

Workshop: Das Jugendamt in den Medien – Grundlagen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Wie lässt sich die vielfältige und gute Arbeit der Jugendämter erfolgreich an die Medien vermitteln? Was macht eine gute Geschichte aus? Wie schreibt man eine Pressemitteilung auf den Punkt? Welche Bilder nutzen Medien und wie lassen sie sich inszenieren? Wie klappt der Kontakt mit der Redaktion? Diese und weitere sowie Ihre ganz individuellen Fragen stehen im Mittelpunkt des Workshops Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

Die Medienresonanz auf die Aktionswochen 2011 und 2013 hat eindrucksvoll gezeigt, dass die Jugendämter intensives Medieninteresse wecken. Vielfältige Serien über die Arbeit der Jugendämter, Interviews mit Mitarbeitenden, Erfolgsgeschichten über die konkrete Unterstützung von Familien, Aktionsberichterstattung und vieles mehr sorgten landauf, landab für breite mediale Präsenz.

2011 hat *neues handeln* gemeinsam mit dem Beirat der Imagekampagne „Das Jugendamt – Unterstützung, die ankommt“ ein erfolgreiches Trainingsprogramm für Jugendämter entwickelt. Die zahlreichen praxisnahen Übungen wurden von den Teilnehmenden positiv und im Alltag als sehr gut nutzbar bewertet. Im Workshop 2015 werden die Erfolgsfaktoren aus 2011 und 2013 konkret aufgegriffen und mit fachlichen, praktischen Tipps zur Medienarbeit verknüpft. Ziel ist es, am Ende des Workshoptages klar vor Augen zu haben, was medial bei den Print- und Onlinemedien und beim Hörfunk funktioniert und wie sich die Leistungen der Jugendämter immer wieder neu und „mediengerecht“ verpacken lassen. Außerdem werden gemeinsam neue Ideen und konkrete Realisierungsschritte für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zur Aktionswoche 2015 entwickelt.

Zielgruppe

- Leitungs- und Fachkräfte der Jugendämter bzw. kommunalen Pressestellen, die die Öffentlichkeits- und Medienarbeit betreuen oder planen dies zu tun
- max. 20 Teilnehmerinnen und Teilnehmer

Der Workshop

1. Einstieg

Was lehrt die Auswertung der Medienberichte zu den Aktionswochen 2011/2013? Exemplarisch werden einige Ergebnisse vorgestellt; im Anschluss ist Zeit für die Diskussion und für den Austausch über die Erkenntnisse der Teilnehmenden. Wer 2011/2013 dabei war, ist eingeladen, seine Erfahrungen einzubringen: Was würden Sie wieder so umsetzen, was würden Sie beim nächsten Mal anders machen? Wer nicht dabei war, kann die Erfahrungen der Kolleginnen und Kollegen nutzen.

2. Good Practice für Print- & Onlinemedien

Anhand von konkreten Berichten über die Arbeit der Jugendämter wird erörtert, wie Print- und Onlinemedien arbeiten. Diskutiert wird, was die Redaktionen brauchen und wie man es am besten verpackt. In diesem Kontext steht auch das Thema „Sprache schafft Wirklichkeit“. Es gilt „Behördensprech“ zu knacken und frische Begriffe zu entwickeln.

Übung: Ideenrunde – Aktionen als Medienanlässe

Übung: Storytelling – wie wird aus der täglichen Arbeit eine Story

3. Beim Hören funkt's – Jugendamtsarbeit im Hörfunk

Anhand von Beispielen hören wir an, wie im Hörfunk über die Arbeit von Jugendämtern berichtet wurde. Diskutiert wird, was die Besonderheiten im Hörfunk sind: O-Töne, Interviewpartner etc. Was können die Jugendämter Spezifisches bieten? Wer spricht? Welches Projekt steht für lebendige O-Töne bereit? Oder lohnen sich Podcasts?

Übung: Was eignet sich aus der eigenen Arbeit für den Hörfunk?

4. Unser Fahrplan 2015

Was nehme ich mit? Die Teilnehmenden entwickeln auf der Basis der Beispiele und der Gruppenarbeiten einen ersten groben Fahrplan für die Umsetzung der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in den Aktionswochen 2015.

Zeit

10:00 – 17:00 Uhr

Orte und Termine

München: 23. Juli 2015, Zentrum Bayern Familie und Soziales, Dienststelle Bayerstraße, Bayerstraße 32, 80335 München, Sitzungssaal Zi. 431 (Veranstalter: Landesjugendämter Bayern und Baden-Württemberg)

Kosten: 80 €, Verpflegungskosten sind nicht im Preis inbegriffen.

Online-Anmeldung:

<https://www.kvjs.de/index.php?id=219&kubuReturnUrl=index.php%3Fid%3D1509&kursnr=15-4-IN5-1>

(Anmeldeschluss: 26.06.2015)

Referierende

Falk Wellmann, neues handeln GmbH

Diplom-Journalist, Redakteur, PR-Seniorberater. Volontariat bei der Rheinischen Post. Früher Dozent am Institut für Journalistik der Uni Dortmund und Leiter des Seminarbereichs des media consulting team. Seit über 15 Jahren Trainer zu Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Krisen-PR und Medientraining u.a. für Bundestag und Bundesministerien. Dozent an der Bundesakademie für öffentliche Verwaltung. Zurzeit Leiter Team Öffentlichkeitsarbeit für das Bundesgesundheitsministerium.

Verena Carstensen, neues handeln GmbH

Verena Carstensen ist ausgebildete Journalistin und hat bei der Mediengruppe Westfalen-Blatt volontiert. Anschließend hat sie in verschiedenen Pressestellen gearbeitet. Bei neues handeln liegt einer ihrer Schwerpunkte auf der Medienarbeit, die sie für Bundesministerien, Stiftungen und Unternehmen plant und umsetzt.

Die beiden Referierenden haben sehr gute Kenntnisse über die Medienarbeit der Aktionswochen in 2011 und über die facettenreiche Arbeit der Jugendämter. Denn sie haben bereits die Workshops seit 2011 moderiert. Verena Carstensen hat zudem den Beirat der Kampagne konzeptionell und bei der Umsetzung der Kampagne, insbesondere bei der Medienarbeit, intensiv begleitet und beraten. Falk Wellmann hat zudem zahlreiche Jugendämter individuell in Krisen-PR trainiert, in akuten Krisenfällen begleitet und Amtsleitungen im Vorfeld von Medienauftritten beraten.