

# Handout zum Workshop Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

## Klären und konkretisieren

Wenn bei der Presse - und Öffentlichkeitsarbeit Kolleg:innen eingebunden werden sollen oder müssen, kann ein Planungstreffen „Öffentlichkeitsarbeit“ sinnvoll sein. Es spart Zeit, wenn Sie gemeinsam - auch mit projektbeteiligten Schüler:innen - folgende Fragen klären:

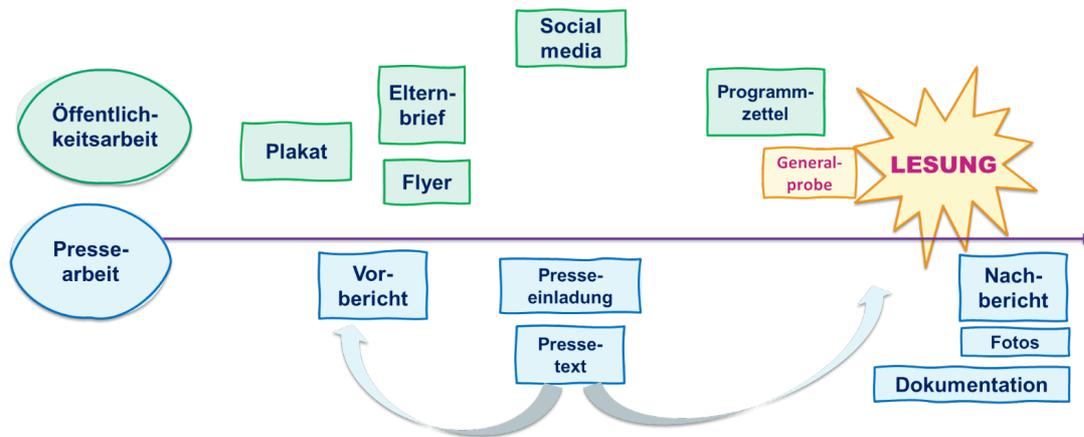
- Wer ist im Projekt verantwortlich für die Öffentlichkeitsarbeit?
- Wer kümmert sich um die Erstellung und das Layout von Plakaten / Flyern / Programmzetteln?
- Was muss mit wem bis wann abgestimmt werden?
- Wer ist verantwortlich für die Pressearbeit und nimmt Kontakt zu den Pressevertreter:innen auf?
- Wer kümmert sich um die Erstellung von Pressetexten oder einer Pressemappe?
- Wer kümmert sich um Fotos für die Presse?
- Wer nimmt ggf. die Abstimmungsprozesse mit dem Kulturpartner / ggf. den Förderern vor?
- Wer kümmert sich um die Dokumentation/ Archivierung?

Überlegen und klären Sie, was Schüler:innen der Projektgruppe übernehmen können und wo mit wem etwas abgestimmt werden muss, z.B. Freigabe eines Pressetextes vor der Versendung. Binden Sie Schüler:innen der Projektgruppe aktiv ein. Für Übersicht über die geplanten Maßnahmen, Zuständigkeiten und zeitlichen Abläufe sorgt ein:

## Redaktionsplan

Wer macht was (mit wem) bis wann? Alle Aufgaben auflisten und den Personen zuordnen, die sie bearbeiten. Auf Zeitstrahl markieren, wann die Aufgabe fällig ist und wer ggf. noch eingebunden werden muss. Wichtig: Eine Person muss den Überblick wahren. Für das Projektmanagement und Controlling können ältere Schüler:innen selbst Verantwortung

übernehmen. Es muss dabei klar sein, an welcher Stelle ggfs. jemand anderes eine Aufgabe bzw. Verantwortung übernimmt. Bsp.: SuS schreiben Presstext, Schulleitung gibt Text frei und leitet an Medien weiter.



## Grundlagen Pressearbeit

### Grundorganisation

- In welcher Form soll die Lesung für die Presse aufbereitet werden, worüber soll wann berichtet werden?
- Wer kümmert sich um die Erstellung des Pressematerials?
- Erstellen eines Redaktions- und Zeitplans

### Presseverteiler anlegen bzw. Aktualität checken

- Medium
- Anschrift
- E-Mail Redaktion allgemein
- Durchwahl Redaktionssekretariat
- Name Chef:in vom Dienst
- Name zuständige:r Redakteur:in
- E-Mail / Durchwahl zuständige:r Redakteur:in
- Bemerkungen (z.B.: kennt unserer Schule schon o.a.)

### Pressemappe

- Die Pressemappe enthält idealerweise:
- Informationen zum Projekt und zur Veranstaltung und zu den Beteiligten

- Informationen zu der Schule (wenn vorhanden Flyer oder Kurzbeschreibung)
- Ggf. Informationen zum Kulturpartner
- Fotos zum Projekt / von der Veranstaltung

## **Anlässe**

Je nach verfügbaren Ressourcen kann Pressearbeit mit wenig oder viel Aufwand betrieben werden. Mögliche Anlässe für Presseinformationen im Rahmen des Projekts #lassmalesen:

- Start des Projekts und der Kooperation mit der lit.kid.RUHR / lit.COLOGNE
  - Fokus z.B.: positive Darstellung der Schule - wurde für Projekt ausgewählt!
- Start der Kooperation mit einem Kulturpartner in der Stadt (z.B. Bibliothek)
  - Fokus z.B.: Öffnung in den Sozialraum, Lernen in realen Bezügen
- Start der finanziellen Förderung durch einen Förderpartner
  - Fokus z.B.: Engagement und Ziele des Förderers; Wert für die Schule und für die Verstetigung des Projekts
- Besuch bei den SuS im Projekt (für Vorberichterstattung)
  - Fokus z.B.: Projektarbeit der Schüler:innen, Baustein zu Leseförderung und besonderem Kompetenzerwerb
- Die Lesung! Pressegespräch vor der Veranstaltung mit SuS aus Projektteam, Lehrkraft, Autor:in, Schulleitung
  - Fokus: SuS haben selbst Lesung organisiert und geplant, Konzept der Veranstaltung, Besonderheit auch für Autor:in u.a.m.
- Nachbericht im Anschluss an die Veranstaltung
  - Fokus: Erfolgreiche, einzigartige Lesung, Fotos der Veranstaltung, wertschätzende Zitate von Autor:in, teilnehmenden Schüler:innen, Kooperationspartner:in, Eltern, Lehrkräften, Schulleitung, o.a.

## **Die W-Fragen**

Egal, ob nur ein Presstext oder eine ganze Pressemappe gestaltet werden, die Basis der Presseinformation zum Projekt bilden die W-Fragen: Wer macht was mit wem wo, wann, wie und warum?

Bausteine für Presstexte finden Sie auf [www.lassmalesen.de](http://www.lassmalesen.de) im Downloadbereich!

## Pressegespräch organisieren

- Termin mit den Verantwortlichen der Schule und ggfs. des / der Kooperationspartner abstimmen
- Presstexte erstellen und mit den Verantwortlichen der Schule und ggfs. des / der Kooperationspartner abstimmen

Planen Sie für die Abstimmungsprozesse ausreichend Zeit ein!

- Pressemeldung / Presseeinladung 1-2 Wochen vor der Veranstaltung per E-Mail ggf. mit einem persönlichen Anschreiben verschicken (Pressemeldung im Anhang).
- Nach 3-4 Tagen telefonisch nachhaken, ob jemand von der Presse an der Veranstaltung teilnehmen wird.
- Redaktionsschlüsse der Zeitungen, Magazine und Wochenblätter berücksichtigen.
- Einverständniserklärungen zu Foto- Film- und Audioaufnahmen bei den Eltern / Schüler:innen einholen.

### **TIPP: Presstexte als Basis für die Dokumentation nutzen**

Texte, die für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit formuliert werden, können Sie zu-gleich auch für die Dokumentation des Projekts einsetzen. Diese ist überaus sinnvoll, um potenziellen Kooperationspartner:innen und/oder Förderern Ihre gelungene Lesung mit Text und Bild präsentieren und damit für Ihre Schule und das Projekt werben zu können.

### **Quellenangabe:**

Dieses Handout basiert zum Teil auf der Arbeitshilfe „Schritt für Schritt in die Öffentlichkeit - Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für kulturelle Projekte an Schulen“, die im Rahmen des Modellprogramms Kulturagenten für kreative Schulen entstanden ist. Die vollständige Arbeitshilfe und weitere Materialien finden Sie in der Online-Publikation des Kulturagenten-Programms unter diesem Link: <http://publikation.kulturagenten-programm.de/detailansicht63af.html?document=75&page=materialien.html>