

Medienpartnerschaft **fratz** – Das Familienmagazin und ›Lokales Bündnis für Familie Darmstadt‹

- Kooperation anbahnen: Wie kann man auf ein Medium (hier: Familienmagazin) zugehen?
 - Kooperation kam über persönlichen Kontakt zur Redaktion des fratz-Magazins zustande
 - fratz war auch neu am Markt, gleiche Zielgruppe, Interessenssynergie mit dem Ziel, die Lage von Familien zu verbessern
- ››› Das fratz Familienmagazin ist dem LBFF beigetreten
 - Aber: Trotzdem gibt es auch Interessenskonflikte zwischen fratz Redaktion <> Rolle als Mitglied im LBFF

fratz – Das Familienmagazin

- Kostenloses Familienmagazin im Großraum Darmstadt/Südhessen
- Erscheint alle 2 Monate und liegt überall da aus, wo Familien sind
- Auflage 20.000 Exemplare
- Finanziert sich rein durch Werbung/Anzeigen
- Zielgruppe: Eltern und alle, die mit Kindern/Familien arbeiten



Medienkooperation



Wissenschaftsstadt
Darmstadt



Kooperation zwischen **fratz** und dem LBFF Darmstadt

- fratz ist Mitglied im LBFF Darmstadt; die Herausgeberin nimmt an Plenumsitzungen teil und arbeitet selbst aktiv in Arbeitsgruppen mit
- Es laufen bilaterale Prozesse zwischen der Bündniskoordinatorin und fratz (effizientes Arbeiten)
- fratz berichtet über Veranstaltungen oder Aktionen im Rahmen des LBFF
- Die Beiträge werden von fratz verfasst oder von TeilnehmerInnen des Darmstädter Bündnisses geschrieben (und ggf. noch redigiert)
- fratz -Redaktionsplan bietet dem Bündnis die Möglichkeit, selbst passende Themen anzubieten (> Planung)

Beispiele der Berichterstattung



Schwerpunktthema
»Mütter – Beruf und
Zukunft im Blick?«
Umfang: 7 Seiten
Ausgabe Mai/Juni 2009



Medienkooperation



Wissenschaftsstadt
Darmstadt



Beispiele der Berichterstattung



Redaktion zum Jahresthema „Väter“:
»Fotowettbewerb«
»Väterbilder«



Veranstaltungshinweise

Portraits von sozialen Einrichtungen/ Instituten



Praktische Tipps

- Öffentlichkeitsarbeit als ständige Aufgabe erkennen und zuordnen
- 1x1 der Öffentlichkeitsarbeit beherrschen:
 - Redaktionsschlüsse/Terminplanung
 - Regelmäßiger persönlicher Kontakt zu Redaktionen
 - Themenfindung > z.B. auf Redaktionspläne zurückgreifen
 - Redaktionen immer einen ‚Aufhänger‘ bieten
 - Auf hohen „Nachrichtenwert“ achten: aktuell, neu, emotional... Bilder?
 - Exklusivität - wenn möglich - anbieten
 - Zielgruppenorientierung (Tages- oder Fachpresse? Schwerpunkt des Beitrags?)
 - Aufbereitung der Inhalte (Fotos und Texte)
 - Informationsvorteil und praktischen Nutzen für Leser im Text bieten:
 - Wer bietet was für wen? An wen wende ich mich?

Vorteile für das LBFF

- Regelmäßige Berichterstattung im **fratz** Familienmagazin
- Medienpräsenz nutzen:
 - Plattform für die Dokumentation der Arbeit des LBFF
 - Im Gespräch bleiben, informieren
 - Bsp. Väterthema (Folie 5): Stiftungsmittel für Netzwerk „Väter im Unternehmen“ genutzt
 - Erreichen von zusätzlichen Multiplikatoren im Medienbereich > Netzwerk

Vorteile für das **fratz** Familienmagazin

- Familienpolitische Themen haben einen sehr hohen Stellenwert in der öffentlichen Diskussion > Positive Meldungen „ziehen“ bei den Lesern, sie wollen sehen, dass aktiv etwas in der Kommune passiert
- Informationen aus „erster Hand“ durch aktive Teilnahme am Bündnis
- Inhalte werden z.T. fertig aufbereitet geliefert
- Wichtige neue Kontakte zu MultiplikatorInnen und ExpertInnen