



make up! Care

Lass uns die Welt schöner machen.

Checkliste Medienarbeit «Aktion Care-Tage»

Damit die Kernbotschaften der «Aktion Care Tage» möglichst öffentlichkeitswirksam wahrgenommen werden, ist gute Medienarbeit unverzichtbar. Beiträge in den Medien erhöhen die Chance darauf, dass die Anliegen der «Aktion Care-Tage» gehört werden und die Kampagne unserer FrauenBande in der Öffentlichkeit wahrgenommen wird. Mit dieser Checkliste ist die Medienarbeit für die «Aktion Care Tage» ein Kinderspiel!



1. Offenen Brief und Medienmitteilung anpassen

Ladet dafür die Dateien «Offener Brief» und «Medienmitteilung» herunter. Fügt in beiden Dateien das Logo eures Vereins in die Kopfzeile und den Namen eures Vereins an den entsprechenden, rot markierten Stellen ein. Ihr könnt den offenen Brief gerne ganz verwenden oder auch nur bestimmte Passagen. Ihr könnt den Brief individualisieren und beispielsweise an das Care-Angebot eures Ortsvereins anpassen oder zusätzliche Forderungen einbauen. Auch die Medienmitteilung könnt ihr gerne anpassen.

2. EmpfängerInnen des offenen Briefes definieren

Überlegt euch, an wen ihr den offenen Brief gerne richten würdet. Die AdressatInnen des Briefes sind von Verein zu Verein unterschiedlich. Ihr könnt den offenen Brief auch an mehrere EmpfängerInnen versenden, zum Beispiel

- Gemeindeleitung und/oder Pfarrer der Pfarrgemeinde
- Gemeindeversammlung / Gemeindeparlament
- Sozialberatungsstellen
- Alterszentren und Kinderbetreuungsinstitutionen
- Seelsorgeeinheit eurer Gemeinde

3. Medienkontakte recherchieren

Medienarbeit kann wahre Wunder wirken, wenn man in der Öffentlichkeit wahrgenommen werden will. Recherchiert die Namen und E-Mail-Adressen der Redaktionsleitungen und zuständigen Personen, die ihr anschreiben möchtet. Sendet ihnen – am besten digital per Mail – den offenen Brief, die Medienmitteilung, den Flyer als PDF sowie die Grafik «Care-Brosche». Mögliche EmpfängerInnen sind

- Pfarrblatt
- Regionale Tageszeitung
- Landeskirche eures Kantons
- Lokalzeitung
- Lokalradio
- Mitteilungsblatt eurer Gemeinde



4. Den richtigen Zeitpunkt wählen

Redaktionsteams planen die Inhalte ihrer Publikationen im Voraus. Wenn ihr Anfang Februar 2019 auf die Medien zugeht, haben diese einen Monat Zeit, um eure Medienanfrage zu verarbeiten. Das sollte reichen.

5. Zuständigkeiten klären

Benennt in eurer Frauengemeinschaft eine Person, die für Medienrückfragen zuständig ist und als Kontaktperson für die Redakteurinnen und Redakteure fungiert. Diese Angaben beinhalten den Namen eures Ortsvereins, Name, Vorname, Funktion, E-Mail-Adresse oder Telefonnummer.

6. Medien kontaktieren

Am besten schreibt ihr den von euch ausgewählten Medien ca. vier Wochen vor der «Aktion Care-Tage» ein Mail in dem ihr euch und euer Anliegen vorstellt. Gerne könnt ihr für das Anschreiben folgende Vorlage benutzen.

Sehr geehrte/r **XXX**

*Wir wenden uns mit einer Bitte um Berichterstattung an Sie. Aus Anlass des Internationalen Frauentages möchten wir mit der «Aktion Care-Tage» am 8. + 9. März 2019 als Frauenverein auf das Thema Care aufmerksam machen und Sie darum bitten, unsere Medienmitteilung in **NAME MEDIUM** zu berücksichtigen.*

*Am 8. März 2019 werden wir in Form eines offenen Briefes als grosses Frauennetzwerk auf die Bedeutung von Care aufmerksam machen. Jeder Mensch ist schliesslich im Laufe seines ganzen Lebens auf die Fürsorge anderer angewiesen. Der Grossteil dieser Sorgearbeit wird von Frauen geleistet – genau genommen 61%. Auch wir freiwillig Engagierte des **NAME ORTSVEREIN** leisten gemeinnützig Care-Arbeit und tragen so zu dazu bei, das Leben in unserer Gemeinde schöner, solidarischer und gerechter zu machen. Wir finden, dass Care-Arbeit wichtig ist für eine solidarische Gesellschaft und dass jeder Mensch, der sie leistet, ein wahres Juwel ist. Mit der «Aktion Care-Tage» fordern wir eine Sichtbarmachung von Care-Arbeit und ihre Anerkennung.*

*Wir sind **NAME ORTSVEREIN** in **ORT** und gehören zum SKF Schweizerischer Katholischer Frauenbund. Der Schweizerische Katholische Frauenbund (SKF) ist ein Freiwilligenverband mit 130.000 Mitgliedern und 680 Vereinen, der für die Rechte von Frauen in Politik, Gesellschaft und Kirche eintritt und sich für ein solidarisches Miteinander aller Menschen - unabhängig von Herkunft, Kultur und Religion - einsetzt.*

Wir würden uns freuen, wenn Sie uns dabei helfen könnten, unsere Botschaft medial zu stützen. Im Anhang finden Sie unsere Medienmitteilung, den offenen Brief, einen Informationsflyer sowie Bildmaterial.

*Für Rückfragen und weitere Informationen steht Ihnen gerne **NAME KONTAKTPERSON ORTSVEREIN** jederzeit zur Verfügung.*



7. Eigene Kanäle nutzen

Bildet den offenen Brief sowie die Medienmitteilung auf euren eigenen Kanälen ab. Falls euer Ortsverein eine eigene Website hat, publiziert den offenen Brief und die Medienmitteilung dort. Fügt auf eurer Website eine kleine Erklärung bei, weshalb ihr an der «Aktion Care Tage» teilnehmt, was das für euch bedeutet etc. Verbreitet die Informationen über eure «Aktion Care Tage» auch in den sozialen Medien und eurer Pfarrgemeinde. Falls euer Ortsverein weder eine eigene Website hat, noch Social Media nutzt, bittet euren Kantonalverband darum, eure abzubilden.

8. Medienarbeit für Aktion M oder L

Sollte sich euer Ortsverein für eine der beiden Standaktionen entschieden haben (Aktion M oder L), könnt ihr auch nach der Durchführung der Standaktion eine eigene Medienmitteilung samt Fotos vom Tag an Medien versenden.

Eine gute Medienmitteilung muss Journalistinnen und Journalisten kurz und knackig die wichtigsten W-Fragen (Worum geht es? Wer? Was? Wo? Wann?) beantworten und ähnelt einen Kurzbericht, den die meisten von euch bereits zu Anlässen oder Exkursionen eures Ortsvereins verfasst haben.

Eine Medienmitteilung ist wie folgt aufgebaut

1. Titel
2. Ort und Datum der Publikation
3. Lead
4. Haupttext (Wer? Was? Wann? Wo? Weshalb?)
5. Informationen über euren Ortsverein
6. Kontaktperson