

Öffentlichkeitsarbeit für Vereine und Verbände

- Seminar in der KLVHS am 1. März 2018 (Handout) -

Voraussetzungen

1. **Ausgangsüberlegung** (definiert Anfang und gewünschtes Ende der Entwicklung):
 - Wie sehen wir uns? (Selbstwahrnehmung)
 - Wie sehen uns andere? (Fremdwahrnehmung)
 - Wie wollen wir uns sehen?
 - Wie sollen uns andere sehen?

2. **Überlegung vor jeder (PR-)Aktivität:**
 - Was wollen wir (Botschaft)
 - wem (Dialoggruppe)
 - warum (Begründung)
 - auf welchem Wege (Medium)
 - wie (Methode)
 - mit welchen Effekten mitteilen? (Wirkung)

Organisation

- PR-Gremium schaffen – Zusammensetzung nach Interessen/Kompetenzen (Schreiber, ITler, Grafiker, Social-Media-Beauftragter...)
- Welche Medien setzen wir ein? (was ist sinnvoll? Worüber erreichen wir die Menschen, die wir erreichen wollen?)
- Medienkenntnis (welche Medien gibt es? Wie arbeiten sie? Ansprechpartner? Kontakt aufbauen!)
- Bei allen Vorhaben/Veröffentlichungen Relevanz-Kriterien (Nähe, Aktualität etc.) bedenken
- Zeitplan (Archetypisches Jahr eines Verbandes, an Jahrestagen aufhängen, Ankündigungen und Nachbereitung von Events mit Zuständigkeit und Termin planen)

Kriterien journalistischer Relevanz

- Aktuelles: alles, was neu ist
- Exklusives: alles, was ich nur hier erfahre (Bsp.: Was passierte im Zeltlager)
- Erstaunliches/Superlativ: alles, was nicht alltäglich ist (Bsp.: Beim Benefiz-Turnier kamen 20000 Euro zusammen)
- Nützliches: alles, was dem Leser hilft (Bsp.: Ratschläge zum Verfassen besserer Artikel)
- Nähe: alles, was in der Umgebung passiert (Bsp.: Von „unserem“ Kirchturm sind drei Ziegel runtergefallen)
- Betroffenheit: alles, was uns persönlich betrifft (Bsp.: Ein Freund von mir heiratet, also lese ich alles über Hochzeitsspiele)
- Gefühle: alles, was uns anrührt, erschreckt etc.
- Klatsch & Tratsch: alles, was in Richtung Gerüchte, Promis usw. geht
- Unterhaltung: alles, was den Leser lachen lässt, ihn entspannt (Bsp.: Sprüche-Seite in der Abi-Zeitung)

Exkurs: Pressemitteilung/Medieninfo

W-Fragen:

Was hat sich ereignet oder soll geschehen?

Wer ist betroffen oder gemeint?

Wo hat es sich ereignet oder wird es geschehen?

Wann war es oder wird es sein?

Wie war der Ablauf/die Umstände?

Warum ist es oder wird es geschehen?

Inverted pyramid/umgekehrte Pyramide (Gliederung für die Mitteilung):

1. Alle relevanten Fakten
2. Wichtige Details
3. Hintergrund

Anhang: Pressekontakt - Links zu weiterführenden Informationen - Fotos hinzufügen