesjährigen Aktionstags „Mehr Zeit für das, was zählt: Die NEUE Vereinbarkeit“** besser zu vermitteln, stellen Sie Beispiele aus Ihrer Bündnisarbeit und allgemeine Informationen, wie einen Link zur [Website zum Fokusthema](#), zusammen. Unter diesem Motto feiern hunderte Lokale Bündnisse für Familie den Aktionstag – ein perfekter Berichts Anlass.
- Sie können in der Redaktion anrufen, eine Pressemitteilung schicken oder beides tun. Im Allgemeinen ist es am besten, wenn Sie **persönlichen Kontakt zu Journalistinnen und Journalisten** aufnehmen und Ihre Themenidee schildern. Halten Sie in jedem Fall **wichtige Informationen über Ihre Projekte und Ihre Aktion** bereit.
- Senden Sie Ihrem Ansprechpartner/ Ihrer Ansprechpartnerin anschließend eine **kurze E-Mail, in der Sie Ihr Anliegen zusammenfassen**. Im letzten Absatz der E-Mail zählen Sie kurz auf, was Ihr Lokales Bündnis schon für eine bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf auf den Weg gebracht hat. Denken Sie daran, Ihre Kontaktdaten für eventuelle Nachfragen anzugeben.
- Sie veranstalten zum Aktionstag ein Familienfest oder haben sogar eine mehrtätige Veranstaltungsreihe oder Fachtagung geplant? In der **Stadt- und Heimatzeitung sowie in der Stadtilustrierten** können Sie vor allem Aktionen Ihres Bündnisses im Veranstaltungskalender eintragen und über größere Ereignisse berichten lassen.

- Nutzen Sie auch die im [Bündnisportal](#) unter „Aktionstag“ bereitgestellten **Mustervorlagen für Pressemitteilung und Presseeinladung**.

II Medienkooperationen anregen

Medienkooperationen sind eine gute Möglichkeit, neue Kontakte zur Presse zu knüpfen, neue Bündnispartner, -akteurinnen und -akteure zu gewinnen und das eigene Image zu stärken. Wer es schafft, zusammen mit dem Medium relevante Inhalte zu erzeugen, hilft dem Medium die Leser beziehungsweise Zuschauer zu interessieren.

- Überlegen Sie sich im ersten Schritt, wie eine Medienpartnerschaft aussehen könnte. **Was können Sie den Journalistinnen und Journalisten spannendes anbieten?**
Beispielsweise: Eine wöchentliche Serie über das Bündnis im Aktionstagsmonat Mai, gekoppelt mit persönlichen Geschichten von Menschen, die von Ihrer Bündnisarbeit profitieren, oder Eltern, die schon die NEUE Vereinbarkeit leben. Stellen Sie der Redaktion immer Hintergrundinfos, wie die [Website zum Fokusthema NEUE Vereinbarkeit](#), zur Verfügung.
- Sprechen Sie die lokalen Medien vor Ort an. Idealerweise **haben Sie oder Bündnispartner schon Kontakte in die Redaktionen**. Vereinbaren Sie einen persönlichen Termin.
- **Skizzieren Sie sich den Gesprächsablauf und eine überzeugende Argumentation** vor (wichtige Eckpunkte können auch schriftlich festgehalten werden). Denken Sie daran, dass persönliche Geschichten gefragt sind, als „nur“ Fakten über das Bündnis.
- Seien Sie **aufgeschlossen, was die Ideen der Redaktionen angeht**, und versuchen Sie, gemeinsam mit ihnen am Projekt zu arbeiten, damit es zu einem Erfolg für beide Seiten wird.
- **Halten Sie im Nachgang auf jeden Fall Kontakt zu dem Redakteur oder der Redakteurin**. Sie werden immer wieder ein gutes Projekt haben und wissen nun, an wen Sie sich wenden können. Scheuen Sie sich nicht, diese Kontakte zu nutzen. Im Idealfall kann eine kontinuierliche Zusammenarbeit entstehen. Bieten Sie den Journalistinnen und Journalisten wenn möglich exklusive Informationen für die Artikel über Ihr Bündnis. Dies kann zusätzlich die Verbindung zu Ihrem Kontakt in der Redaktion stärken.

III Tipps zum journalistischen Schreiben

Diese Tipps helfen Ihnen dabei, Stolperfallen beim journalistischen Schreiben zu vermeiden.

- Für alle Texte, die Sie im Rahmen Ihrer Presse- und Öffentlichkeitsarbeit erstellen, gilt die Grundregel: **Versetzen Sie sich beim Schreiben in eine Person, die sich mit dem Thema nicht auskennt.** Damit diese Person Ihre Botschaft versteht, müssen Sie eine einfache Sprache benutzen.
- Verfassen Sie Ihre Texte **grundsätzlich in der dritten Person** und schreiben Sie so konkret wie möglich.
- **Strukturieren Sie Ihre Sätze klar und einfach:** ein Hauptsatz und kurze Nebensätze oder zwei beigeordnete Hauptsätze. Die Faustregel lautet: Nicht mehr als zwei Kommas in einem Satz.

Schreiben Sie also nicht: *„Die Bundesfamilienministerin, die gestern von einer Reise zurückkehrte, auf der sie in ganz Deutschland Projekte zur Schulkinderbetreuung in den Ferien besucht hatte, sagte, sie sei beeindruckt von der wichtigen Arbeit, die in den Projekten geleistet wird.“*

Formulieren Sie besser mehrere kürzere Sätze. Zum Beispiel: *„Die Bundesfamilienministerin sagte, sie sei beeindruckt von der wichtigen Arbeit, die in den Projekten geleistet wird. Kurz zuvor hatte sie in ganz Deutschland Projekte zur Schulkinderbetreuung in den Ferien besucht.“*

- Filtern Sie die Informationen: **Wesentliches in Hauptsätze, Nebensächliches in Nebensätze.** Lassen Sie entbehrliche Informationen weg.
- Wenn Sie eine **Abkürzung für einen Titel** benutzen wollen, schreiben Sie die vollständige Bezeichnung bei der ersten Nennung aus und danach die Abkürzung in Klammern. Anschließend können Sie einfach die Abkürzung verwenden.

Ein Beispiel: *„Das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) unterstützt die Lokalen Bündnisse für Familie. Dafür hat das BMFSFJ eine Servicestelle eingerichtet, die die Bündnisse unter anderem bei ihrer Presse- und Medienarbeit unterstützt.“*

Kontakt

Bei der Konzeption und Planung Ihrer Aktion beraten Sie die Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner der Servicestelle gerne.

Servicestelle/ Medienbüro Lokale Bündnisse für Familie

Tel.: 030 201805-42

Fax: 030 201805-77

E-Mail: info@lokale-buendnisse-fuer-familie.de

www.lokale-buendnisse-fuer-familie.de/aktionstag-2016