

## **„Wir bleiben im Gespräch“:**

### **Medientrainings für NGOs, Migrant\*innenorganisationen, Flüchtlingsinitiativen und andere integrativ wirkende Organisationen**

Die von den Neuen deutschen Medienmacherinnen (NdM) konzipierten Medientrainings „Wir bleiben im Gespräch“ vermitteln Bausteine der professionellen Medien- und Öffentlichkeitsarbeit. Möglich sind sowohl Basiskurse als auch einzelne Module, in denen bestimmte Aspekte effizienter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit vertieft und praxisnah behandelt werden. Alle Trainings werden auf die individuellen Anforderungen der Teilnehmer\*innen zugeschnitten.

Bei Interesse an einem Workshop vermitteln wir Ihnen gerne eine Trainerin bzw. einen Trainer aus unserem NdM-Pool. Wenden Sie sich einfach per Mail an [medientrainings@neuemedienmacher.de](mailto:medientrainings@neuemedienmacher.de)

#### **Basisbausteine professioneller Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**

Zu einer umfassenden Presse- und Öffentlichkeitsarbeit gehören zahlreiche Module, die ineinandergreifen: von der gut geschriebenen Pressemitteilung zum sinnvoll organisierten Verteiler, von gut gepflegten Social-Media-Kanälen bis hin zu Strategien für ein gelungenes Interview. Der ganztägige Workshop fasst die unterschiedlichen Aspekte zu einem Basis-Medientraining zusammen.

Zeitlicher Umfang: ca. 8 Stunden, ggf. 2 Workshoptage  
Max. Teilnehmer\*innen-Zahl: 15

#### **Schreibwerkstatt**

Ob Pressemitteilung oder Newsletter, Flyer oder Website: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit besteht zu großen Teilen aus dem Schreiben von Texten unterschiedlichster Art. Doch wie gelingt ein packender Einstieg, wie hält man Leser\*Innen bei der Stange und welcher Stil eignet sich für welches Format? Fragen, die das Schreibtraining beantwortet.

Zeitlicher Umfang: ca. 4 Stunden  
Max. Teilnehmer\*innen-Zahl: 8

#### **Interviewtraining**

Die eigenen Botschaften kurz, prägnant und überzeugend rüberzubringen und das in einer nervenaufreibenden, da vielleicht ungewohnten Interviewsituation kann eine Herausforderung sein. Im Workshop werden verschiedene Interviewsituationen geübt und Praxistipps für gelungene Gespräche mit Medienvertreter\*innen gegeben.

Zeitlicher Umfang: 4 – 6 Stunden  
Max. Teilnehmer\*innen-Zahl: 8

### **Umgang mit diskriminierenden/rassistischen Positionen in Interviews**

„Und woher kommst Du wirklich?": Ganz so platt werden Journalist\*innen die Frage vermutlich nicht formulieren. Aber auch bei ihnen sind rassistische und stereotype Klischees verbreitet. Also tauchen diese in Interviews auf - sei es aus Unwissenheit, als Provokation oder auch durch die (unbewusste) Übernahme von Parolen populistischer Parteien. Wie Sie mit solchen Fragen oder ähnlich unangenehmen Kontexten umgehen und was Sie wie antworten können und sollten, erfahren Sie in diesem Workshop. Das Training bietet nicht nur theoretische Inputs, sondern auch die Gelegenheit, die eigenen Erfahrungen in Rollenspielen einzubringen, die dann in der Gruppe supervisorisch aufgearbeitet werden. Dabei können Sie entweder in Ihrer Rolle bleiben oder auf die Seite der Fragestellenden wechseln – ein erhellender Perspektivwechsel, der vor allem auch dazu führt, für die nächste reale Interviewsituation gut vorbereitet zu sein.

Zeitlicher Umfang: 6-8 Stunden  
Max. Teilnehmer\*innen-Zahl: 12

### **Social Media für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**

Facebook, Twitter und Co. können – richtig eingesetzt – einfache und effektive Mittel sein, um ein potenziell breites Publikum zu erreichen. Doch für den Umgang mit den sozialen Medien gelten eigene Logiken, die beachtet werden müssen, damit der Einsatz im Social Web nicht verpufft. Der Workshop gibt Tipps zur Verwendung unterschiedlicher Social-Media-Kanäle für die eigene Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

Zeitlicher Umfang: 4 – 6 Stunden  
Max. Teilnehmer\*innen-Zahl: 15

### **Einsatz von Bildern im Social-Media-Bereich**

Social Media wird zunehmend durch Bilder und Videos bestimmt. Der Content in Netzwerken wie YouTube, Instagram oder Snapchat ist visuell, aber auch auf Facebook und teils auch bei Twitter gewinnen derartige Medien massiv an Bedeutung. Und das mit gutem Grund: Visuelle Inhalte aktivieren in sozialen Netzwerken mehr Menschen als reine Textnachrichten. Umso wichtiger ist es auch für NGOs, die eigene Bildsprache sorgfältig zu konzeptionieren und Fotos sowie Videos entsprechend einzusetzen – nicht nur um die eigenen Social-Media-Auftritte erfolgreich zu gestalten, sondern auch, um beispielsweise potenzielle Projektteilnehmer\*innen zu erreichen und das Engagement der eigenen Follower\*innen zu verstärken.

Im Workshop wird es darum gehen, welche Social-Media-Plattformen in diesem Kontext besonders relevant, welche Bildquellen möglich und welche rechtlichen Aspekte zu beachten sind. Ein weiteres Thema ist die Bildproduktion mit einfachen Mitteln sowie die Redaktion und Bereitstellung von visuellen Inhalten.

**Achtung: Für die Teilnahme am Workshop ist ein Smartphone nötig.**

Zeitlicher Umfang: ca. 6 Stunden  
Max. Teilnehmer\*innenzahl: 15

### **Message Building: Unsere Botschaft(en) auf den Punkt gebracht**

Gerade im zivilgesellschaftlichen Bereich ist Kommunikation Kernbestandteil jeder Arbeit: um die Ziele der eigenen Organisation in eingängigen Botschaften zu formulieren, um mit kritischen Fragen umzugehen, aber auch, um die eigene Motivation in Worte fassen zu können. Eben jene Punkte stellen allerdings in der täglichen Arbeit nicht selten eine große Herausforderung dar. Dabei ist kein kompliziertes Konzept nötig, um ein solides Fundament für die eigene Kommunikationsarbeit zu schaffen: Mit dem „Message House“ hat Frank Sharry, Gründer und Geschäftsführer der US-amerikanischen NGO „America’s Voice“ ein einfaches und überzeugendes Modell entwickelt, das für viele Bereiche hilfreich ist:

- Entwicklung eines gemeinsamen Leitbildes und ggf. eines gemeinsamen Wording
- Werkzeugkiste für den Umgang mit schwierigen/kritischen Fragen und für Interviews
- Grundlage für die Entwicklung spezifischer Kampagnen
- Entwicklung von Botschaften für verschiedene Zielgruppen
- Stärkung der eigenen Organisation
- Formulierung der eigenen Motivation

Nicht zuletzt stärkt das gemeinsame „Message Building“ auch das Wir-Gefühl innerhalb einer Organisation.

Zeitlicher Umfang: 4 – 6 Stunden

Max. Teilnehmer\*innen-Zahl: 16

### **Layout-Blattkritik: Die eigenen Publikationen aus Sicht des Profis**

Flyer, Postkarten, Broschüren und andere (Print-)Werbemittel sind essentieller Bestandteil der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Für deren Gestaltung ist die Beauftragung eines\*r professionellen Grafikers\*in natürlich die beste Wahl. Doch nicht alle NGOs und Initiativen verfügen über die nötigen Mittel. Im Workshop besteht daher die Möglichkeit, die eigenen Publikationen einer Layout-Blattkritik zu unterziehen. Zudem gibt es Tipps und Tricks vom Profi zur Fehlervermeidung und künftigen Gestaltung mit einfachen Mitteln.

Zeitlicher Umfang: 4 – 6 Stunden

Maximale TN-Zahl: 8

### **Podcast-Training**

Ein pfiffig gebauter Audio- oder Video-Podcast macht die eigene Homepage sehr viel attraktiver. Podcasts können leicht geteilt und Informationen anschaulich aufgearbeitet werden, aber auch in PowerPoint-Präsentationen eingefügt und zum Herunterladen und Mitnehmen angeboten werden. Das eigene Portfolio wird deutlich lebendiger, das eigene Angebot hör- und sichtbar. Im Workshop werden die Grundlagen von Audio- und Videoschnitt sowie ihre Fachbegriffe vermittelt, ferner Aufbau und Dramaturgie. Dieses Training kann sehr sinnvoll mit dem Seminar „Interviewtraining“ kombiniert werden.

Zeitlicher Umfang: 8- 16 Stunden

Max. Teilnehmer\*innen-Zahl: 12

### **Newsletter als Tool der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**

Derzeit erleben Newsletter eine Renaissance und das zurecht: Bieten sie doch die Möglichkeit, mit einfachen Mitteln die eigenen Themen und Botschaften zu setzen und das in reizvoller Form. Doch wie konzipiert man eigentlich einen sinnvollen Newsletter, wer ist die Zielgruppe, wie soll er erscheinen und wie produziert man ihn? Das Training vermittelt die wichtigsten Eckpunkte für die erfolgreiche Newsletter-Erstellung in Form einer simulierten Redaktionskonferenz. Achtung: Dieser Workshop eignet sich besonders für Teilnehmende einer Organisation oder von verschiedenen Organisationen aus einem Themenfeld.

Zeitlicher Umfang: 6 – 8 Stunden

Max. Teilnehmer\*innen-Zahl: 15

### **Professioneller Umgang mit Presseanfragen**

Zu den Standardsituationen im Verhältnis zwischen Medien und NGOs gehört die Presseanfrage. Umso wichtiger ist es, Anfragen von Medienschaffenden von Beginn an so professionell und konstruktiv wie möglich zu bearbeiten, um gleich die Weichen für die spätere Zusammenarbeit zu stellen. Der Workshop gibt Tipps für den Umgang mit Presseanfragen, deren Bearbeitung und die Vorbereitung von Interviews.

Zeitlicher Umfang: 4 – 6 Stunden

Max. Teilnehmer\*innen-Zahl: 15

### **Diskriminierungssensible Sprache in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**

Als Neue deutsche Medienmacher setzen wir uns für eine diskriminierungssensible Sprache in der Berichterstattung der deutschen Medien ein. Doch auch in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ist es wichtig, die eigenen Formulierungen immer wieder auf den Prüfstand zu stellen, um ungewollte Verletzungen und Diskriminierungen zu vermeiden – sei es in einer Pressemitteilung, im Newsletter oder auf der Website.

Im Training wird zunächst das Glossar der Neuen deutschen Medienmacher als praktisches Tool vorgestellt, um dann im praktischen Teil verschiedene Beispiele (eigene Beispiele der TN und andere) zu analysieren.

Zeitlicher Umfang: 4 Stunden

Max. Teilnehmer\*innen-Zahl: 15

### **Coaching**

Wenn der Kopf raucht und der nächste Schritt zur Herausforderung wird oder wenn eine Veränderung im Team oder der Organisation ansteht, Entscheidungen darüber aber so schwer fallen, dass Stillstand herrscht, dann kann ein Coaching sinnvoll sein. Im Seminar werden die Stärken und Schwächen des Teams herausgearbeitet und unter Anleitung Möglichkeiten ausgearbeitet, wie wieder ein Gleichgewicht geschaffen werden kann. Achtung: An diesem Training können immer nur Teams einer Organisation teilnehmen.

Zeitlicher Umfang: 4-6 Stunden

Max. Teilnehmer\*innen-Zahl: 16

#### **Über uns: [www.neuemedienmacher.de](http://www.neuemedienmacher.de)**

Die Neuen deutschen Medienmacher\*innen sind ein bundesweiter Zusammenschluss von Medienschaffenden mit und ohne Migrationsgeschichte mit unterschiedlichen kulturellen Hintergründen, die sich als gemeinnütziger Verein seit 2008 für mehr Vielfalt in den Medien, migrantische Perspektiven in der Berichterstattung sowie einen diskriminierungsfreien öffentlichen Diskurs einsetzen. Das Netzwerk, das aus knapp 300 Mitgliedern und weit mehr als 1.400 Netzwerkerinnen und Netzwerkern besteht, ist politisch unabhängig, nationalitäten- und konfessionsübergreifend. Wir kooperieren mit renommierten Medien, journalistischen Aus- und Weiterbildungsstätten, Stiftungen NGOs sowie Landes- und Bundesbehörden.

Zu den Neuen deutschen Medienmacher\*innen zählen sich mehrere Hundert Medienschaffende aus ganz Deutschland. Sie arbeiten als feste und freie Journalist\*innen für deutsche Medien – in Print, Online, TV und Hörfunk.