

****

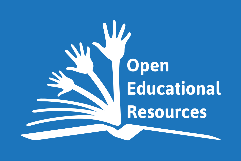
Photocase / FemmeCurieuse

**Curriculum**

**Public Relations und Journalismus   
für Lehrkräfte in der Erwachsenenbildung**

**Sechs Schritte, um die Erwachsenenbildung in den Medien sichtbarer zu machen**

**von:   
Wilfried Frei, Bianca Friesenbichler, Lucia Paar | CONEDU (AT)   
Dr Michael Sommer | Akademie Klausenhof (GER)**



****

Dieses Projekt wurde mit Unterstützung der Europäischen Kommission finanziert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung tragen allein die VerfasserInnen; die Kommission haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben.

Inhalt

[Übersicht 3](#_Toc524682405)

[Anforderungen und Ziele 3](#_Toc524682406)

[Über das Curriculum 4](#_Toc524682407)

[Zusammensetzung 4](#_Toc524682408)

[Zielgruppen 4](#_Toc524682409)

[Grundverständnis des Curriculums 5](#_Toc524682410)

[Didaktischer und methodischer Ansatz 5](#_Toc524682411)

[Nutzung und Umsetzung des Curriculums 6](#_Toc524682414)

[Zertifizierung 7](#_Toc524682415)

[Modulares Seminar: „Public Relations und Journalismus für Lehrkräfte in der Erwachsenenbildung“ 8](#_Toc524682416)

[Rahmen des Seminars 8](#_Toc524682417)

[Module 9](#_Toc524682418)

[Modul 1: Journalistischer „Nachrichtenwert“ 10](#_Toc524682419)

[Modul 2: Sammeln relevanter Informationen 12](#_Toc524682420)

[Modul 3: Schreiben als Konstruktion / konstruktiver Prozess - zwischen Realität, Stereotypen und PR 16](#_Toc524682421)

[Modul 4: Nutzung von und Schreiben für Online-Medien 18](#_Toc524682422)

[Modul 5: Die Erwachsenenbildung in Medien sichtbarer machen 20](#_Toc524682423)

[Modul 6: Gute PR-Texte erstellen 26](#_Toc524682425)

[Add-On: Übertragung und Auswertung 29](#_Toc524682426)

**OER – Open Education Recourse  
Creative Commons License - lizenziert im Rahmen der Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License.**   
**Sie dürfen:** Teilen — das Material in jedwedem Format oder Medium vervielfältigen und weiterverbreiten. Bearbeiten — das Material remixen, verändern und darauf aufbauen und zwar für beliebige Zwecke, auch kommerziell. Der Lizenzgeber kann diese Freiheiten nicht widerrufen solange Sie sich an die Lizenzbedingungen halten. Unter folgenden Bedingungen: Namensnennung (LEK-AE / Conedu, Akademie Klausenhof) — Sie müssen angemessene Urheber- und Rechteangaben machen, einen Link zur Lizenz beifügen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden. Diese Angaben dürfen in jeder angemessenen Art und Weise gemacht werden, allerdings nicht so, dass der Eindruck entsteht, der Lizenzgeber unterstütze gerade Sie oder Ihre Nutzung besonders. Information: Weitergabe unter gleichen Bedingungen — Wenn Sie das Material remixen, verändern oder anderweitig direkt darauf aufbauen, dürfen Sie Ihre Beiträge nur unter derselben Lizenz wie das Original verbreiten. Keine weiteren Einschränkungen — Sie dürfen keine zusätzlichen Klauseln oder technische Verfahren einsetzen, die anderen rechtlich irgendetwas untersagen, was die Lizenz erlaubt.  
  
**Produkt des Projekts** ‘Let Europe Know about Adult Education’ (LEK-AE), gefördert von Erasmus+ / Strategischen Partnerschaft, 2015-1-DE02-KA204-002327. Dieses Projekt wurde mit Unterstützung der Europäischen entwickelt.  
**Verantwortlich:** Katholische Erwachsenenbildung Deutschland e.V., Katholische Erwachsenenbildung Deutschland –Bundesarbeitsgemeinschaft e.V., Rheinweg 34, 53113 Bonn  
**Partner:** Akademie Klausenhof gGmbH (Germany), Dansk Folkeoplysnings Samråd (Denmark), Kansanvalistusseura (Finnland), Caixa de Mitos Lda (Portugal), Asociatia EUROED (Romania), European Association for the Education of Adults EAEA (Belgien), CONEDU - Verein für Bildungsforschung und -medien (Österreich), Nordic Network for Adult Learning (Norwegen), Vrije Universiteit Brussel (Belgien)  
  
**Kontakt:** sommer@akademie-klausenhof.de



# Übersicht

**Anforderungen und Ziele**

Es gibt zahlreiche ErwachsenenbildnerInnen, die ihre Arbeit, ihre Erfahrungen, ihre innovativen Methoden und ihre Projekte anderen Personen und Organisationen in Europa mitteilen möchten. Allerdings gibt es einen Unterschied ob man sich mit Menschen aus dem eigenen oder einem fremden Land austauschen möchte. Die Hürden sind zahlreich und können unter Umständen sehr hoch sein. Dazu gehören beispielsweise sprachliche und kulturelle Unterschiede sowie Wissensunterschiede, ein Mangel an kommunikativen Fähigkeiten und Methoden. Durch die redaktionelle Arbeit erlangte Erfahrung, hat die Plattform „European InfoNet Adult Education“ und das „ELM - European Lifelong Learning Magazin“ (ehemals „LLLinE - Lifelong Learning in Europe“) Probleme und Schwierigkeiten in folgenden Bereichen aufgedeckt:

* Professionelle MitarbeiterInnen aus der Erwachsenenbildung verfügen häufig über wenig Erfahrung mit Medien und journalistischen Aktivitäten.
* ErwachsenenbildnerInnen in Praxis und Wissenschaft mangelt es unter Umständen an den entsprechenden kommunikativen Fähigkeiten, die notwendig sind, um journalistische Arbeiten durchzuführen.
* Die Erfahrung und Fähigkeiten der ProjektmanagerInnen (des europäischen Programms) sind eventuell zu eingeschränkt, um journalistische Medien (wie Online- und Soziale Medien) zur Verbreitung ihrer Aktivitäten zu verwenden.
* Erwachsenenbildung wird häufig auch von Personen repräsentiert, die keine professionellen ErwachsenenbildnerInnen sind.
* Es ist sehr schwierig, langfristige Kontakte mit den Mainstream-Medien für die Erwachsenenbildung aufzubauen.
* Es gibt wenige JournalistInnen, die sich auf Erwachsenenbildung spezialisiert haben und noch weniger, die regelmäßig für LeserInnen außerhalb ihres Landes über Erwachsenenbildung schreiben.

Um diese Ansprüche zu erfüllen, wurde das Curriculum im Rahmen des Projekts „Let Europe Know about Adult Education - LEK-AE“ im Jahr 2016/17 entwickelt. Das Curriculum wird - teilweise oder vollständig - von den Projektpartnern und anderen übernommen, um Weiterbildungen zum Thema in unterschiedlichen europäischen Ländern durchzuführen.

Die **grundlegenden Ziele** des Curriculums sind folgende:

* Lernende/Teilnehmende lernen ihre Medienkompetenz zu verbessern sowie Medien und die Rolle der Medien besser zu verstehen, wenn es darum geht, die Öffentlichkeit und Fachleute der Erwachsenenbildung über Themen der Erwachsenenbildung zu informieren.
* Sie erwerben dabei Grundlagen der professionellen PR-Arbeit im Bereich der Erwachsenenbildung
* Sie lernen die Rolle und die (kritischen) Ansätze von JournalistInnen kennen und wie man journalistisch schreibt, um erfolgreiche PR zu erstellen.
* Sie lernen, wie man Kanäle wie die E-Platform for Adult Learning in Europe (EPALE), unterschiedliche Magazine der Erwachsenenbildung auf nationaler und europäischer Ebene und Soziale Medien nutzt, um über die eigene Arbeit zu berichten.
* Das kritische Bewusstsein der Beziehung zwischen Medien, Bildung und Gesellschaft wird entwickelt und vertieft.

Disclaimer: Die Inhalte und Module des Curriculums sind nicht als Berufsausbildung für professionelle JournalistInnen konzipiert und ersetzen auch keine umfassende Ausbildung für Vermarkter.

**Über das Curriculum**

**Zusammensetzung**

Das Curriculum ist als Seminar für ErwachsenenbildnerInnen konzipiert und bestehend aus sechs Modulen. Die Module sind flexibel einsetzbar und die Auswahl der jeweiligen Module hängt von den Anforderungen des/der Erwachsenenbildners/Erwachsenenbildnerin oder der Institution ab, der/die das Curriculum verwendet. Die Module können mit einigen Änderungen unabhängig voneinander verwendet werden, um die von Ihnen gesteckten Lernziele zu erreichen.

Ergänzend zu den Modulen dieses Curriculums können die TrainerInnen ein Simulations-Spiel verwenden, in dessen Rahmen die Teilnehmenden einige praxisrelevante Aktivitäten und Webinare ausprobieren können, welche zusätzliche Lerngelegenheiten ermöglichen. Beides kann die Lernaktivitäten im Rahmen des Curriculums verbessern und steht auf der LEK-AE-Webseite <https://www.let-europe-know.eu/> zur Verfügung.

**Zielgruppen**

Die wichtigste Zielgruppe umfasst **Mitglieder der Institutionen der Erwachsenenbildung, die im Bildungsmanagement, vor allem im Bereich Public Relations, arbeiten.** Die Module bzw. die daraus entwickelte Weiterbildung können auch für TrainerInnen hilfreich sein, die auf ihre Arbeiten und Produkte aufmerksam machen möchten. BildungsforscherInnen, die Ihre Untersuchungsergebnisse über die Massenmedien oder durch eine Eigenveröffentlichung bekannt machen müssen, können im Rahmen der Weiterbildung die dazu notwendigen Kompetenzen erlernen.

Um in der Lage zu sein, in unterschiedlichen (Online-) Medien über Erwachsenenbildung zu sprechen, müssen sich die TeilnehmerInnen des Seminars gut mit der Erwachsenenbildung und den entsprechenden Bedürfnissen auskennen. Institutionen der Erwachsenenbildung - Profit-Unternehmen sowie NGOs - müssen ihre Kurse und bildenden Angebote „verkaufen“, um TeilnehmerInnen anzuwerben. Eine der zahlreichen Marktstrategien besteht darin, in verschiedenen Medien zu veröffentlichen und der Öffentlichkeit die Themen, das Lehrangebot und die Arbeit daran näher zu bringen. Um zu publizieren, ist es sehr nützlich, mehr darüber zu wissen, wie journalistische Arbeit funktioniert, was diese voraussetzt und wie journalistische Texte geschrieben werden sollten. Diese Informationen helfen auch bei Eigenpublikationen auf institutionellen Webseiten, Blogs und in den Sozialen Medien.

Das Curriculum richtet sich demnach nicht an JournalistInnen und Marketingfachleute.

**Grundverständnis des Curriculums**

* Erwachsenenbildung ist eine öffentliche Aufgabe, bei der es darum geht, Benachteiligte zu unterstützen und für eine Verbesserung der grundlegenden Fähigkeiten zum Lesen, Schreiben und Rechnen oder IKT in der Gesellschaft zu kämpfen – Dieses Thema zeigt die hohe Relevanz der Kommunikation in der Erwachsenenbildung auf.
* Neben Basisbildung befasst sich die Erwachsenenbildung auch mit anderen wichtigen Themen und Aufgaben. Das Curriculum kann auch als Basis dienen, um andere Themen der Erwachsenenbildung aufzugreifen.
* Journalismus ist Teil einer demokratischen Gesellschaft. Beispielsweise bestehen journalistische Aufgaben darin, Themen auszuwählen und darüber zu berichten und die Zivilgesellschaft dabei zu unterstützen, kritisch Partei zu ergreifen. Gleichzeitig soll er den/die LeserIn oder ZuhörerIn unterhalten.
* Bei der Öffentlichkeitsarbeit geht es nicht einfach nur um die Vermarktung von Produkten. Es geht auch darum, die öffentliche Aufmerksamkeit auf ein Thema zu lenken und ein positives Image einer Institution zu schaffen. PR kann auch JournalistInnen nützen.
* Das Curriculum ist als Leitfaden für bestimmte Rahmenbedingungen entwickelt worden, etwa für Trainings/Weiterbildungen auf nationaler Ebene; die nationalen Angebote selbst müssen geplant und einzeln vorbereitet werden - mit einem Schwerpunkt auf inländische Themen. Diese Angebote können sich dann sowohl auf die regionale/nationale Ebene beziehen, als auch europäische Aspekte behandeln.
* Bezüglich des Inhalts verfolgt das Curriculum einen zweistufigen Ansatz: Das Verständnis der professionellen Methoden des Journalismus (1.) führt zu besserer Öffentlichkeitsarbeit (2.) in der Erwachsenenbildung. Bei der Auswahl einer Reihe von Modulen, sollten daher sowohl das Verständnis als auch die Schulung von Fähigkeiten berücksichtigt werden.

**Didaktischer und methodischer Ansatz**

* Das Curriculum dient als Leitfaden für TrainerInnen mit unterschiedlichen professionellen und nationalen Hintergründen. Obwohl das Curriculum gut ausgearbeitet und in vielerlei Hinsicht sehr detailreich ist, sollte es dennoch mit dem Gedanken an die besonderen Anforderungen und Ziele der Lerngruppe umgesetzt werden.
* ErwachsenenbildnerInnen, die das Curriculum umsetzen, agieren als TrainerInnen, ModeratorInnen und LernbegleiterInnen. Jede/r, der/die ein oder mehrere der Module umsetzt, muss genaue Kenntnisse und Erfahrungen im Bereich der Kommunikation über Erwachsenenbildung mit den entsprechenden Medien verfügen.
* Das Curriculum enthält zahlreiche Methoden, beispielsweise einen Foliensatz, der theoretisches Wissen transportiert, offene Diskussionen, Einzel-, Paar- oder Gruppenarbeit sowie Übungs- und Schreibeinheiten. Die Methoden können durch Online-Formate unterstützt werden, bei dem die Webinare und Simulationen zum Einsatz kommen.
* Das Wissen, die Hintergründe und Erfahrungen von Lernenden in der Erwachsenenbildung können eine wichtige und nützliche Ressource für den Lernprozess darstellen. Daher ist das Schulungsdesign so gestaltet, dass vor allem reflexive Lernmomente angeregt werden.
* Das Seminar ist modular. TrainerInnen können sich die Teile des Seminars aussuchen, die für sie, ihre Institution, ihr Land und professionellen Hintergrund von Interesse und relevant sind. Nach der Weiterbildung kann außerdem das Modul „Addon Transfer und Evaluation“ verwendet werden, um die Weiterbildung abzuschließen und das Gelernte in die Praxis zu übertragen.
* Das Curriculum soll Grundlage sein, um praktische Fähigkeiten zu vermitteln. Deshalb ist Schreiben Teil jedes Moduls und des Simulations-Spiels.
* Die Webinare (in Abschnitt C beschrieben) können als Methode dienen, um die unterschiedlichen Module des Seminars zu unterstützen.

### Teile der Module können auch über digitale Lernformate vermittelt werden, auch wenn dies nicht ausdrücklich im Curriculum aufgeführt ist. Beispielsweise können auch Online-Pinnwände für gemeinsames Brainstorming verwendet werden, oder Diskussionen über Webinarformate geführt werden.

### Tool-Tipp: Kostenlose Broschüre „Writing for Europe“

Als Einführung in journalistisches Schreiben und Öffentlichkeitsarbeit für die Erwachsenenbildung in Europa empfehlen wir Ihnen die Lektüre der 24-seitigen Broschüre „Writing for Europe“, eine Veröffentlichung des Partner-Projekts „European Infonet Adult Education“ - einem Vorgänger von LEK-AE. Die Broschüre basiert auf der Entwicklungsarbeit und Erfahrung von dutzenden von KorrespondentInnen aus Institutionen der Erwachsenenbildung, von Magazinen zur Erwachsenenbildung und von freiberuflichen JournalistInnen aus ganz Europa, die der Infonet-Plattform zwischen 2004 und 2015 Artikel beigesteuert haben. Wir empfehlen sowohl TrainerInnen als auch Lernenden, die Broschüre für die Vorbereitung auf die Weiterbildung zu nutzen.

Sie können sie hier kostenlos herunterladen:  
<https://www.let-europe-know.eu/app/download/12299100649/Writing+for+Europe.pdf?t=1534337174>

### Nutzung und Umsetzung des Curriculums

Das Curriculum dient als Rahmenwerk zur Umsetzung von Weiterbildungen, bei denen lokale oder regionale Anforderungen berücksichtigt werden, die Ziele Ihrer Institution und die Bedürfnisse/Bedarfe der Lernenden.

Am wichtigsten ist jedoch, dass die Nutzung des Curriculums an den Zielen und den Fähigkeiten der TrainerInnen und ModeratorInnen ausgerichtet werden sollte, die Teile oder die gesamte Weiterbildung umsetzen.

Bitte bedenken Sie die folgenden Aspekte, bevor Sie eine Weiterbildung mit diesem Material planen:

* Was sind meine/unsere spezifischen Ziele für die Weiterbildung?
* Wer ist die spezifische Zielgruppe; wen spreche ich damit an?   
  (Denken Sie an Fähigkeiten, Qualifikationen, Anforderungsprofil, Lernbedürfnisse)
* Wie gut kenne ich / entspreche ich den Anforderungen der Module, die ich umsetzen möchte? Wer kann mir sonst noch damit helfen?

Gemäß Ihrer Antworten können Sie:

* Die Ziele festlegen
* die Module auswählen, die umgesetzt werden sollen und miteinander kombinieren
* Lernende dazu einladen, an der Weiterbildung teilzunehmen

### Zertifizierung

Die LEK-AE-Partner haben eine kleine Untersuchung mit den folgenden Ergebnissen durchgeführt: Die Möglichkeiten, ein Zertifikat für das im Rahmen der Module Gelernte in diesem Curriculum zur Verfügung zu stellen, sind je nach Land und bei den verschiedenen Anbietern und Kontexten unterschiedlich. Wenn Sie die erreichten Lernziele zertifizierten möchten, empfehlen wir daher folgendes:

1. Die Implementierung eines Verfahrens zur **Dokumentation von Lernerfolgen**, wie ein Portfolio an Materialien, welche die Lernenden während der Weiterbildung erstellt haben, ergänzt durch eine schriftliche Selbstreflexion zum Lernprozess und/oder durch den Nachweis eines Transfers, wie ein geschriebener Artikel, ein PR-Text, Blog-Eintrag etc. Dadurch wird der Lernprozess visualisiert, was hilft, den Lernvorgang besser zu verdeutlichen. Sie können dies auch als Leistungsnachweis verwenden, der durch ein Zertifikat oder ein Badge bestätigt werden kann (wie im Folgenden beschrieben).
2. Stellen Sie **Zertifikate** gemäß den Leistungsanforderungen und Lernzielebereit, die Sie im Voraus festgelegt haben, wenn die Lernenden an einer entsprechenden Anzahl von Modulen teilgenommen haben (beispielsweise 3-6). Ein Zertifikat sollte zumindest einen Titel und die Lernergebnisse enthalten und wie der/die Lernende dieses Ergebnis erzielt hat (etwa durch ein Portfolio), sowie den Aufwand des Erlernten (die Anwesenheitszeiten, ggf. das selbstgesteuerte Lernen vor / nach dem Seminar oder dem Workshop) und Informationen zum Herausgeber des Zertifikats. Bitte fügen Sie eine Referenz zum LEK-AE-Projekt und dieser Veröffentlichung bei.
3. Da Open Badges (<https://openbadges.org>) momentan an Beliebtheit und Anerkennung gewinnen, können Sie sich überlegen, ob Sie **Badges** (digitale Abzeichen) als digitale Belohnung für Lernerfolge verwenden. Dies gilt sowohl für Teile (wie kleinere Lernaufgaben) der Module, als auch für ganze Module. Hier sind dieselben Vorbereitungen nötig, die Sie auch bei der Ausgabe eines Zertifikats benötigen. Das heißt, dass Sie von den Lernenden eine Dokumentation anfordern sollten. Auch bei der Vergabe von Badges müssen Sie die Lernziele / erworbenen Fähigkeiten eines Moduls beschreiben, das Sie mit einem Abzeichen belohnen. Nutzen Sie die Beschreibung der Lernziele im Curriculum, um die Fähigkeit zu beschreiben.

# Modulares Seminar: „Public Relations und Journalismus für Lehrkräfte in der Erwachsenenbildung“

Dieses Curriculum ist ein Rahmenwerk, in dem eine Reihe von Modulen enthalten sind, um Trainings und Weiterbildungen für ErwachsenenbildnerInnen durchzuführen, die sich für Veröffentlichungen und die Aufmerksamkeit auf die Erwachsenenbildung sowie für das Lernen und die Verwendung von Medien, vor allem Online-Medien interessieren.

Die Module können nach bestimmen Zielen oder den Vorkenntnissen der Lernenden usw. ausgewählt werden. Die einzelnen Module des Curriculums bauen aufeinander auf, dennoch können für bestimmte Zielgruppen auch nur einzelne Module in Kombination verwendet werden. Sie wurden mit dem Grundgedanken eines klassischen Seminars oder Workshops entwickelt. Allerdings können einige der Module auch für Trainings on the Job oder für Webinare im Rahmen einer Videokonferenz verwendet werden.

## Rahmen des Seminars

**Gruppengröße:** bis zu 16 TeilnehmerInnen

**Anforderungen an die TeilnehmerInnen:** Die Lernenden kennen die Erwachsenenbildung im Allgemeinen und ihr eigenes berufliches Umfeld im Bereich der Erwachsenenbildung; Sie haben bereits grundlegende Erfahrungen im Erstellen von PR- und/oder journalistischen Texten.

**Dauer:** Jedes Modul dauert 3 bis 4 Stunden; der Zeitraum kann den Vorkenntnissen der Teilnehmenden und den bestimmten Zielen angepasst werden. Es sollten angemessene Pausen eingelegt werden, je nach den individuellen Bedürfnissen.

**Zertifizierung:** Wenn Sie ein Zertifikat ausstellen möchten, nehmen Sie sich bitte den Ratschlag im oberen Absatz „Über das Curriculum“ zu Herzen.

Jedes Modul wird allgemein dargestellt, wobei die notwendige Dauer, die Materialien und die Methoden, Aufgaben und Ziele beschrieben werden. Die Aufgaben-Codes beziehen sich auf den Abschnitt „Materialien und Tipps für TrainerInnen“ im Anhang. Hier finden Sie Tipps und Links zu den entsprechenden Aufgaben.

## Module

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **1.) Journalistischer „Nachrichtenwert“** Was macht einen Artikel für LeserInnen relevant?  Auswahl und Struktur von Informationen (wichtige und interessante vs. langweilige Informationen) und konkrete Ideen für Stories. | **2.) Erfassen relevanter Informationen**  Wo und wie kann ich Informationen sammeln, um meine Botschaft zu übermitteln? Informationsplattformen und Medien im Bereich der Erwachsenenbildung, Interviews als Informationsquelle (durchführen, transkribieren und texten). | **3.) Schreiben als konstruktiver Prozess** Zwischen Realität, Stereotypen und PR - von der Wahrnehmung zur Beschreibung der Realität  Werte und Haltungen im Journalismus, Konstruktivismus und die Beziehung zwischen Wahrheit, Realität, Objektivität und Subjektivität |
| **4.) Online-Medien nutzen und für sie schreiben** Eine Anleitung zur eigenverantwortlichen Veröffentlichung und die Veröffentlichung über Online-Medien  Persönliche Nutzung von Medien, Online versus Print-Medien, Voraussetzungen, um für Online-Medien zu schreiben | **5.) Die Erwachsenenbildung in Medien sichtbarer machen**  Wo und wie europäische (online)-Medien über Erwachsenenbildung, journalistische Texte und Überschriften sowie Teaser/Einführungen schreiben  Wie man Kontakt zu Medienmitarbeitern aufbaut | **6.) Gute PR-Texte erstellen**  Wie man Erwachsenenbildung für Leute beschreibt, wenn man sie dafür interessieren möchte  Schwerpunkt auf Fakten und Inhalte, Kreativität und Humor in Texten, Organisation der PR-Arbeit |
| **Add-on: Transfer und Evaluation**  Im Handlungsfeld aktiv werden, Reflexion und Auswertung des Lernprozesses und der Lernergebnisse. |  |  |

### Modul 1: Journalistischer „Nachrichtenwert“

#### Ziele

* Die TeilnehmerInnen kennen die journalistischen Kriterien für die Auswahl relevanter Informationen.
* Die TeilnehmerInnen sind sich der Wichtigkeit der Kommunikation über Erwachsenenbildung bewusst.
* Die TeilnehmerInnen sind in der Lage, Nachrichtenwerte im entsprechenden Arbeitsbereich zu erkennen und auszuwählen.
* Die TeilnehmerInnen haben erste Ideen für Stories.

#### Anforderungen und Material

* Laptops, Computer oder Tablets mit Internetverbindung für alle TeilnehmerInnen
* Internetzugang
* Flipcharts und Ausrüstung für Präsentationen
* Örtliche Zeitungen und/oder Ausdrucke journalistischer Online-Nachrichten

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Min.** | **Methode** | **Aufgabe** | **Ziel** | **Materialien** | **Code[[1]](#footnote-1)** |
| 10 | Einleitung | Der/Die TrainerIn leitet ein und erläutert die Struktur des Kurses. |  | Folien 1 und 2 |  |
| 15 | Partnerarbeit („Partnerinterview“) | Die TeilnehmerInnen bilden Paare und interviewen sich gegenseitig:   * über ihren Hintergrund * über die Erfahrung des Gegenübers beim Verfassen von PR- und/oder Journalistischen Texten * über die Erwartungen an dieses Seminar | Die TeilnehmerInnen bekommen ein Gefühl für die Erfahrungen und Erwartungen der Gruppe und können sich aufeinander beziehen.  Die TeilnehmerInnen denken über die Relevanz einer Information nach und darüber, was weggelassen werden kann |  |  |
| 5 | Input | Der/Die TrainerIn gibt kurzen Input zu: Journalismus als Verringerung von Komplexität. | Folien 3, 4 |  |
| 10 | Individuelle Arbeiten | Die TeilnehmerInnen ordnen die Informationen eines kurzen Texts in drei Kästchen an:   * sehr wichtig und interessant * wichtig und relevant * nicht interessant / kann weggelassen werden | Folie 5, Dokument 1 „Materialien und Ratschläge für TrainerInnen“ | A |
| 30 | Plenum | Die TeilnehmerInnen ordnen die Informationen über ihre/n InterviewpartnerIn in drei Kästchen an und präsentieren den übrigen TeilnehmerInnen dies innerhalb von drei Minuten. | 2 Flipcharts  (Sammeln Sie Erfahrungen auf der einen Flipchart, Erwartungen auf der anderen) |  |
| 5 | Plenum | Der/Die TrainerIn greift die Erwartungen erneut auf und stellt fest, welche davon erfüllt werden können und welche während des Seminars nicht behandelt werden können. | Die TeilnehmerInnen wissen, welche Themen während des Seminars behandelt werden können. |  |  |
| 15 | Individuelle Arbeiten | Die TeilnehmerInnen durchsuchen die örtlichen Zeitungen und Online-Nachrichten und markieren Artikel über Erwachsenenbildung. | Die TeilnehmerInnen werden sich der Darstellung der Erwachsenenbildung in den Massenmedien bewusst. | Laptops, Mobilgeräte oder Tablets mit Internetverbindung. |  |
|  | Offene Diskussion | Die TeilnehmerInnen besprechen folgende Fragen:   * Wie viele Artikel über Erwachsenenbildung konnten gefunden werden? * Von was genau handeln sie? (🡪 Welche spezifischen Themen/Schwerpunkte sind für JournalistInnen / die Massenmedien interessant?) * Warum taucht Erwachsenenbildung kaum als Thema in den Massenmedien auf? * Welche Informationen im Bereich Erwachsenenbildung sind für die Öffentlichkeit interessant, auch wenn man diese nicht in den Zeitungen oder den Online-Nachrichten findet? |  |  |
| 5 | Input | Der/Die TrainerIn beschreibt „Nachrichtenwert“ und gibt Beispiele. | Die TeilnehmerInnen wissen, was ein „Nachrichtenwert“ ist und können diesen in einem Text ausfindig machen. | Folien 6, 7, 8, 9 |  |
| 45 | Gruppenarbeit | Die TeilnehmerInnen bilden Gruppen zu je drei Personen. Jede Gruppe liest einen anderen Text über Grundkompetenzen/Literacy. Sie schreiben den Nachrichtenwert des Texts auf und sammeln Ideen darüber, was den Text noch interessanter machen könnte. | 3 Texte mit je einer Seite Länge zu Grundkompetenzen/ Literacy (Dokument 2 Texte Grundbildung) |  |
| 10 | Präsentation der Ergebnisse | Ein/Eine SprecherIn jeder Gruppe präsentiert die Ergebnisse. | Flipchart (um die Ergebnisse zu dokumentieren) |  |
| 15 | Brain-walking  und -writing | Die TeilnehmerInnen bewegen sich im Raum und sammeln Ideen für Nachrichten/Themen, die für die Erwachsenenbildung / ihren Kontext von Interesse sein könnten und schreiben diese auf leere Flipcharts. (Die Bewegung und das Schreiben der anderen TeilnehmerInnen kann inspirierend wirken.) | TeilnehmerInnen finden Ideen für Themen im Bereich der Erwachsenenbildung, die eine Nachricht wert sind. | 3 leere Flipcharts (nur Überschriften) |  |
| 5 | Individuelle Arbeiten | Die TeilnehmerInnen sammeln die Ideen, die zu ihrer Arbeit passen und schreiben diese als erste Ideen einer Story auf. | Leere Blätter Papier |  |
|  | Abschluss | Der/Die TrainerIn beendet das Seminar. Optional: Der/Die TrainerIn bietet einen Ausblick auf das nächste Modul. |  |  |  |

### Modul 2: Sammeln relevanter Informationen

#### Ziele

* Die TeilnehmerInnen können (online) Suchstrategien verwenden.
* Die TeilnehmerInnen kennen relevante nationale und internationale Online-Plattformen, um Informationen im Bereich der Erwachsenenbildung zu recherchieren.
* Die TeilnehmerInnen kennen die Bedeutung von Interviews als Informationsquelle.
* Die TeilnehmerInnen kennen Interview-Methoden und können Interviews in der Rolle des/der Interviewten und des/der Interviewers/Interviewerin reflektieren.
* Die TeilnehmerInnen sind in der Lage, Informationen zu filtern und verschiedene Quellen für einen Text zu nutzen.

#### Anforderungen und Material

* Laptops, Computer oder Tablets mit Internetverbindung für jeden Teilnehmer
* Internetzugang
* Flipchart
* Pinnwand

**Hinweis: Dieses Modul enthält eine individuelle Trainingseinheit, die während des Kurses (2-3 weitere Stunden) oder zwischen zwei Kurseinheiten stattfinden kann. Daher dauert sie länger als die anderen und kann in einen Kurs und die Nachbearbeitung aufgeteilt werden.**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Min.** | **Methode** | **Aufgabe** | **Ziel** | **Materialien** | **Code** |
|  | Einleitung | Der/Die TrainerIn erläutert die Struktur des Kurses. |  | Folie 10 |  |
| 20 | Sammlung bereits vorhandener Suchstrategien im Plenum | Den TeilnehmerInnen werden folgende Fragen gestellt:   * Welche Quellen nutzen Sie, um Informationen zu sammeln? * Wenn Sie bereits ein Thema für eine Story haben, wie suchen Sie nach entsprechenden Informationen? * Welche Datenbanken und Informationsplattformen verwenden Sie?   Die Antworten werden gesammelt und zusammengefasst. | Die TeilnehmerInnen kennen Strategien und Quellen zum Sammeln von Informationen zu bestimmten Themen und wissen, wie sie diese nutzen können.  Die TeilnehmerInnen kennen Plattformen, mit denen Sie nach Informationen zu Themen der Erwachsenenbildung suchen können. | Flipchart  (Protokollantworten) |  |
| 30 | Input | Der/Die TrainerIn zeigt europäische und nationale Informationsplattformen und offene Medien zur Erwachsenenbildung. | Folien 11-18 |  |
| 60 | Individuelle Arbeiten | Die TeilnehmerInnen werden gebeten, die folgenden Aufgaben zu bearbeiten:  Sie möchten in Ihrem Land ein neues Projekt zum Thema Basisbildung für eine bestimmte Zielgruppe bewerben (etwa für Flüchtlinge, oder Personen, die die Landessprache sprechen ...) Es unterscheidet sich im didaktischen Ansatz von normalen Sprachkursen. Es ist ein praxisbezogener Kurs. Es arbeiten Sprachlehrende mit KünstlerInnen zusammen, wobei der Schwerpunkt auf kreativer Arbeit in Kombination mit Spracherwerb liegt.   * Die TeilnehmerInnen suchen nach Daten zur Anzahl der Personen mit geringen Lese- oder Schreibfähigkeiten in ihrem Land und in ganz Europa. * Die TeilnehmerInnen suchen nach anderen Hintergrundinformationen, die ihnen helfen, das Projekt als notwendig darzustellen, wem es helfen kann und warum dieser bestimmte didaktische Ansatz erfolgversprechend ist.   Die TeilnehmerInnen fassen die wichtigsten Ergebnisse auf Moderationskarten zusammen (Quellenangaben nicht vergessen) | Laptops oder Computer mit Internetzugang | B |
| 5 | „Ausstellung“ der Ergebnisse | Die TeilnehmerInnen heften ihre Moderationskarten auf die Pinnwand und gehen herum, um die Erkenntnisse der anderen TeilnehmerInnen zu lesen. Der/Die TrainerIn kann zusätzliche Informationen und Links anbieten und diese ebenfalls an die Pinnwand heften. | Pinnwand, Linklisten auf Moderationskarten (Dokument „Material und Tipps für TrainerInnenr“) |  |
| 15 | Input | Der/Die TrainerIn gibt Input zum Thema „Interview als Methode zum Sammeln von Informationen“ und dazu, worauf beim Fragenstellen im Interview geachtet werden sollte. | Die TeilnehmerInnen kennen Methoden zum Stellen von Fragen während eines Interviews und erleben Interviews in verschiedenen Rollen.  Die TeilnehmerInnen können Interviews führen. | Folien 19, 20 |  |
| 20 | Training, Interview-Simulation | Zwei TeilnehmerInnen interviewen eine Person. Diese Person nimmt die Rolle eines relevanten Stakeholders zum Thema „Kampf um Grundkompetenzen wie Literacy und Mathematik“ ein, zum Beispiel die Rolle eines/einer lokalen Politikers/Politikerin, ein/eine UnternehemerIn, ein Erwachsenenbildungsanbieter | Informationen für die interviewte Person (wie nationale und internationale Daten; Dokument 3 „Interview“ und Dokument 1 „Materialien und Ratschläge für TrainerInnen“); verwenden Sie zum Beispiel die Rollenbeschreibungen aus dem LEK-AE-Simulationsspiel. | C |
| 20 | Reflexion im Plenum | Die TeilnehmerInnen reflektieren das Interview, der/die TrainerIn moderiert die Diskussion.   * Welche Fragemethoden wurden angewandt? * Was war einfach und hilfreich? * Was war schwierig oder nicht hilfreich? |  |  |
| 10 | Input | Der/Die TrainerIn gibt Informationen zu Antwortmöglichkeiten in einem Interview und wie man Fallen während eines Interviews ausweicht. | Folie 21 |  |
| 5 | Interview-Training (Einzelarbeit oder in Paaren) | Die TeilnehmerInnen suchen sich eine Person, die sie zu einem aktuellen Thema, das die Institution des/des Teilnehmers betrifft, interviewen möchten (oder zu einem Thema, das am Ende von Modul 1 aufkam) und interviewen die Person nach dem Seminar. Bis zur nächsten Einheit transkribieren sie das Interview dann. |  |  |
|  | Optional: Abschluss | Der/Die TrainerIn beendet das Seminar. Optional: Der/Die TrainerIn bietet einen Ausblick auf das nächste Modul. |  |  |  |
| *Nun sollten die TeilnehmerInnen Zeit haben, das Interview durchzuführen. Wenn während des Seminars genügend Zeit bleibt, können die TeilnehmerInnen ein kurzes Interview per Telefon oder Skype durchführen und transkribieren (dafür werden 2-3 Stunden benötigt.) Eine weitere Alternative ist Partnerarbeit, bei der zwei TeilnehmerInnen sich gegenseitig interviewen und danach ein Transkript davon anfertigen. Mit der folgenden Sequenz als Follow-Up-Kurs können Sie mehrere Tage oder Wochen Zeit geben, das Interview durchzuführen und erst dann mit dem Kurs fortfahren.* | | | | |  |
|  | Optional: Einleitung | Der/Die TrainerIn erläutert die Struktur des Follow-Up-Kurses bzw. des laufenden Kurses. |  |  |  |
| 15 | Reflexion im Plenum | Der/die TrainerIn bittet die TeilnehmerInnen, den anderen ihre Erfahrungen mit den Interviews mitzuteilen. Die TeilnehmerInnen tauschen ihre Erfahrungen aus. Der/Die TrainerIn sammelt die wichtigsten Beobachtungen, um die Erfahrungen und Lernfortschritte festzuhalten. |  | Flipchart |  |
| 10 | Input | Der/Die TrainerIn gibt Tipps, wie man mit Hilfe eines Interview-Transkript gute Artikel schreiben kann. | Die TeilnehmerInnen wissen, wie ein Text auf Basis eines Transkripts entwickelt wird  und sind in der Lage, aus einem Transkript einen Artikel anzufertigen. | Folie 22  Beispiel eines guten Interview-Artikels (Dokument 1 „Materialien und Ratschläge für TrainerInnen“) | D |
| 45 | Einzelarbeit am Text (ein Interview schreiben) | Die TeilnehmerInnen wandeln ihr Interview-Transkript nun in einen Artikel um; der/die Trainerin beantwortet eventuell auftauchende Fragen und hilft gegebenenfalls;  TeilnehmerInnen, die Feedback für ihren Text benötigen, können ihn dem/der TrainerIn vorlegen. Das Feedback erfolgt später per E-Mail. | *E-Mail-Adressen* |  |
|  | Abschluss | Der/Die TrainerIn beendet das Seminar. Optional: Der/Die TrainerIn bietet einen Ausblick auf das nächste Modul. |  |  |  |
| *Nach dem Seminar* | *Mailen* | *Die TeilnehmerInnen erhalten Feedback zu ihren Texten per E-Mail.* |  | *E-Mail-Adressen* |  |

### Modul 3: Schreiben als Konstruktion / konstruktiver Prozess - zwischen Realität, Stereotypen und PR

#### Ziele

* Die TeilnehmerInnen sind sich darüber bewusst, dass die Verbreitung von Informationen immer mit Interessen verknüpft ist.
* Die TeilnehmerInnen sind sich der Gefahr von Propaganda und Falschnachrichten bewusst.
* Die TeilnehmerInnen sind sich darüber bewusst, dass die Medien nicht die Realität widerspiegeln, sondern ein Ergebnis eines konstruktiven Prozesses sind.
* Die TeilnehmerInnen können PR-Artikel erkennen und sie von journalistischen Artikeln unterscheiden.
* Die TeilnehmerInnen sind als LeserInnen und SchreiberInnen kritischer bei der Nutzung von Online-Medien.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **min.** | **Methode** | **Aufgabe** | **Ziel** | **Materialien** | **Code** |
|  | Einleitung | Der/Die TrainerIn erläutert die Struktur des Kurses. |  | Folie 23 |  |
| 10 | Demonstration | Der/Die TrainerIn zeigt Beispiele von falschen / manipulierten Bildern, Nachrichten und Propaganda. | Die TeilnehmerInnen sind sich im Klaren darüber, dass es in den Medien keine Objektivität gibt. | Folien 24-27 |  |
| 30 | Offene Diskussion | Die TeilnehmerInnen besprechen gemeinsam folgende Fragen:   * Wie wird in den Medien (in Ihrem Land) mit objektiven Informationen umgegangen? * Können Sie Beispiele von Propaganda (in Ihrem Land) finden - vielleicht sogar über Erwachsenenbildung? * Wie kann man etwas wie „Objektivität“ oder „Wahrheit“ messen? | Die TeilnehmerInnen reflektieren über Möglichkeiten, sich der Objektivität in Medien anzunähern. | Flipchart (zum Notieren von Ideen über die letzte Frage) |  |
|  | Input | Der/Die TrainerIn fasst die Diskussion und die wichtigsten Punkte zusammen. | Die TeilnehmerInnen kennen Möglichkeiten, wie man sich der Objektivität in den Medien annähern kann. | Folien 28, 29 |  |
| 20 | Input | Der/Die TrainerIn führt das Thema „Konstruktivismus im Journalismus und der Erwachsenenbildung“ ein. | Die TeilnehmerInnen wissen, dass die Realität nicht objektiv ist, sondern das Ergebnis eines konstruktiven Prozesses. | Folie 30 |  |
| 45 | Gruppenarbeit | Die TeilnehmerInnen bilden Gruppen zu je vier Personen und besprechen in der Gruppe zwei oder drei unterschiedliche Artikel zu einem Thema. Sie sollten folgendes herausfinden:   * Welche Elemente der PR gibt es? * Was sind Elemente kritischen Journalismus‘? * Gibt es irgendwelche Stereotypen im Text? * Was sind die Unterschiede zwischen PR und Journalismus? | Die TeilnehmerInnen können zwischen PR und Journalismus unterscheiden und sind sich über die Rolle als PR-MitarbeiterIn und dessen/deren Aufgaben im Klaren.  Die TeilnehmerInnen sind in der Lage, PR-Elemente eines Texts zu erkennen (und den Text in einen journalistischen Artikel umzuschreiben). | Eine Presseerklärung und ein oder zwei verschiedene Nachrichtenartikel zum selben Thema (Dokument 1 „Material und Ratschläge für TrainerInnen“) | E |
| 30 | Gruppensitzung | Jede Gruppe stellt ihre Ergebnisse der Gruppenarbeit und der Diskussion vor.  Danach wird gemeinsam besprochen, was dies für die Arbeit bedeutet (für das Schreiben). | Flipchart (Aufzeichnung der Ergebnisse der Besprechung)  *Inhalte der Folie 31 zur Hilfe, falls notwendig* |  |
| 10 | Input (zusätzlich zu den Ergebnissen der Gruppensitzung) | Der/Die TrainerIn gibt Informationen zum Thema „Öffentlichkeitsarbeit und Erwachsenenbildung“. | Folie 32 |  |
| 45 | Individuelle Arbeiten | Die TeilnehmerInnen schreiben nun einen kurzen, journalistischen Artikel, basierend auf einer Pressemitteilung über ein neues Basisbildungsangebot eines Instituts für Erwachsenenbildung und auf Basis wissenschaftlicher Hintergründe zum Thema. | Pressemittelung (Dokument 1 „Material und Ratschläge für TrainerInnen“)  Informationen zur Literacy / Illiteracy /Basisbildung (Dokument 4 „Alphabetisierung“) | F |
| 20 | Feedback in Partnerarbeit | Die TeilnehmerInnen bilden Paare, lesen die Artikel der anderen und geben Rückmeldung dazu, wobei die Ergebnisse der Gruppenarbeit zu den Unterschieden zwischen PR und journalistischen Artikeln berücksichtigt werden sollten. |  |  |
|  | Abschluss | Der/Die TrainerIn beendet das Seminar. Optional: Der/Die TrainerIn bietet einen Ausblick auf das nächste Modul. |  |  |  |

### Modul 4: Nutzung von und Schreiben für Online-Medien

#### Ziele

* Die TeilnehmerInnen sind sich ihres eigenen Umgangs (privat und beruflich) mit Medien bewusst.
* Die TeilnehmerInnen haben einen Überblick über unterschiedliche Arten von Online-Medien.
* Die TeilnehmerInnen kennen die besonderen Anforderungen des Schreibens für Online-Medien.
* Die TeilnehmerInnen wissen, wie man Soziale Medien zur Informationsverbreitung nutzt.
* Die TeilnehmerInnen sind sich darüber bewusst, welche Arten von Medien für ihre PR- oder journalistische Arbeit in der Erwachsenenbildung angemessen sind.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Min.** | **Methode** | **Aufgabe** | **Ziel** | **Materialien** | **Code** |
|  | Einleitung | Der/Die TrainerIn erläutert die Struktur des Kurses. |  | Folie 33 |  |
| 10 | Individuelle Arbeiten | Die TeilnehmerInnen werden gebeten, über ihren eigenen Medienkonsum nachzudenken:   * Welche Medien verwenden Sie privat und beruflich? (Fernsehen, Radio, Zeitung, Internet, wissenschaftliche Magazine) * Für welche Zwecke verwenden Sie diese? (Information, Entertainment, Kommunikation)   Dann werden sie gebeten, ihre Punkte auf die Matrix zu kleben. | Die TeilnehmerInnen sind sich ihrer persönlichen Nutzung der Medien bewusst. | Eine vorbereitete Abbildung mit einer Tabelle / Matrix auf einer Flipchart;  10 Klebepunkte für jede/n TeilnehmerIn |  |
| 15 | Moderation und Diskussion | Der/Die TrainerIn fasst die Ergebnisse zusammen, Besonderheiten werden in der Gruppe besprochen. |  |
| 10 | Input | Der/Die TrainerIn gibt Informationen zur Nutzung von Medien in Europa und der Medienstruktur. | Die TeilnehmerInnen kennen die aktuellen Entwicklungen und die Medienstruktur in Europa. | Folien 34, 35, 36 |  |
| 25 | Offene Diskussion im Plenum | Die TeilnehmerInnen besprechen folgende Fragen:   * Was bedeutet dies für die PR in der Erwachsenenbildung? * Welche Medien verwenden wir bereits, um unsere Informationen zu veröffentlichen? * Welche Medien haben wir noch nicht besprochen, die wir aber in der Zukunft nutzen sollen? * Welche Medien stehen uns nicht zur Verfügung und warum nicht? | Die TeilnehmerInnen können Mediennutzung und -struktur mit PR im Bereich der Erwachsenenbildung und ihres konkreten Arbeitsfeldes verbinden. | Flipchart (zum Notieren von Ideen) |  |
| 15 | Input | Der/Die TrainerIn informiert über die Nutzung von Online (und Sozialen) Medien | Die TeilnehmerInnen kennen die Möglichkeiten und die spezifischen Nutzungsmöglichkeiten von Online-Medien.  Die TeilnehmerInnen wissen, was berücksichtigt werden muss, wenn man für Online- oder Soziale Medien schreibt. | Folien 37, 38, 39, 40 |  |
| 30 | Gruppendiskussion der Beispiele | Der/Die TrainerIn händigt gute Beispiele für Facebook-Posts, Tweets, Einträge in Webseiten, Newsletter und praxisbezogene Artikel in Online-Magazinen aus.  Die TeilnehmerInnen bilden Gruppen zu je 4 Personen und besprechen, warum dies gute Beispiele sind (was gut gemacht wurde). Sie notieren die Ergebnisse der Diskussion auf Moderationskarten. | Artikel, Posts, Newsletter, Einträge auf Webseiten über andere Themen im Bereich der Erwachsenenbildung (Dokument 1„Material und Ratschläge für TrainerInnen“)  Moderationskarten in unterschiedlichen Farben (eine Farbe pro Kanal) | G |
| 90 | Individuelle Arbeiten | Die TeilnehmerInnen schreiben einen kurzen Artikel über ein neues Angebot der Basisbildung eines Instituts für Erwachsenenbildung für unterschiedliche Medien / Kanäle, z.B.:   * Facebook-Post * Tweet * einen kurzen Post oder Artikel für die Webseite der Institution * einen Newsletter * einen kurzer Artikel für ein Online-Magazin | Informationen über das Angebot und einige Hintergrundinformationen zu Literacy / Illiteracy / Basisbildung (Dokument 4 „Alphabetisierung“ und Dokument 1 „Materialien und Ratschläge für TrainerInnen“) | H |
| 15 | Reflexion der Aufgabe | Der/Die TrainerIn moderiert eine kurze Reflexion zur Aufgabe und über die individuellen Erfahrungen beim Schreiben für unterschiedliche Online-Medien (was wird in der Regel verwendet, was nicht, was war leicht zu schreiben, was war schwierig ...). |  |  |
| 15 | Gruppenarbeit | Jede Gruppe heftet die Moderationskarten auf die Pinnwand. Der/Die TrainerIn wiederholt die Erkenntnisse. | Pinnwand mit Überschriften für jeden Kanal (Farbliche Übereinstimmung der Moderationskarten) |  |
| 10 | Individuelle Arbeiten | Die TeilnehmerInnen denken darüber nach, welche Medien für ihre Arbeit nützlich sein können und welche in der Zukunft verwendet werden sollten (neben den bereits verwendeten). | Die TeilnehmerInnen kennen die relevanten weiteren Möglichkeiten für eine zukünftige Nutzung der Medien. |  |  |
|  | Abschluss | Der/Die TrainerIn beendet das Seminar. Optional: Der/Die TrainerIn bietet einen Ausblick auf das nächste Modul. |  |  |  |

### Modul 5: Die Erwachsenenbildung in Medien sichtbarer machen

#### Ziele

* Die TeilnehmerInnen sind sich darüber bewusst wie (wenig) Erwachsenenbildung in den Medien vertreten ist.
* Die TeilnehmerInnen haben eine Vorstellung davon, wie Erwachsenenbildung in den Medien sichtbarer gemacht werden kann.
* Die TeilnehmerInnen fühlen sich ermutigt, in europäischen Medien zu Themen der Erwachsenenbildung zu publizieren.
* Die TeilnehmerInnen sind sich der Wichtigkeit von Headlines und (vor allem von) Teasern/Einführungen in Online-Medien bewusst.
* Die TeilnehmerInnen sind geübt darin, Headlines, Teaser/Einführungen und Texte entsprechend journalistischer Kriterien zu verfassen.

#### Anforderungen

* Laptops, Computer oder Tablets mit Internetverbindung für jede/n TeilnehmerIn
* Internetzugang
* Flipchart
* Pinnwand

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Min.** | **Methode** | **Aufgabe** | **Ziel** | **Materialien** | **Code** |
|  | Einleitung | Der/Die TrainerIn erläutert die Struktur des Kurses. |  | Folie 41 |  |
| 15 | Gruppenarbeit | Die TeilnehmerInnen durchsuchen Nachrichten / Magazine oder Online-Medien nach Stories mit Themen zur Erwachsenenbildung und schneiden sie aus. | Die TeilnehmerInnen kennen Rolle und Relevanz der Erwachsenenbildung in den Medien. Die TeilnehmerInnen sind sich über die unterschiedlichen Möglichkeiten bewusst, Erwachsenenbildung in den Medien zu positionieren. | Kopien von Zeitungen, Magazinen; oder eine Auswahl der Links zu Online-Medien (Linkliste, beispielsweise auf padlet.com) und Geräte mit Internetverbindung und Browsern |  |
| 45 | Poster- Präsentation und Diskussion im Plenum | Die TeilnehmerInnen kleben ihre Ergebnisse auf ein Poster (und/oder eine digitale Pinnwand wie Padlet.com). Der/Die TrainerIn hilft dabei, die Ergebnisse nach Textsorte zu ordnen (wie Artikel / Bericht, Werbung usw.)  Der/Die TrainerIn moderiert eine Diskussion:   * Welche Inhalte mit Bezug zur Erwachsenenbildung können in den Medien gefunden werden? * Welche Inhalte erscheinen nicht in den Medien, wären aber für die Öffentlichkeit wichtig / von Bedeutung? * Wie könnten wir diese Inhalte in den Medien veröffentlichen? * Wie könnten wir die Erwachsenenbildung besser in den Medien verankern?   Der/Die TrainerIn fasst die Ergebnisse der Diskussion zusammen und fügt (falls notwendig) weitere Punkte hinzu. | Poster, Klebstoff  Flipchart (Aufzeichnung der Ergebnisse der Besprechung)  und / oder Projektor und Laptop |  |
| 60 | Input | Der/Die TrainerIn (und falls vorhanden ein/e nationaler EPALE-VertreterIn) zeigt drei Beispiele europäischer Online-Medien zur Erwachsenenbildung: das Magazin ELM, die Plattform EPALE und ein nationales Journal oder eine Plattform (in der Sprache des Seminars, welches für die Community der TeilnehmerInnen von Bedeutung ist).   * Welche Arten von Medien sind dies? * Welche Arten von Texten veröffentlichen diese Medien? * Welche Inhalte werden veröffentlicht? * Wer sind die LeserInnen des Mediums? * Wer kann in diesem Medium Beiträge leisten? * Wie können die TeilnehmerInnen in diesem Medium etwas veröffentlichen? * Warum wäre es für die TeilnehmerInnen (und deren Institutionen) von Vorteil, in diesem Medium etwas zu veröffentlichen? | Die TeilnehmerInnen kennen konkrete europäische Online-Medienkanäle für Themen der Erwachsenenbildung und wissen, warum und wie man in diesen publiziert. | Online-Zugang  *Falls möglich: Einladung nationaler EPALE-VertreterInnen oder anderer VertreterInnen eines (Online-) Mediums für Erwachsenenbildung.* |  |
| 20 | Brainstorming (Partnerarbeit) | Die TeilnehmerInnen bilden Paare und entwickeln Ideen für konkrete Artikel für EPALE und ELM. | Die TeilnehmerInnen sind in der Lage zu beurteilen, welche Themen für die Plattformen ELM und EPALE geeignet sind. | Dokument 5 „EPALE“. Beachten Sie auch ELM (<http://www.elmmagazine.eu/what-is-elm/>) |  |
| 30 | Besprechung der Ideen (Plenumsdiskussion) | Die TeilnehmerInnen sprechen miteinander über ihre Ideen. Der/Die TrainerIn (und falls anwesend der/die nationale EPALE-VertreterIn) helfen dabei, die Ideen zu bewerten:   * Welche der gesammelten Artikel Ideen passen für EPALE und ELM? * Zu welchen anderen (eventuell nationalen) Medienquellen würden sie passen?   Am Ende der Besprechung verfügt jede/r TeilnehmerIn über mindestens eine konkrete Idee für einen Artikel für EPALE oder ELM. |  |
| 30 | Input | Kriterien für gute (journalistische) Artikel und die Wichtigkeit der Einleitung, vor allem in Online-Medien | Die TeilnehmerInnen kennen Kriterien für journalistische Texte (vor allem für Online-Medien) und für Einleitungen, die LeserInnen anziehen. Die TeilnehmerInnen haben Übung beim Verfassen journalistischer Texte. | Folien 42-46 |  |
| 15 | Individuelle Arbeiten | Die TeilnehmerInnen finden eine Headline und einen Teaser (Kurztext) für den Artikel für EPALE oder ELM. |  |  |
| 15 | Die Präsentation der Übung und Diskussion der Ergebnisse. | Jede/r TeilnehmerIn stellt seinen/ihren ersten Satz vor. Danach moderiert der/die TrainerIn eine offene Diskussion. Welche Sätze laden die LeserInnen dazu ein, den Text weiterzulesen und warum? | Flipchart (führen Sie auf, was bereits funktioniert und was noch schwierig ist) |  |
| 45 | Individuelle Arbeiten | Die TeilnehmerInnen schreiben nun einen Artikel für EPALE oder ELM. | Laptop, Tablet oder einen Computer mit Internetzugang, um nach Hintergrundinformationen zu suchen |  |
| 30 | Feedback in Partnerarbeit | Die TeilnehmerInnen bilden Paare, lesen den Artikel des/der Partners/Partnerin und geben Rückmeldung dazu. |  |  |
|  | Abschluss | Der/Die TrainerIn beendet das Seminar. Optional: Der/Die TrainerIn gibt Ausblick auf das nächste Modul. |  |  |  |

### Wie man Kontakt zu Medienmitarbeitern aufbaut

***Ziele***

* Die Teilnehmer wissen im Wesentlichen, wie man Journalisten, Influencer und Befürworter kontaktiert.
* Die Teilnehmer sind in der Lage, die für Ihre Ziele geeigneten Influencer, Befürworter und Journalisten ausfindig zu machen.
* Die Teilnehmer sind in der Lage, Strategien anzuwenden, um mit den entsprechenden Journalisten, Befürwortern und Influencern in Kontakt zu treten.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **min.** | **Methode** | **Aufgabe** | **Ziel** | **Materialien** |
| 45 | Beitrag | Der Schulungsleiter gibt Ratschläge hinsichtlich des Umgangs mit Journalisten, Influencern und Befürwortern, und wie man eine Story in den Mainstream-Medien platziert. | Die Teilnehmer wissen im Wesentlichen, wie man Journalisten, Influencer und Befürworter kontaktiert. | Die Kommunikationsanleitung für Erwachsenenbildner (vor allem Kapitel 4, Dokument 6 „Influencer“) |
| 45 | Einzelarbeiten | Die Teilnehmer suchen für Ihre Ziele nach potentiellen Kontaktmöglichkeiten bei Journalisten / Influencer / Befürworter.[[2]](#footnote-2) | Die Teilnehmer sind in der Lage, die für Ihre Ziele geeigneten Influencer, Befürworter und Journalisten ausfindig zu machen. | Laptop/PC/Mobilgerät und Internetverbindung |
| 20 | Besprechung | Die Teilnehmer besprechen ihre Ergebnisse und ihre Suchstrategien, und geben sich gegenseitig Ratschläge darüber, wie noch besser geeignete Kontaktpersonen gefunden werden können. Der Schulungsleiter sammelt die Tipps auf dem Flipchart. | Flipchart |
|  | Zusätzliche Aufgaben | Das Seminar ist zu Ende. Der Schulungsleiter stellt eine zusätzliche Aufgabe:  Die Teilnehmer sollen Kontakt zu einem geeigneten Journalisten, Influencer oder Befürworter aufnehmen, um ihre Story zu verbreiten. | Die Teilnehmer sind in der Lage, die erlernten Strategien anzuwenden, um mit den entsprechenden Journalisten, Befürwortern und Influencern in Kontakt zu treten. |  |
|  | Pause von etwa 3 oder 4 Wochen |  |  |  |
| 45 | Follow-Up Webinar | Die Teilnehmer besprechen Online, wie sie es geschafft haben, mit Journalisten, Influencern oder Befürwortern in Kontakt zu kommen und tauschen Tipps und Erfahrungen aus. | Die Teilnehmer wissen, wie sie ihre Strategien verbessern können, um mit Journalisten, Influencern und Befürwortern in Kontakt zu kommen und zu bleiben. | Das „Webinar-Handbuch“ |

### Modul 6: Gute PR-Texte erstellen

#### Ziele

* Die TeilnehmerInnen kennen die Kriterien für gute Öffentlichkeitsarbeit.
* Die TeilnehmerInnen sind sich der Wichtigkeit von sachlichen Information in PR-Texten bewusst.
* Die TeilnehmerInnen können Informationen auf das Wesentliche reduzieren.
* Die TeilnehmerInnen können Texte auf die Informationsbedarfe und Interessen der Zielgruppe fokussieren.
* Die TeilnehmerInnen sind in der Lage, Texte nach journalistischen Kriterien zu schreiben.
* Die TeilnehmerInnen kennen kreative Techniken, um Texte zu verfassen.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Min.** | **Methode** | **Aufgabe** | **Ziel** | **Materialien** | **Code** |
|  | Input | Der/Die TrainerIn erläutert die Struktur des Kurses. |  | Folie 47 |  |
| 45 | Textanalysen | Die TeilnehmerInnen lesen 3-4 PR-Texte aus dem Bereich der Erwachsenenbildung, die sich qualitativ stark unterscheiden und beurteilen die Texte mit dem Handout:   * Was sind „gute“ Artikel? Welche sind nicht so gut? * Warum sind sie gut? * Was ist nicht gut, langweilig oder schwierig zu lesen?   (Sollten die Fragen nicht ausreichen, verwenden Sie das Handout des nächsten Abschnitts, um die Texte zu beurteilen.) | Die TeilnehmerInnen kennen Kriterien für gute PR-Texte und sind in der Lage, gute von schlechten PR-Texten zu unterscheiden. | Übertrieben bewerbende PR-Texte, ohne Fakten, und / oder mit zu langen Zitaten, langweilige Texte ...;  PR-Texte mit Fakten und klar strukturierten Punkten, mit attraktiven Überschriften, leicht zu lesen ... (Dokument 1 „Material und Ratschläge für TrainerInnen“) | I |
| 30 | Sammlung und Diskussion der Ergebnisse im Plenum | Die Ergebnisse der TeilnehmerInnen werden in der Gruppe gesammelt, wobei der/die TrainerIn dabei hilft, die Ergebnisse auf allgemeine Kriterien für gute PR-Texte herunterzubrechen und weitere wichtige Kriterien ergänzt (wie die „umgekehrte Pyramide“, Antworten auf die W-Fragen - wer, was, wann, warum ..., aktive und präzise Sprache, Handlung und Sprache der Personen, kurze Sätze, keine linguistischen Fehler) | Flipchart (um die Ergebnisse zu dokumentieren)  Handout mit Kriterien (Dokument 7 „PR“) |  |
| 30 | Partnerarbeit | Die TeilnehmerInnen überarbeiten in Partnerarbeit ein schlechtes Beispiel einer Pressemitteilung, wobei zumindest einige Kriterien guter PR-Texte beachtet werden sollten.  Der/Die TrainerIn geht herum, liest Teile des überarbeiteten Texts, beantwortet Fragen und gibt Ratschläge. | Schlechtes Beispiel einer Pressemitteilung;  Hintergrundinformationen zum Thema der Pressemitteilung (Dokument 1 „Material und Ratschläge für TrainerInnen“) | J |
| 10 | Input | Der/Die TrainerIn führt das Thema „Kreativität und Humor: Verfassen ansprechender und unterhaltender PR-Texte“ ein. | Die TeilnehmerInnen kennen kreative Techniken, um auf humorvolle Art  zu schreiben und haben eigene Ideen für kreative und humorvolle Texte. | Folie 48 |  |
| 30 | Individuelle Arbeiten | Die TeilnehmerInnen probieren eine oder zwei der eingeführten Techniken aus, suchen nach einem kreativen und / oder humorvollen Titel und einigen lustigen Metaphern, Wortspielen usw. für den PR-Text, den sie zuvor überarbeitet haben. | Bilderkarten, Farben, mehrere Blätter Papier; |  |
| 60 | World Café | Die TeilnehmerInnen bilden 4 Gruppen und tauschen ihre Erfahrungen mit der Organisation ihrer PR-Arbeit in ihren Institutionen aus. Jede Gruppe steht um einen Tisch herum und bespricht eine der vier Fragen. Das Tischtuch ist ein großes Blatt Papier, auf dem Ideen und offene Fragen notiert werden. Nach 10 Minuten bleibt eine Person am Tisch, die anderen gehen weiter zu einem anderen Tisch, so dass sich neue Gruppen bilden. Die Person am Tisch erzählt den anderen was besprochen wurde. Dann wird die zweite Frage besprochen und so weiter. Die Fragen sind:   1. Wie finden Sie Stories / Themen für Ihre PR-Arbeit in Ihrer Organisation? 2. Wie bekommen Sie zu genaueren Informationen über das Thema der Story? 3. Wie würden Sie Ihre Rolle in Ihrer Organisation beschreiben? Welche Schwierigkeiten gibt es in dieser Rolle und wie gehen Sie mit den Problemen um? 4. Wie leiten Sie eine Zusammenarbeit mit den Medien ein?   Wenn alle Fragen besprochen wurden, werden die Tischtücher in einer „Ergebnis-Galerie“ ausgestellt und die TeilnehmerInnen markieren die wichtigsten Ideen und Strategien mit Klebepunkten. | Die TeilnehmerInnen sind sich ihrer Position in ihrer Organisation bewusst. Die TeilnehmerInnen haben Ideen, wie die PR-Arbeit in ihrer Institution organisiert wird. | (Hohe) Tische;  Flipchart-Papier als Tischtuch  Klebepunkte |  |

### Add-On: Übertragung und Auswertung

Dieser Zusatz kann verwendet werden, um die Module abzuschließen und sicherzustellen, dass das Gelernte in der Praxis angewandt wird.

#### Ziele

* Motivieren Sie die TeilnehmerInnen dazu, das Gelernte in der Praxis anzuwenden
* Reflexion zum Lernprozess und zu den Ergebnissen
* Evaluation des Moduls oder des Seminars

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Min.** | **Methode** | **Aufgabe** | **Ziel** | **Materialien** |
| 15 | Individuelle Arbeiten | Die TeilnehmerInnen denken darüber nach, was sie im Seminar gelernt haben und erstellen einen individuellen Umsetzungsplan: Sie wählen 3-5 Dinge aus, die sie gelernt haben und die für ihre tatsächliche Arbeit wichtig sind und die sie verwenden möchten. Dann benennen Sie die erste Maßnahme, die sie bei der Arbeit umsetzen möchten. | Die TeilnehmerInnen sind in der Lage zu beurteilen, welche Lerninhalte für ihre Arbeit wichtig sind und wie diese umgesetzt werden können. | Matrix mit einem Umsetzungsplan zum Ausfüllen |
| 20 | Individuelle Arbeiten | Schreibaufgabe:  Die TeilnehmerInnen schreiben eine kurze Story < 800 Zeichen für die Zeitung ihrer Organisation, in dem sie den Umsetzungsplan beschreiben oder vielmehr die Änderungen in ihrer Arbeit (Headline, Teaser und kurzer Text, einschließlich Zitate) - wie ein anschaulicher Bericht darüber, was erfolgreich umgesetzt wurde und was sich seither verbessert hat. |  |
| 30 | Feedback im Plenum | Die TeilnehmerInnen liefern Feedback zum Seminar, indem Sie etwas über die folgenden drei Kriterien auf Moderationskarten schreiben:  Zufriedenheit mit dem Inhalt (einschl. praktischer Relevanz)  Zufriedenheit mit dem/der TrainerIn  Zufriedenheit mit der Organisation |  | Pinnwand mit drei Kriterien und zwei Spalten für jedes Kriterium.  Moderationskarten |
| 5 | Zusammenfassung | Zusammenfassung der Ergebnisse des Moduls / der Module, der/die TrainerIn danken der Gruppe und motivieren die TeilnehmerInnen dazu, sich an ihre Pläne zu halten. |  |  |

1. Die Aufgaben-Codes beziehen sich auf den Abschnitt „Materialien und Tipps für TrainerInnen“ im Anhang. Hier finden Sie Ratschläge und Links zu den entsprechenden Aufgaben. [↑](#footnote-ref-1)
2. Die Ziele und Informationen, welche die Teilnehmer verbreiten möchten, sollten in anderen Modulen entwickelt werden, beispielsweise in Modul 1 „Nachrichtenwert“. [↑](#footnote-ref-2)