



Pressearbeit zum Thema Hitzeschutz in Pflege- und Betreuungseinrichtungen

Mit Blick auf immer häufigere Hitzewellen wird es zunehmend wichtig, über gesundheitliche Risiken für besonders gefährdete Menschen aufzuklären und wirksame Schutzmaßnahmen zu informieren. Pressearbeit spielt dabei eine zentrale Rolle, um einerseits die Öffentlichkeit zu sensibilisieren, und andererseits das eigene Engagement sichtbar zu machen und Vertrauen zu stärken.

Diese Handreichung unterstützt Sie dabei, als Pflege- oder Betreuungseinrichtung mit gezielter Pressearbeit zum Thema Hitzeschutz an die Öffentlichkeit zu treten. Wer zeigt, dass er Verantwortung übernimmt, stärkt das Vertrauen der Bewohnerinnen und Bewohnern, Angehörigen sowie Mitarbeitenden und Kooperationspartnerinnen und -partnern – und unterstreicht gleichzeitig die Qualität der eigenen Betreuung. Ein öffentlichkeitswirksames Statement zum Hitzeschutz macht deutlich, dass Gesundheit, Sicherheit und gute Versorgungsbedingungen auch bei großer Hitze Priorität haben. Das zeigt Weitblick – und kann zugleich als positives Signal an Kommune, Fachöffentlichkeit und Medien wirken. Zeigen Sie, was bereits gut läuft, und stellen Sie ausgewählte Maßnahmen anschaulich dar. Ob kurze Pressemitteilung, persönliches Interview oder Bericht über einen Aktionstag – 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.
- eine Suche nach Kontaktdaten von Redaktionen oder einzelnen Ansprechpersonen. Diese 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 regelmäßige 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, Seniorenbeauftragte oder Elternnetzwerke.

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 und hitzebedingte Risiken thematisieren. Das können beispielsweise Pressekonferenzen, die Einführung neuer Hitzeschutzmaßnahmen und -pläne, Aktionstage in Ihrer Einrichtung oder Events wie gemeinsame Sommer- oder Familienfeste, ein „Tag der offenen Tür“ sein.

Medienansprache/Interviews

Gehen Sie mit spezifischen Themen aktiv auf Pressevertretungen zu. Das können etwa Interviews mit dem Träger, der Leitung, Fachpersonen aus dem Gesundheits- oder Pflegebereich oder aus Ihrer Einrichtung sein, die über konkrete Hitzeschutzmaßnahmen berichten können. Auch persönliche Erfahrungsberichte von besonders betroffenen Personen aus Ihrer Einrichtung eignen sich gut, um

die Bedeutung von Prävention greifbar zu machen. Verdeutlichen Sie, warum das Thema gerade für Ihr Haus und die Bewohnerschaft relevant ist.

Pressemeldung

Verfassen und versenden Sie anlassbezogene Pressemeldungen, um Medien proaktiv über aktuelle Entwicklungen oder Angebote im Bereich Hitzeschutz zu informieren. Geeignete Anlässe sind zum Beispiel die Einführung neuer Schutzmaßnahmen in Ihrer Einrichtung, wie z. B. Überwachung der Arzneimittel hinsichtlich Hitzeverträglichkeit, Raumklima, bevorstehende Hitzewellen, neue Informationsmaterialien oder besondere Veranstaltungen. Achten Sie bei dabei auf die Aktualität Ihres Themas. Ein serviceorientierter Bezug – etwa Tipps zum Verhalten bei Hitze – erhöht außerdem die Chance auf Veröffentlichung.

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.