

## **Lust um mitzuarbeiten an die Sensibilisierung von ALS bei einem breiteren Publikum? Erzähl deine Geschichte!**

Verschiedene Leute berichten der Liga dass die Krankheit nicht viel Namensbekanntheit hat/kriegt und natürlich bedauert jeder diese Situation.

Unser Sekretariat kriegt in letzter Zeit den Besuch von mehr und mehr Zeitungen, Zeitschriften, TV-Producer... die einen ALS Patient und/oder seine Familie ein Interview abhalten möchten oder eine Reportage drehen wollen. Laut Gesetz der Privatsphäre nehmen wir zuerst immer Kontakt auf mit dem Patient und fragen ihn ob er/sie mitarbeiten will. Es ist jedoch nicht selbstverständlich einen Patient zu finden der sich hieran beteiligen will.

Wir verstehen dass es nicht einfach ist um eine solche Geschichte vor der Kamera zu erzählen. Dies erfordert immer wieder großen Einsatz und verschiedene Telefongespräche, öfters vergebens. Demzufolge gehen viele interessante Möglichkeiten verloren um unsere Probleme über diese verdammte Krankheit zu veröffentlichen und um sie beim großen Publikum bekannter zu machen.

Deswegen ist die ALS Liga auf der Suche nach Patienten, aus den verschiedenen Provinzen, die sich ein Interview abhalten lassen möchten.

Sie brauchen natürlich nicht zu warten bis sich ein Journalist oder Reporter bei uns meldet. Es wäre auch ratsam falls Sie selbst die Initiative nehmen würden um sich zu ihnen zu begeben. Im Rahmen unseres fünfzehnjährigen Bestehens gibt es dafür einen extra Grund. Das könnten regionale Fernsehsender sein, Wochenblätter, Radio u.a.

Wir haben gemeint es wäre nützlich hier einige Tipps zu erwähnen:

### **1. Ziel des Interviews**

- Dafür sorgen dass du selber deine Geschichte gut bringst
- Dafür sorgen dass der Journalist deine Geschichte gut bringt
- Dafür sorgen dass das Publikum dass du vor Augen hast deine Geschichte (Botschaft) versteht und etwas dazugelernt hat

#### **1.1. Wie deine Geschichte gut bringen?**

- Dich davon bewusst sein dass ein breites Angebot an "Nachrichten" vorliegt: Journalisten interessieren sich nicht für alles. Du bestimmst welche Geschichte du erzählen möchtest und wann.
- Berate dich zuvor mit den Mitarbeitern der ALS-Liga über das Thema und die Vorgehensweise.

#### **1.2. Wie dazu beitragen dass der Journalist deine Geschichte gut bringt?**

- Wenn du das Gefühl hast dass eine Frage unpassend oder irrelevant ist, bitte dann um den unterliegenden Grund.
- Wenn du eine Frage nicht verstehst, bitte dann um mehr Auskünfte. Wenn es Fragen gibt worauf du nicht antworten möchtest, gehe dann nicht um die Sache herum, gebe deutlich an warum (und am liebsten auch warum nicht).

#### **1.3. Wie dein Zielpublikum fesseln?**

- Beschreib das Interesse dass dein Zielpublikum bei deiner Geschichte hat: zum Beispiel Missverständnisse um ALS beseitigen, die Nicht-Subventionierung betonen...
- Versuche deine Geschichte spannend zu bringen aber zugleich möglichst objektiv: vermeid Selbstmitleid, betone die verschiedenen Sachen die noch möglich sein. Außer deiner persönlichen Geschichte, erwähn auch einen Überblick mit konkreten Tatsachen (und/oder Ziffern) der ALS-Liga (zum Beispiel Was ist ALS? Wie viel PALS? Symptome? Behandlungen?)

## 2. Kenn die Medien

Es gibt nationale, regionale und lokale Medien. Je nach der Art deiner Geschichte und der Zielgruppe die du erreichen möchtest, wirst du mit verschiedenen Kategorien von Medien in Kontakt kommen müssen.

Deine schließliche Wahl sollte demnach den Gesichtspunkt eines bestimmten Mediums berücksichtigen so wie auch die Anforderungen dieses spezifischen Mediums.

Ein Radiosender braucht gute Stimmen und einen flotten Sprecher, während ein Fernsehsender Bilder brauchen wird. Die geschriebenen Medien dagegen werden sich für gute Geschichten und interessante Gesprächspartner interessieren.

So wird eine Zeitung wie "De Standaard" zum Beispiel eher wissenschaftliche/informative Artikel veröffentlichen, die für eine breite Gruppe von Leuten beabsichtigt sind (cf der neueste Artikel vom 11.02.2010 über die KU Leuven die eine neue ALS-Medizin überprüft). Die Zeitung „Het Laatste Nieuws“ und „Het Nieuwsblad“ werden zum Beispiel eher über regionale und lokale Nachrichten informieren und sich also für konkrete Aktivitäten der Organisation oder für die Geschichte lokaler Leute interessieren.

## 3. Wie Kontakte binnen der geschriebenen Presse aufbauen?

- Kauf einige Magazine und Zeitungen die vielleicht interessant sein könnten.
- Studiere die Unterschiede: Tageszeitung, Wochenblatt, Zeitschrift? Zielgruppen? Fest zurückkehrende Rubriken? (zum Beispiel Rubrik "Gesundheit", "Menschen", usw.) Ein Wochenblatt wie "Dag Allemaal" hat eine feste Rubrik „Tussen de mensen“ („Unter den Menschen“): cf Interview abgehalten vom ALS-Liga Vorsitzenden, Herrn Danny Reviers: "Danny weiß schon dass er an unheilbare Muskelkrankheit sterben wird" (Ausgabe 20-26 Februar 2010).
- Versuche den verantwortlichen Journalist im Kolophonium aufzusuchen und mit ihm/ihr Kontakt aufzunehmen (telefonisch, E-Mail usw.)
- Befolge den Kontakt. Ein einziger Kontakt führt selten unmittelbar zur Veröffentlichung.

## 4. Tipps um ein Interview unversehrt zu überleben

### 4.1. Denke im Voraus nach

Wenn die Medien jemanden mit einer Behinderung selbst zu Wort lassen kommen, wollen sie öfters eine ganz persönliche Geschichte. Was willst du selbst dass bei dem Leser rüberkommt? Worauf gehst du tiefer ein, was machst du kurz and was möchtest du am liebsten nicht erwähnen? Also, denke im Voraus nach über die Botschaft die du mitgeben möchtest.

### 4.2. Ein persönlicher Gesichtspunkt kann wirken, aber vergiss die größere Geschichte nicht

Versuche kein Mitleid wegen deiner Behinderung zu erregen aber zum Beispiel Empörung wegen eines bekrittelnden Systems oder wegen der Nicht-Subventionierung.

Du bist mehr als deine Behinderung. Zeige deine Menschlichkeit und rede über deine Interessen, deine Tätigkeiten und deine Expertise in anderen Bereichen.

### 4.3. Berichte über Tatsachen

Tatsachen sind sicherer, deutlicher und können mehr imponieren als eine einfache Meinung. Sorge auf jeden Fall dafür dass deine Geschichte Korrekt ist.

#### 4.4. Sei zur Sache

Auch wenn du nicht auf jede Frage wörtlich antworten solltest, fange auch nicht an von einer total anderen Sache zu reden ohne einen deutlichen Zusammenhang deutlich zu machen.

#### 4.5. Mach es kurz und einfach

Mediaraum ist immer beschränkt: mache deine Botschaft kurz und einfach wenn du willst dass sie richtig rüberkommt. Je mehr du erzählst, je mehr der Journalist schneiden muss. In diesem Fall ist die Chance auch grösser, dass gerade die Aussagen übrigbleiben die du weniger wichtig findest oder die außer ihrem Kontext ganz anders rüberkommen als du bedeutet hattest.

#### 4.6. Verwende One-liner

Bedenke im Voraus einen (oder mehrere) Sätze die deine Botschaft effektiv zusammenfassen oder die bestimmten Sachen recht gut betonen.

#### 4.7. Vermeid Jargon

Gehe davon aus dass dein Publikum von der Krankheit nicht unterrichtet ist. Viele Begriffe die für uns recht einfach sein, haben sie noch nie gehört und werden sie also auch nicht verstehen.

#### 4.8. Wiederhole deine eigene Botschaft

Sag was du sagen möchtest immer in anderen Worten, so dass auf jeden Fall etwas durchsickert.

#### 4.9. Schweig wenn nötig

Erzähle nicht mehr als nötig ist. Erwähne keine unnötigen Einzelheiten, vermeide Nebensachen und versuche nicht all zu viel abzuweichen. Große Wahrscheinlichkeit dass der Journalist dies nachher auswählt und deine Hauptsachen sogar nicht erwähnt.

#### 4.10. Gib keine ja/nein Antworten

Die geschriebene Presse kann dir so Worte in den Mund legen oder Antworten suggerieren mit denen du es wirklich nicht einverstanden bist.

#### 4.11. Artikel nachlesen

Sorg immer dafür dass du den Artikel vor der Veröffentlichung lesen kannst! Mach dies vielleicht im Voraus ab. Beschränk dich aber zu den inhaltlichen Fehlern.

#### 4.12. Selektier sorgfältig das Medium

Studiere die Medien an die du dich wenden wirst. Sehe und höre dich die Medien an, lese auch die Zeitungen an die du dich wenden möchtest.

### 5. Schließlich:

- Geduld ist ein schöne Tugend: zwischen einem ersten Kontakt und einer Veröffentlichung kann recht was Zeit gehen. Und ein Kontakt dass geknüpft ist und nicht unmittelbar Resultat zeigt, kann vielleicht an einem späteren Moment gut passen.
- Lass Ihre Arbeit Ertrag abwerfen: speichere die erworbenen Ergebnisse (Namen, Telefonnummern, Deadlines für Veröffentlichungen) sofort in Ihrem Computer: auf diese Weise bauen Sie allmählich eine interessante Datenbank auf.
- Die Welt der Medien ist aber flüchtig... also aktualisieren Sie Ihre Datenbank mindestens einmal im Jahr vollständig.

## Quellen:

<http://www.ethicom.be/content.aspx?l=004.003&lang=1>: Tipps um in die Presse zu kommen.

<http://handiwatch.grip-vzw.be:80/?q=node/37> : Tipps für Interviews.

„De persattaché is een boer“ handelt sich um die Errichtung und die Unterhaltung von Beziehungen mit der Presse. Schriftsteller ist Koen Van den Broeck, Consultant beim Kommunikationsbüro „EthiCom“.

„Bouwen aan persrelaties“ handelt sich um eine Gebrauchsanweisung für Wortführer. Dieser Artikel (geschrieben von Koen Van den Broeck) erschien in Ad Rem, 2002/6

„Tijdschrift voor Zakelijke Communicatie“ - Verlagshaus Kluwer.

Tipps gegeben von Annemie T'Seyen, medizinische Journalistin [annemie.tseyen@benevita.be](mailto:annemie.tseyen@benevita.be)