



Pressearbeit zum Thema Hitzeschutz in Kitas

© Halfpoint / Adobe Stock

Angesichts zunehmender Hitzewellen wird es immer wichtiger, über deren gesundheitliche Risiken aufzuklären und über Schutzmaßnahmen für Kinder zu informieren. Pressearbeit spielt dabei eine entscheidende Rolle: Sie hilft, das Engagement der Kindertageseinrichtungen sichtbar zu machen, Vertrauen bei (Groß-)Eltern, Kindern und Öffentlichkeit zu stärken und präventive sowie akute Maßnahmen zum Hitzeschutz zu kommunizieren.

Diese Handreichung unterstützt Sie als Kita dabei, mit gezielter Pressearbeit das Thema Hitzeschutz in den Fokus zu rücken. Wer zeigt, dass Verantwortung für das Wohl der Kinder übernommen wird, stärkt sowohl das Vertrauen bei (Groß-)Eltern, Fachkräften und Kooperationspartnern. Mit einem öffentlichkeitswirksamen Statement zum Hitzeschutz verdeutlichen Sie, dass Gesundheit, Sicherheit und ein geschütztes Aufwachsen im Zentrum Ihrer Betreuung stehen und Sie bei drohenden Hitzewellen aktiv sind. So zeigen Sie Weitblick und senden ein positives Signal an Familien und Ihr Umfeld, die Kommune sowie die Medien. Ob Pressemitteilung, Interview oder Bericht über Aktionen – Ihre Pressearbeit lässt sich flexibel und wirkungsvoll gestalten.

Erste Schritte

Eine sorgfältige Vorbereitung Ihrer aktiven Pressearbeit zum Thema Hitzeschutz trägt wesentlich zu einem erfolgreichen Gelingen bei. Dazu gehört in erster Linie der Aufbau eines **Presseverteilers**, z. B. durch:

- eine Recherche nach regionalen und thematisch passenden Medien, wie Tageszeitungen, Stadtmagazine, Fachzeitschriften, Radiosender, Online-Portale oder Newsletter sowie Bildungs- und Eltern- und Familienzeitschriften.
- eine Suche nach Kontaktdaten von Redaktionen oder einzelnen Ansprechpersonen. Dies sind oft auf den Websites der Medien unter „Kontakt“, „Redaktion“ oder im Impressum zu finden. Auch

eine telefonische Nachfrage beim Medium kann sinnvoll sein. Hilfreich sind die regelmäßig Pflege Ihrer Kontaktdatenbank und die Berücksichtigung einer DSGVO¹-konformen Speicherung von personenbezogenen Daten.

- einen möglichen Einbezug von lokalen Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, wie Stadtteilzeitungen, Gemeindebriefe, Vereine und Verbände oder Elternnetzwerke, Familienbildungszentren, Volkshochschulen, Gesundheitsamt.

Mit der Klärung, welche Materialien wie beispielsweise Bilder oder Logos Sie benötigen und wie Sie diese frühzeitig beschaffen können, sind Sie gut vorbereitet.

Geeignete Maßnahmen für Pressearbeit

Einladung von Presse zu Anlässen

Laden Sie Pressevertretungen zu passenden Anlässen ein, im Rahmen derer Sie Hitzeschutz thematisieren. Passende Anlässe können z. B. themenbezogene Elternabende oder Aktionstage in oder außerhalb Ihrer Einrichtung, ein „Tag der offenen Tür“, die Einführung neuer Hitzeschutzmaßnahmen und -pläne oder ausgewählte Events wie Familie-, Sommer- und Sportfeste sein.

Medienansprache/Interviews

Gehen Sie mit spezifischen Themen aktiv auf Pressevertretungen zu und bieten Sie Interviews mit dem Träger, der Kita-Leitung oder Fachkräften an, die aus der Praxis berichten. Berichte von Eltern oder Erzieherinnen und Erziehern können an-

schaulich zeigen, wie Maßnahmen zum Hitzeschutz umgesetzt werden. Verdeutlichen Sie, warum Hitzeschutz gerade für die jüngsten Mitglieder der Gesellschaft so wichtig ist..

Pressemeldung

Verfassen und versenden Sie anlassbezogene Pressemeldungen, um Medien proaktiv über aktuelle Entwicklungen, Maßnahmen, Aktionen oder Bedarfe im Bereich Hitzeschutz zu informieren. Das kann die Einführung neuer Schutzkonzepte, neue Anschaffungen oder besondere Veranstaltungen betreffen. Serviceorientierte Inhalte und konkrete Beispiele erhöhen die Chance auf Berichterstattung.

Schritt für Schritt zur Pressemeldung

Eine professionelle Pressemitteilung folgt einem klaren Aufbau, der Pressevertreterinnen das schnelle Erfassen relevanter Informationen ermöglicht:

- 1** Die **Überschrift** sollte prägnant und informativ sein sowie Interesse wecken. Eine Kombination aus Haupt- und Unterüberschrift kann Ihnen dabei helfen: Der Haupttitel zieht Aufmerksamkeit auf sich, die Unterzeile liefert zentrale Informationen. Konkrete Anlässe wie Veranstaltungen, spannende Zahlen und Fakten oder Statements bekannter Persönlichkeiten wirken ebenfalls aufmerksamkeitsregend.
- 2** Der **Teaser** führt kurz in das Thema ein und beantwortet die wichtigsten W-Fragen: Wer, was, wann, wo, wie und warum? Gestalten Sie ihn bestenfalls optisch auffällig – beispielsweise durch Fettdruck.
- 3** Im **Hauptteil** können Sie ihr gewähltes Thema detaillierter beschreiben. Möglich ist hier zum Beispiel die Verwendung von Zitaten von Expertinnen und Experten, Mitarbeitenden oder Betroffenen. Eine klare Struktur und Gliederung des Textes durch Absätze erleichtert das Textverständnis.
- 4** Am Ende folgt der **Abbinder** – ein kurzer Hintergrundtext zu Ihrer Organisation oder Einrichtung sowie zu Ihrer Idee. Sinnvoll ist, hier Kontaktdaten für Rückfragen sowie Links zu weiterführenden Informationen, wie beispielsweise zu Ihrer Website oder Pressematerialien zu ergänzen.

Aufbauend folgt der Versand Ihrer Pressemitteilung per E-Mail an einen sorgfältig zusammengestellten Medienverteiler mit regionalen und thematisch passenden Kontakten. Eine klare und aussagekräftige Betreffzeile sollte das Thema direkt benennen. Fügen Sie – wenn möglich – passendes Bildmaterial oder weiterführende Links bei, um die Meldung für Redaktionen attraktiver und leichter verwertbar zu machen.