



## **Medienrichtlinien für Parkour und/oder Freerunning-Beiträge**

Hilfestellungen im Umgang mit Medien in Bild, Video und Ton.

Dieses Dokument soll Euch helfen, die richtige Entscheidung zu treffen.

Eine Entscheidung, ob Ihr einen Artikel, ein Video oder ein Shooting mit Eurem Einsatz im Sinne des Parkour und/oder Freerunning, mit der Philosophie und Eurer Einstellung unterstützen könnt. Dies gilt besonders, wenn Medien (vor allem Euch unbekannte) auf Euch zukommen, und Euch um entsprechende Unterstützung "bitten".

### **Dazu sind ein paar Grundvoraussetzung als Erstes abzuklären.**

1.) Um welches Medium handelt es sich :

Welche Zeitung, welche Medienagentur, etc. steckt dahinter.

Vergleicht eventuell vorhandenes Portfolio und Machwerke. Eventuell finden sich schon einschlägige (zu Parkour und Freerunning) erschienen Werke. Fordert ein Portfolio an, falls Ihr nicht fündig werdet. Entscheidet, ob Euch das Medium zusagt, seriös und (fach)kundig genug ist.

2.) Welchen Zweck verfolgt das Medium, der Redakteur, die Werbelinie, etc. :

Ein Bild, ein Video transportiert immer eine Botschaft. Versucht mit den Redakteuren oder Euren Medienansprechpartner zu sprechen (per Telefon oder persönlich), um heraus zu finden, welchem Zweck das Produkt dienen soll. Welche "Message" steckt dahinter.

3.) Weitere und weitreichende Auswirkungen :

Immer im Kopf haben, welche Konsequenzen eine Veröffentlichung für Euch und/oder die Community haben kann. Auch die Auswirkungen auf Außenstehende, die Konsumenten, die mit dem Werk konfrontiert werden, versuchen in er Entscheidung zu betrachten. - im Zweifelsfalle CTC-Members zu Rate ziehen, die Erfahrungen mit Redakteuren usw. haben.

z.B. Heikle Themen können durchaus interessant erscheinen (vor allem für Medien) und Kontroversielles ist nicht generell schlecht - aber umso "gefährlicher".

4.) Welche Einflussnahme/Freiheit habt Ihr bei der Gestaltung :

Manchmal sind Redakteure blind in das Thema "Parkour/Freerunning" gestossen worden, und versuchen ein bestimmtes Ziel (Aufgabe) zu erfüllen, ohne vorher ausreichend recherchiert oder gar einen Plan zu haben. Sprecht Euch daher gut ab, was gefordert ist, ob Ihr die Voraussetzungen erfüllen könnt und möchtet. Versucht einen Plot zu erarbeiten oder eine Einflussnahme auf den Plot zu haben (falls Euch paar Dinge darin nicht zusagen). Denkt Euch, es ist EUER Ding und nicht das des Mediums!

5.) Sprecht im Vorfeld diverse Vereinbarungen ab :

Diese reichen von Aufwand (z.B. Drehtermine/tage oder Reisenotwendigkeit) und deren Vergütung (Es ist keine Schande für eine Leistung entsprechende Entlohnung zu bekommen!) bis zu Rechte- und Copyrightfragen (z.B. Dürft Ihr das Material für Eure Zwecke verwenden?) sowie Verwendungszwecke (Teile der Produktionen könnten plötzlich in einem ganz anderen Zusammenhang bei anderen Produktionen oder gar anderen Medien auftauchen -> (z.B. Stockfotos) ). Verlangt bei Printmedien (höflich) den Artikel vor der Veröffentlichung zum Gegenlesen ein („Ich will nicht in die Freiheit des Redakteurs eingreifen, sondern nur für einen fachlich korrekten Artikel sorgen“). Achtet bei TV-Berichten ganz genau darauf, was die Redakteure für eine Message transportieren wollen und versucht es in eine positive Richtung (für Parkour/Freerunning) zu leiten.

### **Folgende Hilfestellungen könnten Euch nützlich sein :**

1.) Verfolgt nicht Eure Selbstdarstellung als erstes Ziel

Ein tolles Bild in einem Artikel bringt nichts, wenn der Text dazu haarsträubender Blödsinn ist. Steckt das eigene Ego etwas zurück und denkt an da negative Echo, was ein schlechter Medien-Bericht mit sich bringen kann (z.B. Verbote usw.)

2.) Versucht Euch im Sinne von Parkour/Freerunning dem Thema zu nähern.

Vermischt die Begriffe Parkour und Freerunning nicht und bringt nicht Parkour/Freerunning mit Themen in Verbindung, die eine falsche Richtung oder Assoziation verfolgen.

z.B. würde eine Aussage "Ich trainiere Parkour, um schneller weglaufen zu können, wenn ich mich im Schulhof fetze" wahrscheinlich den Eindruck eines unreifen, streitsüchtigen Jugendlichen erwecken. Die Formulierung "Ich trainiere Parkour, um Konflikten aus dem Weg gehen zu können" jedoch vermittelt einen besonnenen und reifen Charakter.

Allzu reißerische Begriffe bergen die Gefahr des Falschverstandenen (Klassiker : "Von Dach zu Dach springen", "Adrenalinkick", etc.) Achtet auch auf Euer Umfeld (z.B. beim Dreh für einen Parkour-Bericht keine Freerunning-Moves o.ä.). Versucht z.B. Spots zu vermeiden, wo Konfliktpotential herrscht, oder unerwünschte Emotionen/Assoziationen hervorrufen könnten.

3.) Seid auch ehrlich Euch und den anderen (den Medien) gegenüber.

Achtet auf Korrektheit Eurer Angaben (Name, Alter, Ausbildung, Familienstand, etc.), falls solche verwendet werden sollen. Falsche Angaben sind auf beiden Seiten unseriös - also "schwindelt" auch nicht bei Euren Angaben (z.B. "Ich mach schon seit 5 Jahren Parkour", obwohl Ihr erst seit einem Jahr trainiert, ...)

4.) Seid Euch bewusst, dass jede Form von Auftritten, Performances, etc. mehr an Aufmerksamkeit und Disziplin erfordert, als "normales" Training.

Ein Drehtag/Shooting kann aus vielen Gründen anstrengend sein. z.B. durch Leerlaufzeiten, oder zig-maliges Wiederholen von Szenen. Lasst Euch nicht zu Dingen verleiten und checkt ab, ob Ihr (noch) leistungsfähig genug seid.

## **Checkliste für Medien :**

### **\* Vorabbesprechung**

per Tel. oder persönlichem Gespräch - Stimmen sagen mehr als Text z.B. Mail

### **\* Zweck der Reportage, Hintergrund, Konzept, Seriosität des Medieninhabers/Betreibers/Publishers, etc. durchleuchten:**

- WER (z.B. welcher Fotograf/Reporter)
- WAS (z.B. Reportage)
- WOFÜR (Medium)
- WIE (Inhalt, Plot und Einflussnahme herausfinden )
- WANN (Termine fixieren und Umfang definieren)
- ev. Portfolio (Referenzen) erfragen/recherchieren.
- Verwendungszweck schriftlich bestätigen lassen - Mail reicht  
(Damit Video-/Bild-Material nicht später bei anderen/negativen Berichten einfach verwendet werden kann)

Versucht bitte so viel Kontrolle wie möglich über den Medien-Bericht zu erlangen (in Zusammenarbeit mit dem Redakteur) und einen positiven Ausgang für Parkour/Freerunning zu forcieren. Gebt nicht einfach ein Interview mit Photoshooting und hofft auf das Beste, nur damit etwas über Euch in den Medien erscheint.