

„Wir kommen ins Fernsehen?!“

Der Umgang mit Medien

Leitfaden für Adoptionsbewerber und Adoptivfamilien (Auslandsadoption)

	<i>Seite</i>
<i>1. Ein paar Worte vorab</i>	<i>2</i>
<i>Medienthema Auslandsadoption</i>	<i>2</i>
<i>Ziele dieses Leitfadens</i>	<i>3</i>
<i>2. Journalisten suchen Adoptionsbewerber und -familien: „Sollen wir zusagen?“</i>	
<i>Eigene Motivation: „Warum gehen wir in die Medien?“</i>	<i>4</i>
<i>Eigene Vor-Erfahrung mit Medien und emotionale Belastbarkeit</i>	<i>4</i>
<i>„Kann ich das jetzt und später gegenüber meinem Kind vertreten?“</i>	<i>5</i>
<i>Checkliste</i>	<i>6</i>
<i>„Woran erkenne ich, ob eine Anfrage seriös ist?“</i>	<i>7</i>
<i>Checkliste</i>	<i>7</i>
<i>3. „Wir haben uns für die Zusammenarbeit mit einem TV-Sender oder einer Zeitung bzw. Zeitschrift entschieden: Worauf sollen wir achten?“</i>	<i>9</i>
<i>4. Was passiert nachher?</i>	
<i>„Der TV-Beitrag/der Zeitungsbericht über uns ist erschienen“</i>	<i>11</i>
<i>5. Literaturtipp</i>	<i>11</i>
<i>6. Kontakt für Fragen und weitere Informationen</i>	<i>11</i>

1. „Wir kommen ins Fernsehen?!“ - Ein paar Worte vorab

Medienthema Auslandsadoption

Das „Modethema“ Auslandsadoption in den Medien

Das Thema „Auslandsadoption“ greifen die deutschsprachigen Medien immer wieder gern auf. Abhängig von der aktuellen öffentlichen Diskussionslage – Familienpolitik, zu wenig Kinder in Deutschland, spektakuläre Fälle von schwierigen Familiensituationen mit Adoptivkindern – sind Fernsehsendungen, Zeitungsartikel, Reportagen und Interviews zur Auslandsadoption mal mehr mal weniger häufig zu sehen. Auch die Themenplanung der so genannten großen Leitmedien spielt eine Rolle: So sorgte etwa die ARD-Themenwoche zu Kindern und Familie (im April 2007) für eine ganze Welle von Nachzüglern in anderen Fernsehsendern und gedruckten Medien, die nun auch über Auslandsadoption berichten.

Aus Journalistensicht ist Auslandsadoption ein ideales Thema: sehr emotional, mit menschlichen Schicksalen, einer Prise „Exotik“ – sowohl hinsichtlich der Herkunftsländer als auch im Hinblick auf das damit verbundene Lebensmodell von Adoptivfamilien. Gerade für das Fernsehen ist zudem wichtig: Das Thema gibt viele Bilder her.

Der „Meinungsmarkt“ zur Auslandsadoption

Das häufig stark polarisierende Meinungsbild über Adoption allgemein und Auslandsadoption im Besonderen verstärkt das Interesse noch und sorgt für Aufmerksamkeit: Jede Bewerberfamilie kennt die Fragen: Ist das alles legal? Ein Kind im Ausland kaufen? Schadet es den Kindern, wenn sie aus ihrem Kulturkreis herausgerissen werden? Gut, dass die armen Kinder jetzt in einem reichen Land leben können, ... Diese Fragen werden uns auch in den nächsten Jahren – wenn auch immer weniger dank schrittweise wirkender Aufklärungsarbeit vieler Beteiligten – begleiten. Die Ursache sind oft mangelnde Informationen über das tatsächliche Vorgehen eine Adoption zum Beispiel in Kolumbien aber auch in anderen Ländern. Das mag uns ärgern, aber wir müssen von dieser ersten, oberflächlichen Einstellung bei vielen Menschen ausgehen. Wer mit Auslandsadoption noch nie persönlich zu tun hatte, kann es ja gar nicht wissen.

Journalisten von TV, Hörfunk und Zeitungen treten daher an die Adoptionsvermittlungsstellen wie AdA aber vor allem im Direktkontakt an mögliche Bewerber und Adoptivfamilien heran (über Internet-Foren, persönlichen Bekanntenkreis etc.). Gesucht werden Menschen, die hautnah und persönlich über ihr Adoptionsverfahren, ihre Reise zum Beispiel nach Kolumbien und ihre Erfahrungen als zusammenwachsende Familie nach Aufnahme der Kinder berichten. Auch Adoptierte kommen zu ihrer Wurzelsuche und zum Umgang mit dem Adoptiert-Sein zu Wort. Also Menschen, die einen sehr privaten Einblick in entscheidende Stationen ihres Lebens geben. Und die sich plötzlich mit ihrer persönlichen Situation sozusagen im Wohnzimmer von Millionen Fernsehzuschauern oder am Küchentisch von tausenden von Zeitungslesern wieder finden.

Ziele des Leitfadens:

Entscheidungshilfe, Spielregeln kennen lernen, Enttäuschungen vermeiden

Für die meisten Adoptivbewerber für Kinder aus dem Ausland sowie Adoptivfamilien ist der Umgang mit Journalisten ungewohnt, weil sie mit Medien bisher eher als Zuschauer, Zuhörer oder Leser zu tun hatten. Natürlich gibt inzwischen auch „Routiniers“, die mit ihren wunderbaren, informativen Beiträgen ein gutes Stück Aufklärungsarbeit zur Auslandsadoption geleistet haben. Die sehr empfehlenswerte TV-Sendereihe „Ein Kind aus der Ferne“, die bereits mehrfach in vielen Fernsehsendern lief, ist dafür ein gutes Beispiel.

Dieser Leitfaden soll eine Hilfe sein für alle Adoptivbewerber und Adoptivfamilien, die sich überlegen, mit Journalisten eines Fernseh- oder Hörfunksenders oder mit einer Zeitungs- bzw. Zeitschriftenredaktion zusammenzuarbeiten, zum Beispiel für eine Reportage oder ein Interview: Sollen wir das tun? Was erwartet uns? Auf diese Fragen kann der Leitfaden einige erste Antworten geben, über die Spielregeln der Medien informieren und somit Irrtümern, Missverständnissen und unliebsamen Überraschungen vorbeugen.

Jede Adoptivfamilie, jeder Bewerber oder Adoptierte entscheidet selbstverständlich frei und individuell darüber, ob er/sie ihre Geschichte und damit auch die Geschichte ihres Kindes bzw. ihrer Kinder in den Medien vorstellen möchte.

Als Privatpersonen und „Betroffene“ besteht keine Auskunftspflicht gegenüber Journalisten.

Gerade das sehr sensible Thema der Auslandsadoption und der Umgang mit einer ohnehin besonderen, halb-öffentlichen Elternschaft ist aber auch Grund genug, sich die Wirkung von Bildern und Worten in einer großen Medienöffentlichkeit vor Augen zu führen (für andere Bewerber, Adoptivfamilien, die Kinder...). Ein Beispiel: Jeder kann sich an die hoch gestreckten Finger des Victory-Zeichens von Deutsche Bank Chef Ackermann im Mannesmann-Prozess erinnern: Nur wenige Sekunden im Fernsehen genügten für ein jahrelang schlechtes Image.

2. Journalisten suchen Adoptionsbewerber und -familien: „Sollen wir zusagen?“

Die Entscheidung, zum Beispiel bei einer Reportage über Auslandsadoption, als „Betroffener“ mitzuwirken, kann von vielen Dingen abhängen. Hier kommen nun ein paar Fragen, die sich jeder im Vorfeld einer Entscheidung selbst stellen kann.

Eigene Motivation: „Warum gehen wir in die Medien?“

Vor-Erfahrung mit Medien und emotionale Belastbarkeit

Die Gründe für eine Zusammenarbeit mit den Medien sind vielfältig, zum Beispiel:

- den eigenen Kindern später durch Filmmaterial, Fotos oder Texte möglichst viel über ihr Herkunftsland, die ersten gemeinsamen Tage etc. mitgeben
- einen Beitrag zur Aufklärung leisten: Wie Auslandsadoption wirklich funktioniert
- Menschen, die sich überlegen zu adoptieren, informieren (ermutigen, warnen etc.)
- sich geschmeichelt fühlen (persönliche Eitelkeit – ist menschlich und normal)

Journalisten haben berufsbedingt allerdings ein anderes Interesse: Sie wollen interessante „Stories“ mit Neuigkeitswert, Ungewöhnlichem, Unterhaltsamem, Menschlichem; etwas, das ihre Leser, Zuschauer und Hörer interessiert und damit Einschaltquoten, die Anzahl verkaufter Zeitungen etc. erhöht. Öffentlich-rechtliche Sender haben natürlich zudem einen reinen Informationsauftrag, müssen aber auch ihre Erfolge nachweisen. Ein beliebtes Sprichwort aus der Journalistenausbildung zu der Frage, was eine gute Überschrift ist, zeigt was Medien interessiert: „Mann beißt Hund.“

Journalisten sind keine Robin Hoods für Auslandsadoption, haben in der Regel kein persönliches Interesse, den Mitwirkenden mit der Berichterstattung zu helfen oder sonst wie „missionarisch“ zu wirken.

Fortsetzung 2.

An die Zukunft denken:

„Können wir das jetzt und später gegenüber unserem Kind vertreten?“

Sendungen oder Artikel über Auslandsadoption beschäftigen sich nicht nur mit den Adoptivbewerbern und –eltern. Eine wesentliche Rolle spielen natürlich die adoptierten Kinder, meistens stehen sie sogar im Mittelpunkt der Berichterstattung – emotional sowieso aber auch mit Aussagen zum bisherigen Leben der Kinder, das zur Adoption geführt hat. Wie wir alle wissen, sind diese persönlichen Schicksale oft sehr vielschichtig und mit schwierigen Lebenssituationen verbunden.

In den Medien – zum Beispiel im Fernsehen – werden Beiträge ja nicht nur mit den Aussagen der Adoptiveltern „gefüttert“, sondern es sagt zum Beispiel auch ein Sprecher etwas. Und das ist dann unter anderem sehr Persönliches über das bisherige Leben Ihres Kindes. Was und wie etwa ein Sprecher darüber redet, ist viel schwieriger zu beeinflussen als Ihre eigenen Aussagen.

In dem Augenblick, in dem Sie sich für ein Mitwirken an einer Sendung oder an einem Artikel entscheiden, treffen Sie diese Entscheidung auch für Ihr Kind mit. Können Sie damit leben, dass Ihre persönliche Umgebung (Wohnort, Arbeitsplatz, Schule, Bekannte etc.) das alles im Detail erfährt? Können Sie damit leben, dass Ihre Kinder mit diesen Bildern und Worten aus den Medien konfrontiert werden? Dass Ihre Kinder somit vielleicht auf Einzelheiten ihrer Vergangenheit – die dem Kind möglicherweise selbst noch gar nicht bekannt waren – angesprochen werden? Und das in einem Umfeld, in dem in der Öffentlichkeit oft ohnehin ein verzerrtes Bild von Auslandsadoptionen besteht?

Adoptiveltern, die bereits Medienkontakte zu ihrer Auslandsadoption hatten, haben aus ihrer Erfahrung auf diesen Punkt besonders hingewiesen. Er sollte im Vorfeld Ihrer Entscheidung für oder gegen einen „Medienauftritt“ sowie bei den Absprachen mit den Journalisten eine große Rolle spielen.

Checkliste: Unsere Fragen

Warum genau wollen wir eigentlich in die Medien?
.....

Was versprechen wir uns davon?
.....

Wir stellen uns vor, in welcher Sendung bzw. Zeitung/Zeitschrift ein Beitrag über uns erscheint.
Schadet uns das? Nützt uns das? Schadet das unserem Kind?
.....

Haben wir Erfahrungen mit Journalisten?
.....

Können wir uns auch vorstellen, über längere Zeit vor einer Kamera zu stehen bzw. von einem
Kamerateam über Tage in unserem Privatleben begleitet zu werden?
.....

Sind wir emotional Journalistenfragen und der Begleitung durch Kameras gewachsen – zum
Beispiel in den ersten Tagen mit dem Kind? Wo liegen für uns die Grenzen?
.....

Können wir auch souverän damit umgehen, wenn sehr private Fragen – etwa zur Vorgeschichte
der Entscheidung für eine Auslandsadoption – wieder „hochkommen“?
.....

(Die Frage der emotionalen Belastbarkeit ist gerade auch für Adoptierte, die in einer Reportage
dabei sind, sehr entscheidend)
.....

Wie fühlt sich das für uns an, wenn eine Fernseh-Reportage oder ein Zeitungsartikel von sehr
vielen fremden Menschen gesehen wird? Wie gehen wir damit um, wenn wir darauf angesprochen
werden – am Wohnort, in der Schule, am Arbeitsplatz? Wenn uns unser Kind darauf anspricht?
.....

Wie gehen wir damit um, wenn unser Kind von seiner Umgebung auf Fernseh- oder Zeitungs-
berichte angesprochen wird? Wenn über Einzelheiten seines persönlichen Schicksals vor der
Adoption berichtet wird?
.....

„Woran erkenne ich, ob eine Anfrage seriös ist?“

Generell gilt: Die seriösen anfragenden Journalisten informieren ausführlich und genau über das, was sie wollen. Sie erklären genau, in welchem Umfeld ein geplanter Beitrag vorgesehen ist. Sie geben Ihnen ruhig und ohne Hektik alle Informationen, die Sie für Ihre Entscheidung benötigen. Sie machen den Eindruck, dass sie um die Sensibilität des Themas Auslandsadoption wissen. Sie setzen Sie nicht unter Zeitdruck. Sie haben gute Referenzen. Und: Sie als mögliche Gesprächspartner haben ein gutes „Bauchgefühl“, auch beim menschlichen Umgang.

Checkliste: Unsere Fragen

Wer genau fragt an?

Vollständiger Name, Ressort (=Abteilung), Adresse, Telefonnummer (rufen Sie dort ruhig mal zurück, um die „Echtheit“ zu testen und um zu fragen, ob der Anfrager bekannt ist)

.....

Um welchen Fernsehsender, Hörfunksender, Zeitung oder Zeitschrift geht es?

.....

Um welche Sendung, Sendereihe o.ä. geht es genau?

.....

Fernsehen und Hörfunk: Ist der Sender öffentlich-rechtlich oder privat?

.....

Sind die Anfragenden selbst fest angestellte Redakteure im Sender/in der Redaktion?

.....

Oder sind sie so genannte freie Mitarbeiter? Wenn ja, für wen genau arbeiten sie? Und bezieht sich die Anfrage auf einen Bericht für einen bestimmten Sender/Zeitung etc.?

(freie Mitarbeiter arbeiten oft für verschiedene Auftraggeber und „verwerten“ Beiträge auch schon einmal für verschiedene Sender/Redaktionen)

.....

Oder sind die Anfragenden von einer TV-Produktionsfirma, die den Sendern Beiträge zuliefert?

(Achtung, ist sehr häufig der Fall, besonders bei privaten TV-Sendungen; siehe freie Mitarbeiter)

.....

Welche Referenzen haben die Anfragenden, und nennen sie diese bereitwillig?

.....

Was genau ist das Thema?

Wie ist der Titel der Sendung/des geplanten Artikels? Erscheint es in einer Sendereihe?

(z. B. ProSieben: „Lebe Deinen Traum“)

.....

Wie ist dort die Einstellung zur Auslandsadoption (Umfeld): positiv, negativ, neutral, reißerisch?

.....

Wer kommt noch zu Wort? (z. B. andere Adoptionsbewerber, erfolgreiche/gescheiterte Adoptionsfamilien, Jugendpsychologen, Kritiker, Politiker,)

> Vermeiden, dass der eigene Beitrag im falschen Umfeld erscheint!

.....

Wie ist der Rahmen?

Wer ist das Publikum (Leser, Zuschauer, Hörer)?

.....

Wann wird der Beitrag erscheinen (Tag, Uhrzeit)? Einmal, mehrmals?

(Journalisten handeln häufig kurzfristig; Angaben zu einem ungefähren Zeitraum können aber auf jeden Fall gemacht werden; eine Verpflichtung rechtzeitig über den tatsächlichen Sendetermin/Erscheinungstag zu informieren, sollten die Journalisten Ihnen zusagen)

.....

Wie umfangreich wird der Beitrag (Zeitdauer, Länge eines Artikels)?

.....

Um welche Darstellung geht es - Dokumentation, Reportage, „Doku-Soap“, Einzelbeitrag oder „gebauter Beitrag“ als Teil einer Sendung, Live-Interview (nicht zu empfehlen!)?

(Ob Boulevard-Stil oder sachliche Dokumentation, das macht einen großen Unterschied)

.....

Wie (Ort, Dauer, Inhalte, Gesprächspartner) findet die Zusammenarbeit für den Beitrag statt?

.....

Bietet Ihnen der Sender/die Redaktion Geld an? (Honorar, „Aufwandentschädigung“)

(kommt gelegentlich bei Privatsendern und Boulevardpresse vor; dann heißt es: Finger weg! Sie verlieren ein Stück Ihrer Entscheidungsfreiheit und fühlen sich automatisch stärker verpflichtet, geben eventuell doch schon einmal dem Drängen eines Journalisten nach, wo Sie es eigentlich nicht wollten. Und Ihre Position bei einem Konflikt nach Veröffentlichung wird schlechter)

.....

Bekommen Sie als „Betroffene“ umfangreiche Mitspracherechte, auch schriftlich, garantiert?

Z. B. verbindliche Freigabe von endgültigen Sendbeiträgen/Artikeln, Zitaten und Zusammenhang, in denen diese erscheinen; („Betroffener“ ist medienrechtlich ein besonders schützenswerter Status). (Wenn hier großer Widerwille besteht, dann: Finger weg!)

.....

Wird ein unverbindliches, persönliches Vorgespräch angeboten? *(Ohne Drängeln und Zeitdruck!)*

.....

Werden Zusagen zuverlässig eingehalten, z. B. Rückruf, Termine, Referenzen und Unterlagen?

.....

3. „Wir haben uns für die Zusammenarbeit mit einem TV-Sender oder einer Zeitung bzw. Zeitschrift entschieden: Worauf sollen wir achten?“

Vorgespräch:

Nehmen Sie am besten einen Fragekatalog mit. Überlegen Sie vorher, was Sie über die geplante Berichterstattung wissen möchten.

Lassen Sie sich die Visitenkarten der Gesprächspartner geben.

Beziehen Sie Ihren ersten Eindruck während des Vorgesprächs mit in Ihre Entscheidung ein.

Wenn Sie sich „überrumpelt“ fühlen, ist das kein gutes Zeichen.

Fernsehen und Fotos:

Treffen Sie Absprachen, was gefilmt oder fotografiert werden darf und was gar nicht (Intimsphäre, Betroffenheit anderer Personen – die z. B. zufällig mit auf einem Bild sind). Ein Beispiel: Achten Sie darauf, dass nicht Dokumente wie der Personalausweis oder amtliche Formulare in Nahaufnahme gefilmt oder fotografiert werden, wo Namen oder Adressen zu erkennen sind.

Eine Absprache bei der Bekanntgabe des Kindervorschlags kann etwa sein, dass ein Kamerateam lediglich die erste Reaktion filmt und dann den Raum verlässt – schließlich folgen dann intime Einzelheiten über das Kind.

Ein anderes Beispiel: Gerade die Übergabe des Kindes im Herkunftsland ist für Fernsehteams ein besonders interessanter Teil ihrer „Story“, weil die Situation sehr anschaulich und sehr emotionaler ist. Allerdings kann es für die Kinder und Eltern schnell einfach zu viel werden. Sie sollten daher vorher absprechen, dass Sie die Kameraleute auch einmal „rauswerfen“ können. Und auch die Mitarbeiter der Behörden im Herkunftsland sind nicht immer erfreut über Kameras.

Bei Aufnahmen im Ausland sind Filmaufnahmen oftmals mit einem bürokratischen „Hindernislauf“ für Drehgenehmigungen u. ä. verbunden; hierum kümmert sich das Fernsehteam

Daten und Fakten, Zitate:

Wenn Sie Zahlen, Namen etc. nennen, so stellen Sie sicher, dass diese fehlerfrei verwendet werden > am besten schriftlich an die Journalisten übermitteln

Vertrauliche Informationen im Gespräch oder Interview:

Manchmal ist es nötig, den Journalisten vertrauliche Informationen zu geben, um z. B. Zusammenhänge besser zu erklären. Oder im Erzählen „rutscht“ Ihnen mehr heraus, also Sie sagen wollten. Achtung: Wenn Sie etwas nicht veröffentlicht haben möchten, sagen Sie dies bitte ausdrücklich. Das kann auch noch im Nachhinein, nach dem Gespräch geschehen. Wenn Sie das Gefühl haben, dass Dinge besser nicht erwähnt werden sollten, hören Sie auf Ihr „Bauchgefühl“.

Zurückziehen der Einwilligung:

Wenn Sie es sich anders überlegen und doch nicht mit einer Veröffentlichung („aktuell und zu einem späteren Zeitpunkt“) einverstanden sind, so äußern Sie das möglichst bald und schriftlich. Sie können dies jederzeit tun.

Immer: Die Freigabe durch Sie vor der Veröffentlichung:

Bestehen Sie darauf, dass die Filmaufnahmen oder Fotos von Ihnen oder Ihre Zitate Ihnen zur Genehmigung vorgelegt werden und erst nach Ihrer schriftlichen Freigabe gesendet/gedruckt werden dürfen. Man nennt das „autorisieren“. Ideal ist, wenn Sie auch sehen, wer vor und nach Ihnen gefilmt wird bzw. im Text erwähnt ist (Umfeld!). Lassen Sie sich möglichst auch zeigen, was ein Sprecher im Fernsehfilm über Sie und Ihr Kind sagt.

Für Journalisten ist dies natürlich ein zusätzlicher Zeitaufwand und wird daher nicht unbedingt von vornherein angeboten. Wenn sich Journalisten hier zu sehr „anstellen“ oder es verweigern, können Sie Ihre Zustimmung auch zurückziehen. Als „Betroffene“ und Medienlaien ist es mehr als verständlich, wenn Sie auf der Freigabe bestehen. Wenn Ihnen Aufnahmen oder Zitate nicht gefallen, so lassen Sie sich nicht überreden, dass dies aber so „authentisch“ sei.

Wenn Sie eine Freigabe vereinbaren und die erforderlichen Aufnahmen/Texte auf sich warten lassen: Kontakt zu den Journalisten aufnehmen, aktiv sein.

Sende- oder Veröffentlichungstermin:

Wenn es Ihnen nicht genannt wird, fragen Sie nach und lassen Sie sich die Termine verbindlich geben. Die Arbeitsabläufe in Redaktionen sind allerdings oft ein wenig hektisch und Termine werden umgestellt, also kann das Datum der Veröffentlichung auch sehr kurzfristig sein.

4. Was passiert nachher?

„Der TV-Beitrag/der Zeitungsbericht über uns ist erschienen“

Belegexemplare/Mitschnitte Ihrer Aufnahmen:

Wenn Sie mit Journalisten vertrauensvoll zusammengearbeitet haben, werden Ihnen Belege von Artikeln oder auch Filmaufnahmen meistens direkt zugeschickt.

Falls dies aber nicht passiert, ist dies kein böser Wille, sondern oft schlicht Arbeitsüberlastung. Bleiben Sie dann selbst am Ball und rufen Sie an.

Filmaufnahmen:

Auf das richtige Format achten, das Sie privat auch tatsächlich verwenden können.

„Oh Schreck, wie sehe ich denn im Film aus? ... Das habe ich so nie gesagt...“:

Grundsätzlich gilt: Sie haben keinen Rechtsanspruch auf die detaillierte Offenlegung der journalistischen Arbeit, z. B. auf Kenntnis des gesamten Artikels oder Films, in dem Sie vorkommen oder Einflussnahme auf den genauen Platz in einer Zeitung, in dem ein Artikel über Sie erscheint.

Wenn Sie eine Vorab-Freigabe vereinbart haben, werden Sie aber in der Regel keine unliebsamen Überraschungen erleben.

Gegendarstellung:

Wird häufig als juristisches Mittel im ersten Ärger genannt. Dieses Rechtsmittel muss genau überlegt werden, erfordert einen spezialisierten Anwalt und bringt Ihnen nicht unbedingt etwas. Wenn Sie juristisch vorgehen wollen, gibt es auch andere Mittel.

Und zum Schluss....:

Seriöse Journalisten verhalten sich partnerschaftlich, und das sind zum Glück die meisten. Dann gelingt es auch, dem öffentliche Bild über Auslandsadoption durch Ihren Beitrag wieder ein Stückchen mehr Realitätsnähe zu geben.

5. Literaturtipp

Falkenberg, Viola: Interviews meistern. Ein Ratgeber für Führungskräfte, Öffentlichkeitsarbeiter und Medien-Laien. FAZ-Institut, Frankfurt am Main 1999 (ISBN 3-927282-80-4)

6. Kontakt für Fragen und weitere Informationen

Dieser Leitfaden wurde in Zusammenarbeit von Adoptivbewerbern und Adoptivfamilien – hauptsächlich für Kolumbien - sowie mit der Vermittlungsorganisation AdA erstellt. Hier sind persönliche Erfahrungen von Menschen eingeflossen, die bereits mit Fernsehteams oder Zeitungsredaktionen zusammengearbeitet haben oder die beruflich mit Fragen der Presse- und Medienarbeit zu tun haben.

Wenn Sie Fragen zu Medienkontakten haben, können Sie sich gern an AdA München wenden, die Ihnen einen Ansprechpartner nennen (Kontaktadresse siehe www.ada-adoption.de).