



**MMS Bulletin # 113**

*Culture and Condoms. Integrating approaches to HIV and AIDS*

---

**MMS Workshop: Medienarbeit für kleinere und mittlere Organisationen**

**Gesundheitszusammenarbeit in die Öffentlichkeit tragen**

Von Martin Leschhorn Strebel

*Für kleinere und mittlere Organisationen erweist es sich oft als schwierig, ihre Projekte über die Medien einer breiteren Öffentlichkeit bekannt zu machen. Ein Workshop des Netzwerkes Medicus Mundi Schweiz vermittelte Tipps und Tricks.*

Eine Erfahrung die kleinere und mittelgrosse Nonprofitorganisationen immer wieder machen: Sie schreiben gehaltvolle Medienmitteilungen oder verschicken ansprechende Einladungen zu Jahresversammlungen an JournalistInnen, doch kein einziger Bericht erscheint. Das erzeugt Frustrationen, möchten sich die Organisationen doch mit ihren Projekten einer breiteren Öffentlichkeit präsentieren.

**Kein Pflichtstoff der Redaktion**

Gerade kleinere und mittlere Organisationen, deren Medienmitteilungen nicht zum Pflichtstoff der Redaktionen gehören, haben es oft schwer über den kleinen Kreis involvierter Personen hinaus gehört zu werden. Für sie hat das Netzwerk Medicus Mundi Schweiz im Juni einen Workshop zum Thema „Tue Gutes und sprich darüber – Medienarbeit in der internationalen Gesundheitszusammenarbeit“ organisiert. Die Journalistin, Buchautorin und Erwachsenenbildnerin Barbara Lukesch vermittelte den vierzehn TeilnehmerInnen Tipps und Fallstricke im Umgang mit den Medien.

Zentral für eine erfolgreiche Medienarbeit, die nicht auf grosse finanziellen und personellen Ressourcen basiert, ist der sorgsam Aufbau und die kontinuierliche Pflege von Kontakten zu Medienschaaffenden. Vorstandsmitglieder, Freiwillige oder allenfalls die Geschäftsstelle können eine Liste mit Kontakten zu Medienschaaffenden erstellen, die sie bereits aus anderem Zusammenhang kennen. Weiter gehören JournalistInnen auf die Liste, die bereits einmal über die Organisationen und ihre Tätigkeiten geschrieben haben. Damit entsteht eine erste Liste von

JournalistInnen, die bereits in irgendwelcher Weise einen Bezug zur Organisation und der dort engagierten Personen haben. Diese werden nun in die relevante Informationstätigkeit der eigenen Organisation einbezogen.

## Medienkontakte aufbauen und pflegen

Verfügt die Organisation nun über eine Thema oder eine Geschichte, mit der sie an eine weitere Öffentlichkeit will, muss zuerst geprüft werden, für wen diese relevant ist. Eignet sich die Präsenz eines Projektmitarbeiters aus Malawi wirklich auf für eine Zeitungsgeschichte oder interessiert das nicht einfach nur die Mitglieder der Organisation? Vielleicht interessiert seine Reise in die Schweiz nicht gerade „10 vor 10“, aber die Lokalzeitung aus der Region, in welcher der Projektmitarbeiter aufgewachsen ist – oder aber eine Auslandsredaktorin, die sich regelmässig mit Afrika beschäftigt.

Solche Überlegungen stehen am Anfang der Entscheidung, ob und wie eine Organisation mit einer Geschichte an die Öffentlichkeit möchte. Eine Medienmitteilung kann durchaus breit gestreut werden, dabei müssen die AutorInnen aber achten, dass sie kurz, prägnant auf den Punkt geschrieben ist und auf ein nur InsiderInnen bekanntes Vokabular verzichtet. Wichtig ist nun aber, dass diejenigen JournalistInnen, die auf der Medienkontaktliste stehen, persönlich und am besten per Telefon direkt auf die Geschichte und ihre Möglichkeiten angesprochen werden.

Eine Analyse verschiedener Zeitungsartikel, die in den letzten Monaten über Mitgliedorganisationen des Netzwerkes Medicus Mundi Schweiz erschienen sind verdeutlichen, was für die Redaktionen berichtenswert ist: lokale Bezüge oder die Involvierung von Prominenten sind erfolversprechende Herangehensweisen. Gut ist immer auch das Anknüpfen an laufende Debatten. Die Geschäftsstelle von MMS nutzte etwa die Abstimmungsdebatte über die „Zukunft der Komplementärmedizin“, um in der Basler Zeitung über den komplementären Ansatz im internationalen Kontext zu berichten.

Grundsätzlich machte Barbara Lukesch deutlich, dass die Ausgangslage für Organisationen der Gesundheitszusammenarbeit gut ist, um von einer breiteren Öffentlichkeit wahrgenommen zu werden. Denn Gesundheit ist ganz grundsätzlich ein Thema, das auf Interesse stösst.

### **Kontakt**

#### **Deutschschweiz**

Medicus Mundi Schweiz  
Murbacherstrasse 34

#### **Suisse romande**

Medicus Mundi Suisse  
Rue de Varembeé 1

#### **Bankverbindung**

Basler Kantonalbank, Aeschen, 4002 Basel

CH-4056 Basel  
Tel. +41 61 383 18 10  
info@medicusmundi.ch

CH-1202 Genève  
Tél. +41 22 920 08 08  
contact@medicusmundi.ch

Medicus Mundi Schweiz, 4056 Basel  
IBAN: CH40 0077 0016 0516 9903 5  
BIC: BKBBCHBBXXX