

## PRAXISBLATT ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Ohne Öffentlichkeit läuft nichts. Doch wie verschafft man sich in Zeiten der Informationsflut die Aufmerksamkeit und das Interesse der Medien? Die Antwort: Durch eine gute Öffentlichkeitsarbeit! Doch was genau ist das? Alles das, was Sie tun, um Ihr Projekt nach außen hin sichtbar zu machen und darzustellen: Wenn Sie die Nachbarn zum Sommerfest in Ihren Interkulturellen Garten einladen; wenn Sie bei der örtlichen Bürgerstiftung nach finanzieller Unterstützung anfragen, wenn Sie mit Kindern des Kindergartens in Ihrem Garten eine interkulturelle Brotbackaktion veranstalten; wenn Sie einen Lokalpolitiker in Ihr Projekt einladen.... alles das ist Öffentlichkeitsarbeit. Die Presse- oder Medienarbeit ist ein Teil davon und auf sie soll in diesem Praxisblatt näher eingegangen werden.

### **Wie mache ich mein Projekt bekannt?**

Schaffen Sie Anlässe, erfinden Sie „events“, die für die Medien bzw. für die Öffentlichkeit interessant sein könnten. Beispiele: Eröffnung Ihres Projektes, Tage der offenen Tür, interessante Kurse, Exkursionen, Zusammenarbeit mit interessanten Kooperationspartnern wie Schulen oder Kindergärten, saisonale Feste wie Ernte-Dank- oder Sommerfeste, Aktionen wie „Unkrautjäten mit den Nachbarn“, Kampagne zur Anwerbung von Mitgliedern, der Jahresbericht Ihres Vereins, besondere Angebote für Kinder oder zu spezifischen Themen.

Nehmen Sie persönlichen Kontakt auf, also rufen Sie bei den Redaktionen Ihrer Tageszeitungen, den Radio- und Fernsehsendern sowie den Anzeigenblättern und Kirchenzeitungen an. Erkundigen Sie sich, wer für Ihre Themen zuständig ist. Versuchen Sie, einen Besuchstermin in der Redaktion zu verabreden. Manche Redaktionen sind sehr offen dafür. Und dabei nicht vergessen: Nehmen Sie Infos mit und zeigen Sie ein paar ansprechende Fotos von Ihrem Projekt. Laden Sie Journalisten in Ihr Projekt ein – Anschauen wirkt manchmal Wunder. Halten Sie auf jeden Fall wohldosierten Kontakt. Sie erfahren dann auch, wenn es einen Wechsel in der Zuständigkeit gegeben hat oder neue Themen in Vorbereitung sind, die für Sie von Interesse sein könnten. Fragen Sie Ihren Ansprechpartner, wie Sie Ihre Informationen übermitteln sollen – per Fax, E-Mail oder per Post. Größere Ereignisse können Sie auch in einer Pressemitteilung verbreiten. Auch hier empfiehlt es sich, diese immer an eine konkrete Person zu richten. Notfalls vorher noch mal anrufen. Viele Lokalmedien verfügen über Rubriken, in denen regelmäßig über das örtliche Vereinsleben berichtet wird und Veranstaltungstermine veröffentlicht werden. Nutzen Sie diese.

### **Tipp 1:**

Pressearbeit ist wichtig. Deshalb: Nehmen Sie von Anfang an Kontakte zu den Medien auf und pflegen sie diese.

### **Tipp 2:**

Verfolgen Sie regelmäßig die Berichterstattung in der Tagespresse und prüfen Sie, ob sich sinnvolle Verknüpfungen zu Ihren Themen herstellen lassen.

### **Tipp 3:**

Vielleicht können Sie für Ihren Verein einen attraktiven Schirmherrn oder Schirmfrau gewinnen – also eine Person, die von öffentlicher Bedeutung in Ihrer Stadt oder Region ist. Oftmals verfügen diese Personen über gute Medienkontakte und setzen sich auch sonst gerne für „ihre“ Projekte ein.

### **Wie halte ich Kontakt zur Presse?**

Informieren Sie die Redaktionen Ihrer lokalen und regionalen Medien kontinuierlich. Rufen Sie dort persönlich an, wenn Sie eine Neuigkeit haben und reichen Sie diese schriftlich nach.

Informieren Sie stets rechtzeitig, und geben Sie immer eine Kontakttelefonnummer an. Wichtig ist, dass Sie für Rückfragen auch tatsächlich erreichbar sind.

Selbstverständlich kann es vorkommen, dass etwas nicht ganz richtig berichtet oder jemand falsch zitiert wurde. Rufen Sie ruhig an und stellen Sie dies sachlich klar.

**Wichtig:** Bitten Sie bei allen Medienkontakten um Belegexemplare bzw. Mitschnitte - egal, ob es sich um Radio, Fernsehen oder Zeitungen handelt. Sie können diese Materialien sehr gut für Ihre Öffentlichkeitsarbeit nutzen und auch bei Förderanträgen einsetzen. Und Sie verschaffen sich die Möglichkeit zur Richtigstellung, falls mal etwas falsch oder verfälschend wiedergegeben wurde.

### **Neue Medien**

Die neuen Medien – also z.B. eine attraktive Internetseite und die E-Mail-Kommunikation – unterstützen Ihre Öffentlichkeitsarbeit und können sie sehr vereinfachen, etwa beim Versand einer Pressemeldung. Das macht jedoch die persönliche Kontaktpflege nicht überflüssig. Im Gegenteil: E-Mails mit Infos verschwinden manchmal oder werden nicht beachtet, weil der Empfänger schon lange nicht mehr in der Redaktion arbeitet. Also: Auch der E-Mail-Verteiler sollte regelmäßig aktualisiert werden.

### **Die eigene Website**

Inzwischen gibt es zahlreiche Angebote für das Aufsetzen von eigenen Websites oder Blogs. Das Content-Management-System „Wordpress“ z.B. ist einfach zu handhaben, und das Programm ist kostenfrei. Aktuelle Angebote findet man im Internet.

### **Attraktive Info-Materialien**

Attraktive Info-Materialien wie Flyer, Poster, eine kurze Projektchronologie sowie druckfähige Fotos können die Medienarbeit sehr erleichtern. Wenn möglich, präsentieren Sie Ihren Verein auf einer Internetseite; vielleicht findet sich mit Hilfe der Medien dafür sogar ein Sponsor (Bürgerstiftung, Sparkasse, lokales Wirtschaftsunternehmen).

### **Literaturtipp**

Hans Scheurer (Hg.): Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für Kultureinrichtungen – Ein Praxisleitfaden. Bielefeld 2001: transcript Verlag

*Sie haben noch Fragen oder brauchen mehr Informationen, weil Sie eine Pressekonferenz oder eine größere Aktion planen?*

*Dann rufen Sie an oder schicken Sie eine E-Mail: Ingrid Reinecke, Telefon 089/74 74 60-15;*

*I.Reinecke@Stiftung-Interkultur.de.*