



# Pressearbeit zum Thema Hitzeschutz in Schulen

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

Diese Handreichung unterstützt Sie als Schule dabei, mit gezielter Pressearbeit das Thema Hitzeschutz in den Fokus zu rücken. Wer zeigt, dass er Verantwortung für das Wohl der Kinder übernimmt, stärkt das Vertrauen von Eltern, Lehrkräften und Kooperationspartnern und unterstreicht gleichzeitig die Qualität der Bildung. Ein öffentlichkeitswirksames Statement zum Hitzeschutz verdeutlicht, dass Ihnen Gesundheit, Sicherheit und ein geschütztes Lernumfeld am Herzen liegen und Sie auch bei hohen Temperaturen aktiv sind. So zeigen Sie Weitblick und senden ein positives Signal an Ihr Umfeld, Familien, die Kommune und 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.
- 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 DSGVO<sup>1</sup>-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

Veranstaltungen oder Aktionen rund um den Hitzeschutz bieten gute Anlässe für Medienberichte. Laden Sie Pressevertretungen zu Events wie Informationsveranstaltungen, Einführung neuer Schutzkonzepte, Hitzeschutz-Aktionstagen, Sportfesten oder Schulfesten ein.

### Medienansprache/Interviews

Gehen Sie mit spezifischen Themen aktiv auf Pressevertretungen zu und bieten Sie Interviews mit der Schulleitung oder Fachkräften aus dem Schulalltag an, die über die praktischen Hitzeschutzmaßnahmen berichten können. Besonders wirkungsvoll sind Berichte von Lehrkräften, Schulleitungen oder

Eltern, die die Bedeutung des Themas anwendungsbezogen vermitteln. Machen Sie klar, warum Hitzeschutz gerade jetzt und insbesondere für Lehrende und Lernende in Schulen wichtig ist.

### Pressemeldung

Verfassen und versenden Sie anlassbezogene Pressemeldungen, um Medien aktiv über neue Entwicklungen, Maßnahmen, Angebote oder Aktionen im Bereich Hitzeschutz zu informieren. Das kann die Einführung neuer Schutzkonzepte, von angepassten Pausenzeiten, neuen Raumklimatisierungen oder speziellen Informationsangeboten sein. Aktuelle und serviceorientierte Themen und konkrete Beispiele erhöhen 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.