
Online-Seminar zur Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Vereinen

TUE GUTES UND SPRICH DARÜBER

Justina Lethen, 29. September 2020

WER BIN ICH?

- Seit Jahren in der Presse und Öffentlichkeitsarbeit des Nds. Umweltministeriums aktiv: Pressesprecher, Internetseite, Veranstaltungsplanung, Broschüren und Flyer, Social Media (Medien: Print, Erklärfilme, Statement, Podcast, Foto/Video)
- jetzt zuständig im Naturschutz für die Öffentlichkeitsarbeit zum Thema „Niedersächsischer Weg“, einem Vertrag zwischen Politik, Naturschutz und Landwirtschaft.
- Seit etwa 12 Jahren in einem kleinen Reitverein im Weserbergland im Vorstand - das ist meine Motivation heute

**INHALTE - WORÜBER
WOLLEN WIR HEUTE
SPRECHEN?**

WORÜBER WOLLEN WIR HEUTE SPRECHEN?

- Was ist Öffentlichkeitsarbeit?
- Ziele für deinen Verein
- Wie Öffentlichkeitsarbeit aussehen kann
- Strategie für die Öffentlichkeitsarbeit in deinem Verein

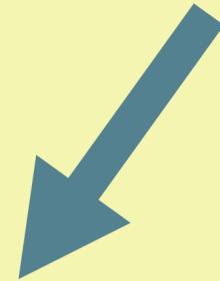
WORÜBER WOLLEN WIR HEUTE SPRECHEN?

- Vor dem Start
- Gute Öffentlichkeitsarbeit mit wenig Zeit umsetzen
- Wie finden wir Themen?
- Jetzt braucht ihr einen Plan!
- Wann ist eine Pressemitteilung...
- Mit Corona in Kontakt bleiben

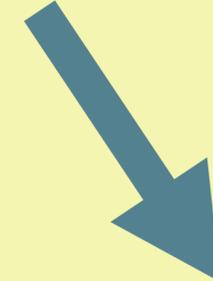
WAS IST ÖFFENTLICHKEITSARBEIT?

WAS IST ÖFFENTLICHKEITSARBEIT?

➤ Unterschied Öffentlichkeitsarbeit - Pressearbeit



erreicht die Öffentlichkeit direkt



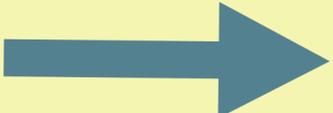
erreicht Journalisten, die berichten

WAS IST ÖFFENTLICHKEITSARBEIT?

Öffentlichkeitsarbeit ist die Kommunikation einer Organisation (Vereins) nach außen.

Dabei werden **Beziehungen** zu Teilbereichen der Öffentlichkeit aufgebaut und gepflegt.

Selbstdarstellung über die Informationen, die gegeben werden

 Image wird gebildet, **Ziele** werden erreicht

ZIELE FÜR DEN VEREIN

ÖFFENTLICHKEITSARBEIT - MÖGLICHE ZIELE

- neue Mitglieder gewinnen
- neue Spender oder Kooperationspartner gewinnen
- Besucher zu einem Vereinsevent locken
- ...

LANGFRISTIGE ZIELE

Da Öffentlichkeitsarbeit langfristig angelegt ist, könnten es auch nachhaltige Ziele sein:

- Name des Vereins in der Stadt/Region bekannt machen
- fachliche Expertise zeigen
- öffentliches Bewusstsein für das Vereinsthema stärken

**ÖFFENTLICHKEITSARBEIT
WIRD IN VEREINEN
OFT VERNACHLÄSSIGT**

WARUM?

- keine Zeit
- innere Haltung
- keine Kenntnisse

1 - KEINE ZEIT FÜR ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Die Verantwortlichen in den Vereinen haben nie Langeweile!

- der eigentliche Vereinszweck ist wichtiger als alles andere
- administrative Tätigkeiten werden als notwendiges Übel wahrgenommen
- Sonderaufgaben werden nur knapp oder garnicht erledigt.

2 - INNERE HALTUNG UND BESCHEIDENHEIT

- vielen Menschen ist es unangenehm, lobend von sich selbst zu sprechen. Das gilt auch für die Leistungen ihres Vereins.
- Sie möchten nicht angeberisch oder arrogant wirken und tragen ihre Erfolge daher kaum in die Welt
- "Wenn wir etwas Gutes tun, wird sich das schon von selbst herumsprechen."

3 - FEHLENDE KENNTNISSE

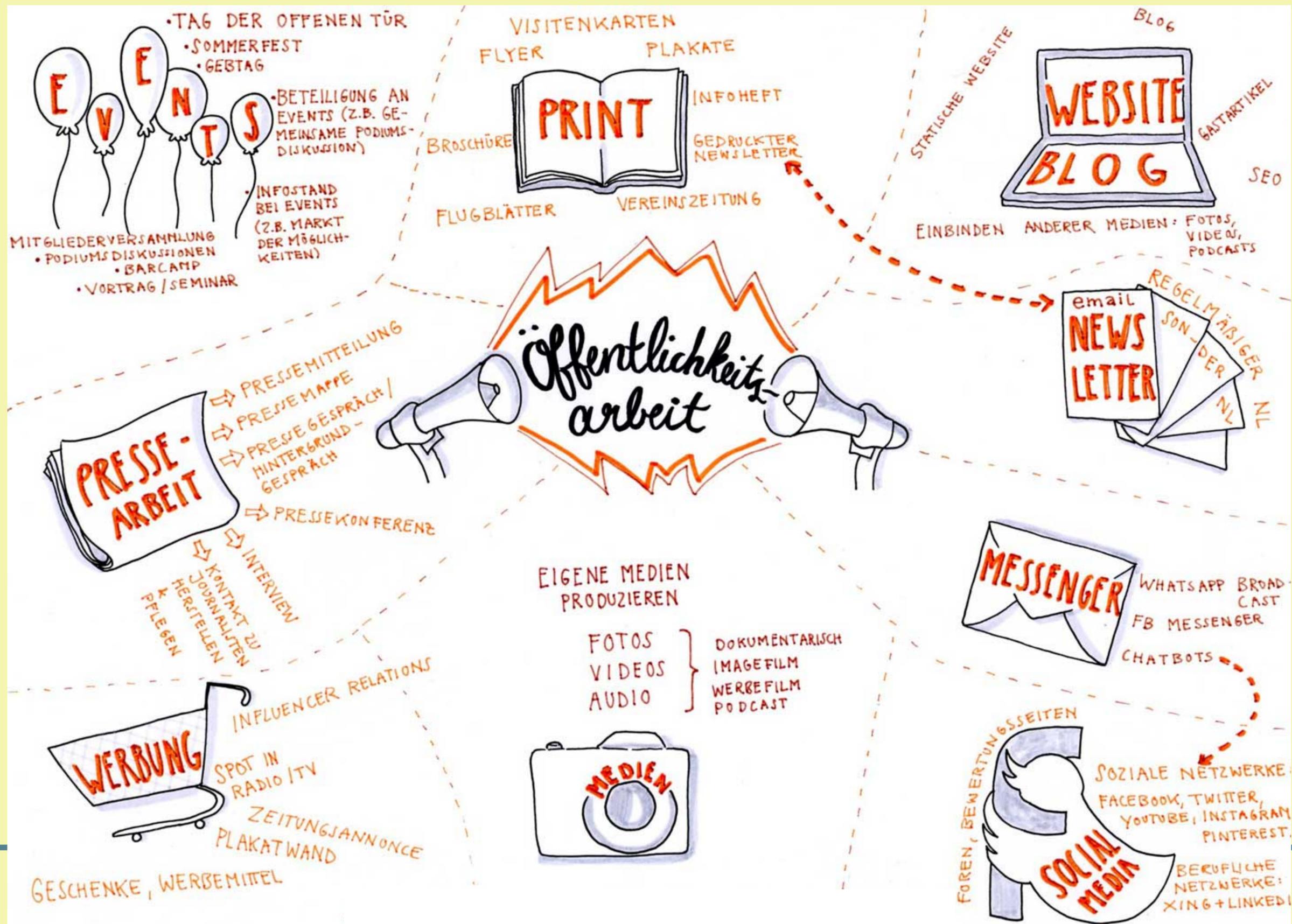
- Wenn der Verein Glück hat, werden bestimmte Vereins-Aufgaben mit Profis besetzt - Aktive Mitglieder zu finden wird aber zunehmend schwieriger
- Ohne Erfahrung ist es schwer, eine eigene Strategie zu entwickeln.
- viel Zeit und Interesse erforderlich, um sich mit der Öffentlichkeitsarbeit auseinander zu setzen.
- zugleich viel Gesprächsbedarf innerhalb des Vereins(-Vorstands)
- das alles kostet Zeit - und da sind wir wieder bei Grund 1

**WIE
ÖFFENTLICHKEITSARBEIT
AUSSEHEN KANN**

WELCHE METHODEN GIBT ES?

- online (Social Media, Whatsapp, Webseite) oder offline (Veranstaltung, Flyer)
- Kontakt zur Presse aufbauen
- E-Mail- oder Print-Newsletter
- eigene Foto-, Video- oder Audioaufnahmen machen
- Blog, YouTube-Kanal oder Podcast starten
- Veranstaltungen oder Mitmachgeschichten (zB Wettbewerbe) ausdenken

WIE ÖFF. AUSSEHEN KANN



STRATEGIE FÜR DEINEN VEREIN

STRATEGIE FÜR DEINEN VEREIN

Nicht alle Elemente sind für deinen Verein geeignet. Überlege also, wie eine Strategie für deinen Verein aussehen könnte:

- Inventar
- Zielsetzung
- Zielgruppen
- Aufgabenverteilung

INVENTAR

- Was macht der Verein, um mit der Öffentlichkeit in Kontakt zum treten?
Was sollte der Verein beibehalten und was verändern oder stoppen?
- Wie viel Zeit investiert ihr in eure Kanäle? Wie viel bekommt ihr zurück?
- Gibt es Statistiken (Besucher der Website, Follower auf Facebook)
- Was läuft gut, was sollte besser laufen?
- nicht nur die Zahlen spielen eine Rolle, sondern auch der Spaß an der Sache und dein Zeitaufwand!

ZIELSETZUNG

- Welches Ziel hat der Verein aktuell und mit welchen Methoden könnt ihr es erreichen?
- Überlegt im Verein gemeinsam, was aktuell eure Probleme oder eure Wünsche sind und wie sich das in ein Ziel umwandeln lässt.
Ein allgemeines Statement wie "bekannter werden" ist nicht geeignet, um eine Strategie zu entwickeln!
- Das Ziel bestimmt die Methode

ZIELGRUPPEN

- Das Ziel habt ihr definiert. Wen wollt ihr erreichen?
- Es sagt sich leicht, dass im Ort alle interessiert sein sollten. Aber: je genauer ihr die Zielgruppe eingrenzen könnt, desto besser wisst ihr, welcher Kanal geeignet ist.
- Sucht ihr zum Beispiel Nachwuchs, wird dieser wahrscheinlich weniger über die Zeitung oder das Anzeigenblatt erreichbar sein, als über Facebook oder die Internetseite - vielleicht auch über einen Flyer im Briefkasten?
- Die Zielgruppe bestimmt die Methode

AUFGABENVERTEILUNG

Bevor ihr im Verein aktiv werdet, solltet ihr einen Plan machen:

- Wer behält die Fäden in der Hand, wer trägt die Verantwortung?
- Sinnvoll ist es, ein Treffen mit allen Interessierten zu organisieren und das Vorgehen zu besprechen und die konkreten Aufgaben zu verteilen.
- Deadlines und Meilensteine sollten festgelegt und nach ein paar Wochen überprüft werden. So könnt ihr sehen, ob eure Methoden erfolgreich sind oder ob ihr eure Strategie verändern müsst.

VOR DEM START

WAS BRAUCHST DU UM ZU STARTEN?

- Klarheit über das Selbstverständnis des Vereins, das Ziel und die Zielgruppen
- Festlegung auf einen aktuellen Fokus
- Eine funktionierende Website
- Eine Idee, wie die Veröffentlichungen aussehen sollen (Stichwort Styleguide)
- Entscheidung für Kanäle der Kommunikation

WAS BRAUCHST DU UM ZU STARTEN?

- Einarbeitung in Software und Tools
- Recherche von Veranstaltungen in der Region, wichtige Termine, Saisonhighlights etc
- Erstellen bzw Einwerben von Fotomaterial
- das große Ganze sehen – in welchem Kontext bewegt sich euer Verein?

WAS BRAUCHST DU UM ZU STARTEN?

- Proaktiv sein: Eigeninitiative zeigen, Ideen umsetzen, nicht auf den Druck von außen warten
- Eigene Beiträge veröffentlichen, nicht auf die Presse-Berichterstattung vertrauen
- Eigene Themen setzen, die den Verein bewegen (nicht nur Berichte über Aktionen)
- Talente, Kompetenzen und Interessen eurer Mitglieder nutzen (Öffentlichkeitsarbeit ist Teamsache!)

**GUTE
ÖFFENTLICHKEITSARBEIT
MIT WENIG ZEIT UMSETZEN**

WAS DU DRINGEND BENÖTIGST

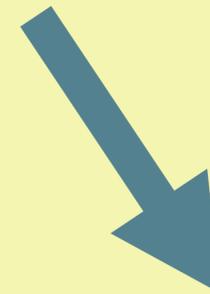
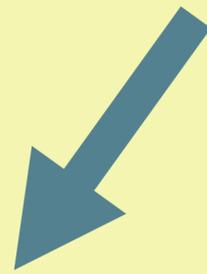
- Funktionierende Website - das ist die Visitenkarte eures Vereins
- e-Mail-Newsletter ca. einmal im Monat (mindestens 4x im Jahr)
- Pressearbeit (PM, Bericht)

WAS DU AUßERDEM TUN SOLLTEST

- Netzwerken - zB mit anderen Vereinen am Ort oder mit anderen Vereinen mit dem gleichen Ziel
- Gastbeiträge anfertigen
- Veranstaltungen ausrichten
- ...

METHODEN KOMBINIEREN

➤ kombiniere langzeit- und kurzzeit-Inhalte



längere Inhalte
(Blog, Text auf der Website,
Podcast, Video)
(mind. 1 Beitrag pro Monat)

(long-form Content)

kurze, spontane, flexible Inhalte
(mind. 2 Beiträge pro Woche)

(short-form Content)

LONG FORM INHALTE

Mögliche Formate sind:

- Grundlagen/Info-Beiträge/Tutorials -> informativer/lehrreicher Inhalt
- Geschichten/Erfolge -> inspirierender Inhalt
- Quartalsrückblick/ regelmäßiger Newsletter -> informativer Inhalt

Auf dem gewählten Kanal wird einmal im Monat ein großer Beitrag veröffentlicht.

SHORT FORM INHALTE

Mögliche Formate sind:

- Instagram, Twitter, Facebook-Seite, (ggf. auch eine Whatsapp-Gruppe), Pinterest
- kurze, spontane, flexible Inhalte, die auch von unterschiedlichen Leuten geteilt werden können
- Vorteil: Verein macht sich sichtbar und ruft sich in Erinnerung

Auf dem gewählten Kanal werden 2x die Woche Inhalte geteilt.

WIE FINDEN WIR THEMEN?

WORÜBER BERICHTEST DU?

- Habt ihr genug zu erzählen? JA!
- Themenspeicher anlegen
- Berichte über die Vergangenheit möglichst vermeiden!

So habt ihr auch etwas zu erzählen, wenn zB wegen einer Pandemie das Vereinsleben zum Erliegen kommt.

THEMEN FINDEN

Ebene 1

- konkrete Aktionen und Angebote des Vereins.

Zum Beispiel: Wo können andere sich engagieren? Wofür sammelt ihr Spenden? Zu welcher Veranstaltung ladet ihr ein?

THEMEN FINDEN

Ebene 2

- hier geht es um den Verein:

Was sind unsere Ziele? Was haben wir schon erreicht? Was ist unser Plan für 2021?

Hier kann der Verein jederzeit kommunizieren und ist nicht davon abhängig, dass auch tatsächlich etwas stattfindet.

THEMEN FINDEN

Ebene 3

- Übergreifende Themen:

Wo bewegt sich der Verein? (Umweltschutz, Integration, gesellschaftlicher Zusammenhalt,...)

Hier behandelt ihr also abstrakt das Thema/den Kontext des Vereins.

THEMEN ENTWICKELN

- Großes Brainstorming mit allen Beteiligten
- Themensammlung anlegen
- Link- und Archivsammlung anlegen
(zB interessante Fernsehbeiträge, Dinge, die im Verein passieren, Themen- und Aktionstage, etc)

FORMATE ENTWICKELN

- Ein Format ist ein System, bei dem man eine Reihe von Themen mit einer regelmäßigen Frequenz und auf einer festgelegten Art und Weise behandelt.
- Manche Formate bieten sich schon ganz von allein an. Bei einem Format sollte man theoretisch eine große bis unendliche Anzahl von Beiträgen daraus machen können.
- Beispiele: Quartalsrückblick, FAQ, Tutorial, Porträt, Buchvorstellung, Vorstellung von Partner-Vereinen, Linktipps, etc.

**JETZT BRAUCHT IHR
EINEN PLAN!**

MONATS- ODER QUARTALS-PLAN

- Wer macht mit?
- Welche Themen wollt ihr bearbeiten, welche Formate wählt ihr aus?
- Welche Methoden wollt ihr anwenden?
- Ihr solltet euch 2 Stunden pro Woche Zeit nehmen!

BEISPIEL FÜR EINEN MONATSPLAN

Woche 1:

- Welches Thema wollt ihr bearbeiten?
- Vorbereitung des „long form“ Inhalts für das ausgewählte Medium (recherchieren, erste Texte schreiben, Interviewpartner finden, Drehplan erstellen, etc)
- zusätzlich Netzwerkpflge

BEISPIEL FÜR EINEN MONATSPLAN

Woche 2:

- Fertigstellen des begonnenen Beitrags
- Vorbereitung von 4 kurzen Inhalten, die Einzelheiten aus dem begonnenen Beitrag erzählen (zB eine Zahl aus der Statistik aufgreifen)
- Recherche in der Archivsammlung
- zusätzlich Netzwerkpflege

BEISPIEL FÜR EINEN MONATSPLAN

Woche 3:

- Erstellen von 4 weiteren kurzen Inhalten, die sich auf die Archivsammlung stützen
- Veröffentlichung der insgesamt 8 Beiträge in den kommenden Wochen planen
- großen Beitrag freischalten
- Aus dem veröffentlichten Beitrag und den Linktipps von letzter Woche einen Newsletter erstellen und abschicken
- zusätzlich Netzwerkpflege

BEISPIEL FÜR EINEN MONATSPLAN

Woche 4:

- Website aktualisieren
- Themenrecherche und Archiv auffüllen
- Pressemitteilung oder Gastbeitrag schreiben
- zusätzlich Netzwerkpfege

WANN IST EINE PRESSEMITTEILUNG...

WICHTIG UND SINNVOLL?

- Wenn du ein Thema hast, das wirklich spannend ist.
- Wenn es einen besonderen Anlass gibt
- oder wenn es etwas Neues gibt:
Was ist eine echte Nachricht? - welche Botschaft soll gesendet werden?

EINE GUTE INFO FÜR JOURNALISTEN?

- wenn sie eine prägnante Überschrift hat, die neugierig macht
 - wenn der Text kurz und knackig ist (max. 1 DinA4-Seite)
aufs Wesentliche beschränken
Informationen sachlich halten: Wer hat was gemacht und warum?
 - wenn die enthaltenen Zitate Emotionen rüberbringen und keine
Platitüden beinhalten.
- und natürlich Kontaktdaten, Adressen, etc nicht vergessen!

**IN KONTAKT BLEIBEN
WÄHREND DER
CORONA-KRISE**

KRISENMODUS!

- Gemeinsame **Veranstaltungen** können nicht wie gewohnt stattfinden
- Geldprobleme: Wegen des fehlenden Sommerfestes konnten wir keine **Spenden** einwerben
- Wie sind die Mitglieder zu erreichen? Auch über online-Treffen?
- Könnt ihr einen Teil der Aktivitäten online durchführen?
- Wenn der Verein stark betroffen ist, lohnt es sich, eine FAQ-Liste (häufig gestellte Fragen und Antworten) zu schreiben

MIT DIGITALER ÖFF SICHTBAR BLEIBEN

- Auch, wenn die Tür zu eurem Vereinsheim erstmal verschlossen bleibt: ihr als Verein solltet trotzdem nicht aufhören, von euch zu erzählen.
- Was ist zu tun?
- Welche Ideen habt ihr bereits umgesetzt?

MIT DIGITALER ÖFF SICHTBAR BLEIBEN

1 - Webseite aktualisieren:

- Übersichtlichkeit und erster Eindruck
- W-Fragen: Wer, Was, Warum, Wozu, Wie, Wo, Wann?
- Engagement: Was bietet ihr? Was sucht ihr?
- Aktualität: wie alt sind die letzten Beiträge?
- Datenschutz und Impressum - alles aktuell?

IDEEN FÜR DIE KRISE

2 - Corona Krise nicht aussitzen!

Nicht nur für Außenstehende, auch für eure Vereinsmitglieder ist es jetzt wichtig, dass ihr sichtbar bleibt und als Gemeinschaft zusammensteht.

Brauchen Vereinsmitglieder Hilfe oder Gesellschaft?

Wie könnt ihr gemeinsame Aktivitäten entwickeln - auch ohne euch zu treffen?

MIT ÖFFENTLICHKEITSARBEIT IN KONTAKT BLEIBEN

3 - Ideen für Formate solltet ihr gemeinsam sammeln und dann in Teams umsetzen:

- Vorträge, Infoabende oder Diskussionsrunden (live oder als Video aufnehmen)
- Mitmach-Video fürs Training zu Hause
- Online Workshop als Livestream (Facebook)
- Zoom-Meeting, WhatsApp Video
- kurze Clips, zB mit kleinen Grußbotschaften, Interviews o.ä.

MIT DIGITALER ÖFF SICHTBAR BLEIBEN

4 - Social Media als verbindendes Element nutzen

- Corona-Updates:
Wie geht's euch, was ändert sich, was plant ihr?
Haltet die Leute auf dem Laufenden!
- Zeigt „hinter den Kulissen“, was ihr gerade macht.
Vereinssitzung aus dem Homeoffice? kurzes Trainingstreffen zu zweit?
Dreht einen Film und lasst uns daran teilhaben!
- Einladungen für euer nächstes Online-Event