

Öffentlichkeits- und Medienarbeit für Vereine

Seminar

11. Februar 2019

Selbstbeschreibung

- **Wer sind wir?**
- **Was tun wir?**
- Sie müssen in der Lage sein kurz, spannend und klar zu beschreiben wer Sie sind und was Sie machen.
- Je besser Sie das beherrschen, desto größer sind die Chancen Subventionen zu bekommen / neue Mitglieder zu generieren und Publikum zu interessieren.

Selbstbeschreibung

- **Was unterscheidet mich von den anderen Kulturanbietern?**
- Versuchen Sie 2 oder 3 Dinge zu definieren, die Sie sehr gut können. Es ist wichtig sich selbst auch klar zu machen, was kann unser Verein besser als andere.
- Egal, ob es sich um Ihre Programme handelt oder die gute Stimmung, lustige Mitglieder, Spaß bei der Sache aber auch ordentlich feiern.

Selbstbeschreibung

- **Aufgabe 1:** Finden wir eine gute Beschreibung

Bitte Selbstbewusstsein zeigen und nicht zu selbstkritisch werden. Bescheidenheit ist im Privatleben sehr nett aber nicht im Beruf. Bringt Beispiele!!!!

- **Aufgabe 2:** Finden wir heraus, was uns interessant macht bzw. unterscheidet

Vieles scheint uns selbstverständlich aber für die anderen sind es interessante Informationen.

Ein Konzept muss her

- **Ein Kommunikationskonzept hilft uns:**
 - Systematischer vorzugehen
 - Besser zu planen
 - Aufgaben besser zu teilen
 - Roten Faden zu folgen

Konzept

- **Bestandteile eines Konzepts:**
 - Ziele = Was wollen wir erreichen?
 - Zielgruppen = Wen wollen wir erreichen?
 - Die Strategie = Wie wollen wir unsere Ziele erreichen?
 - Maßnahmen / Aktivitäten = Was machen wir genau
 - Zeitplan
 - Kosten

Ziele

Was wollen wir erreichen?

- Die Ziele Ihrer Kommunikation müssen ganz klar definiert werden.
- Wichtig: Diese Ziele müssen auch erreichbar sein und nicht Träumereien sein.
- Max. 5 Ziele

Beispiele:

- Mehr Mitglieder für unseren Verein generieren
- Mehr junges Publikum für unsere Aktivitäten interessieren
- Mehr Subventionen / Spenden etc. lukrieren
- Ein gutes Image aufbauen

Zielgruppen

Wen wollen wir erreichen?

- Hier ist es wichtig genauer zu definieren. Das macht die Arbeit wesentlich präziser und leichter.
- Finger weg von: „ALLE“

Zielgruppen

Wen wollen wir erreichen?

Beispiele für Zielgruppen:

- BezirkspolitikerInnen
- SchülerInnen
- PensionistInnen
- Frauen / Männer / Junge Menschen
- GesangslehrerInnen
- Komponisten
- JournalistInnen
- BezirksbewohnerInnen
- MitarbeiterInnen
- NGOs

Die Strategien

Wie wollen wir alles erreichen?

- Strategien werden sehr oft mit Zielen verwechselt.
- Die Strategien geben unserer Öffentlichkeitsarbeit eine klare Basis

Die Strategien

Wie wollen wir alles erreichen

- Es hilft immer mit folgendem Satz zu beginnen:
„Indem wir“
 - Klarer kommunizieren was wir machen
 - Mehr Pressearbeit machen
 - Attraktivere Programme anbieten
 - Schönere Plakate und Informationsmaterial erstellen
 - Alle möglichen Kommunikationskanäle nützen
 - Jünger wirken
 - Frecher wirken / unsere Sprache vereinfachen....

Aktivitäten

Was sollten wir dafür tun?

- Hier wird es spannend. Vor allem Ihre Ideen, Kreativität, Mut sind jetzt gefragt.
- Einige Instrumente, die wir nützen können gehören zu den klassischen Aufgaben der Öffentlichkeitsarbeit wie z.B. die Pressearbeit oder Lobbying

Aktivitäten

Was sollten wir dafür tun?

Pressearbeit:

1/3 der PR besteht aus Pressearbeit.

Wichtigste dabei ist „DAS THEMA“. Als nächstes natürlich wie eine Presseinformation formuliert und aufgebaut ist.

Eine Presseaussendung muss gut aufgebaut und formuliert sein.

Bitte: KEINE Schachtelsätze / einfach formulieren

Aktivitäten

Presseausendung:

- Wie sieht eine gute Presseausendung aus?
 - Titel (knackig)
 - Untertitel
 - 1. Absatz: Kurze Zusammenfassung des Inhalts
 - Danach: Die gesamten Informationen
 - Zitate
 - Zwischentitel (Wenn der Text lang ist)
 - Wenn Fotos dabei: Foto-Beschreibung, Fotorechte, und Freigabe für Verwendung

Pressearbeit

- **Aufgabe 1:** Finden wir interessante Themen, mit denen wir punkten könnten.

Frühling / Sommer / Winter liefern uns genau so interessante Themen wie Gesundheit / Zusammenhalt / Freude / Einsamkeit / etc. Sucht einen Aufhänger. Damit könnt ihr auch andere Ressorts abseits vom Kulturressort erreichen.

- **Aufgabe 2:** Eine kurze Pressemitteilung schreiben

Pressearbeit

Presseverteiler:

- Wer genau soll unsere Mitteilungen bekommen
- Wie sehen unsere Adressen aus?
- An wie viele Leute kann ich eine Aussendung schicken? 50 P pro Mail

Versand der Presseinformationen:

- Bitte einfach in ein Mail hinein kopieren und keine Anhänge vor allem keine PDFs an die Medien verschicken.
- Nur Fotos können als Anhang verschickt werden.
- **Tolle u. spannende Titel suchen.**
- Im Betreff: **NIE „Presseinformation“** schreiben, sondern den Titel hinein kopieren.

Pressearbeit

- **Pressekonferenzen:** Journalisten mögen keine Konferenzen. Lieber ist es ihnen eine kleine, feine Runde
- Das Thema muss sehr aktuell und wichtig sein.
- **Interviews:** Muss spannendes zu sagen haben.

Aktivitäten

- Weitere wichtige Instrumente für Öffentlichkeitsarbeit:
 - **Website:** muss regelmäßig upgedatet werden
 - **Newsletters:** Sind super aber nur mit Einverständnis im Verteiler aufnehmen!!!
 - **Social Media:** Sind nicht mehr weg zu denken. Also macht eine Themenliste für den ganzen Monat z.B. Ankündigungen, Todestage von berühmten Künstlern, Videos von schönsten Interpretationen, etc.
 - **Videos** (kurze, spannende, witzige..) ganz einfach mit Handy aufnehmen. Ein Mikrofon fürs Handy hilft gute Tonaufnahmen zu machen.

Aktivitäten

- Weitere wichtige Instrumente für Öffentlichkeitsarbeit:
 - **Print-Produkte** wie Flyers, Postkarten etc.: Nicht zuviel hinein packen. Wichtigste Punkte (wer /wie / was / wann / wo müssen mehr Platz haben. Nicht zu viele Details wie „Namen aller Musiker, Preise, Öffnungszeiten etc.“
Wenn Bilder dann nur sehr schöne und wenig.
 - **Plakate**: Auch hier die wichtigsten Infos und wenig Bilder und Texte.
 - Roadshows / Flashmobs / Strassenaktionen etc.

Kurzes Konzept erstellen

Aufgabe:

- Versuchen wir jetzt ein kurzes Konzept für die Öffentlichkeitsarbeit zu erstellen.
- Wichtig sind jetzt die Ideen für die Aktivitäten