

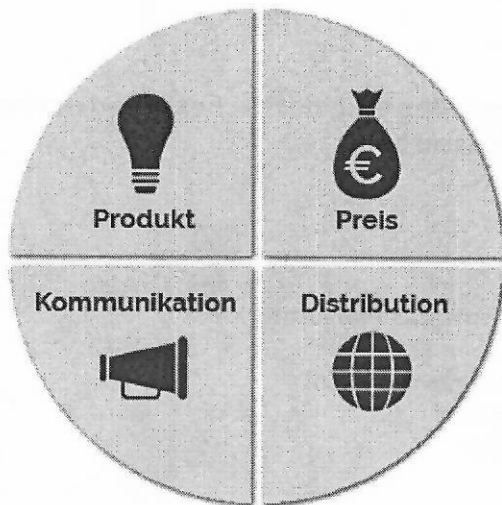
"Tu Gutes und rede darüber – zeitgemäßes und klassisches Handwerkszeug für eine erfolversprechende Öffentlichkeitsarbeit"



1. **Vor der Öffentlichkeitsarbeit kommt das Marketing**
 - was bieten wir an für wen?
 - wie groß ist die Gruppe der potentiell Interessierten?
 - wie teuer (Zeitbudget) ist unser Angebot?
 - wie erreicht es sie? Analog oder digital?
2. **Persönlich** für die Sache stehen. Ich bin ...
 - Visitenkarten verteilen
 - Mailadresse der Organisation
 - Profil in Sozialen Netzwerken anlegen
3. **Kontakte** sammeln
 - Visitenkarten s. o.
 - auf Papier oder elektronisch
4. **Fakten und Fotos** sammeln
 - Basisinfoblatt und Chronik anlegen
 - Cloud oder USB-Stick für Fotos und alle Arbeiten am PC nutzen
5. **Gemeinsam** stark sein, sich an Aktionen anderer beteiligen
6. **Delegieren** an Profis – auch kostenlos gegen Aufwandsspende
7. Im **Internet** zu finden sein – und die Möglichkeiten gut auswählen:
 - Facebook (Seite, Gruppe, Person)
 - Eigene Webseite / Blog
 - Portal (Linksammlung, Wikipedia)
8. Für **Journalisten** schreiben:
 - Nachrichtenwert beachten.
 - Namen haben Vornamen.
 - Präzise Daten + Fakten.
9. Für Ihre **Zielgruppe** schreiben:
 - KISS
 - Titel tüfteln
 - keine Angst vor Wiederholungen
10. **Zeitplan** machen



Zu 1. Vor der Öffentlichkeitsarbeit kommt das Marketing



Was mögen die Leute in der Freizeit? <http://www.freizeitmonitor.de/>

Zu 8. Für Journalisten schreiben

1. Was ist eine Nachricht? Was heißt das für uns?

- | | |
|----------------------|--|
| - Neuigkeit, | „Gestern“ ... |
| - Nähe, | Bezug zu Verein vor Ort |
| - Tragweite, | ... bundesweiter Trend zum ersten Mal ... |
| - Prominenz, | Lokalprominenz |
| - Dramatik, | z. B. „Vorstand ausgewechselt“, „steht vor dem Aus“ |
| - Kuriosität, | Fundstücke, Menschliches ... |
| - Konflikt, | Widerspruch erheben zu ... , Streit im Verein |
| - Sex, | ;-) |
| - Gefühle, | passende Tage, Geschenke, Ehrungen |
| - Fortschritt | erstmalig, zur Tradition geworden, immer mehr ... |

Quelle der Liste: Internet-Lexikon Wikipedia, Artikel "Nachrichtenwert", nach Warren 1934
Kulturunabhängige Faktoren:

2. Wie schreiben?

In einer Pressemitteilung müssen die so genannten W-Fragen beantwortet werden:

Wer hat was getan?

Oder

Wem ist was passiert?

Wann?

Wo?

Wie?

Warum?

Welcher Quelle entstammt diese Neuigkeit? – Kontaktdaten

Mehr dazu z. B. im Vereinswiki.

Quelle: <https://www.vereinswiki.info/node/105>

Wichtiger als der fertig formulierte Text sind der Inhalt - die Nachrichtenfaktoren - und die vollständige Beantwortung der W-Fragen!