

LEITFADEN ÖFFENTLICHKEITS ARBEIT

Warum ist Öffentlichkeitsarbeit wichtig?

- Um das Thema „Integration“ positiv zu besetzen, die Ressourcen der Kinder und Jugendlichen nach außen zu tragen und so die öffentliche Diskussion zu beeinflussen
- Um die Stärken und Qualitäten des Projekts/der Einrichtung sichtbar zu machen und das Ansehen/Akzeptanz/Vertrauen in der Bevölkerung zu verbessern
- Um selbst zu bestimmen, wie die eigene Einrichtung/das Projekt/ die Jugendlichen gesehen werden
- Um auch diejenigen zu erreichen, die viel Einfluss auf das Projekt haben (könnten), aber noch nicht „im Boot“ sitzen: Geldgeber*innen, Politiker*innen, potenzielle Teilnehmer*innen, ...
- Um die eigene Arbeit zu rechtfertigen
- Um neue Teilnehmende oder auch Ehrenamtliche zu gewinnen

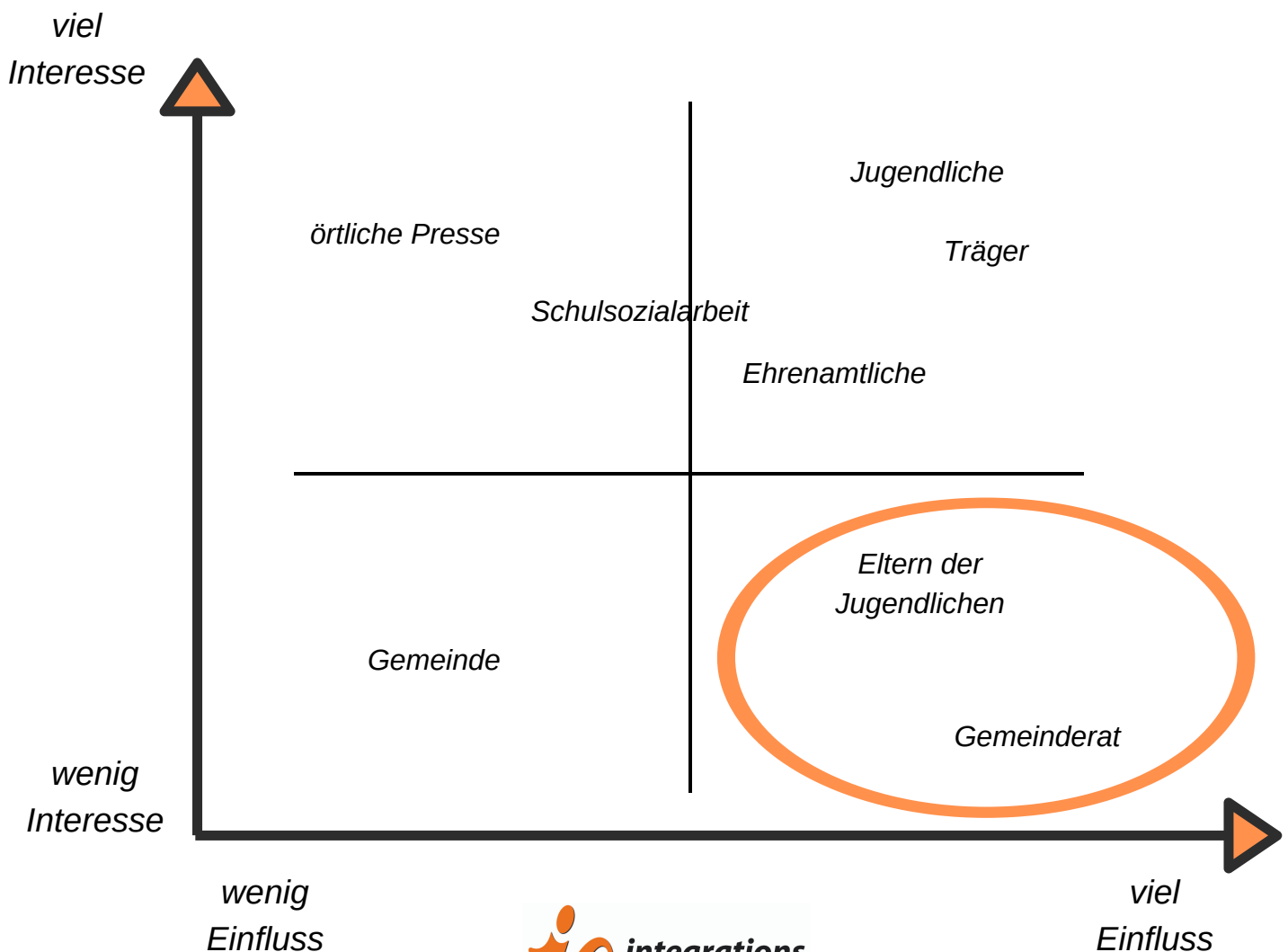
Um gute Öffentlichkeitsarbeit zu leisten, sollten Sie zunächst überlegen, was Sie mit Ihrer Öffentlichkeitsarbeit erreichen wollen. Wollen Sie beispielsweise:

- Neue Teilnehmende gewinnen?
- Geldgeber*innen finden?
- In der Kommune ein Zeichen gegen Rassismus/rechte Gruppen/... setzen
- Zuschauer*innen zu Ihrer Veranstaltung einladen
- ...

Auch sollten Sie sich gut mit Ihrem Projekt und den Zielgruppen Ihrer Öffentlichkeitsarbeit auseinandersetzen:

- Wem möchten Sie das Projekt näher bringen? Wie viel Einfluss haben die Zielgruppen auf das Gelingen des Projekts und wie interessiert sind sie daran: wie sehr müssen Sie also welche Zielgruppe erreichen und bedienen → wenn Sie dies zuvor überlegen, können Sie Ressourcen effizient nutzen

Gerade Personen, die Einfluss auf das Projekt, aber wenig Interesse daran haben, sollten erreicht werden



Wichtig für Ihre Darstellung ist die Frage danach, was Sie vermitteln wollen

- Warum gibt es das Projekt? Welche Ziele verfolgt es?
- Was sind die Stärken des Projekts? Wodurch unterscheidet sich das Projekt von anderen, was ist das Besondere daran?
- Welchen Nutzen haben andere von diesem Projekt? Was für einen Mehrwert hat also Ihr Projekt? Die Frage nach dem Nutzen sollte nicht unterschätzt werden – auch in der Werbung wird nicht nur das reine Produkt beworben, sondern der Mehrwert, den man dadurch bekommt
- Wie soll das Projekt wahrgenommen werden?
- Welche Aufhänger sind geeignet, um mein Thema für die Presse interessant zu machen? Oft sind Teile der Projektdurchführung ein guter Anlass, öffentlich aktiv zu werden, wie z.B. eine Aufführung, ein Fest oder der Besuch einer prominenten Person.

Wenn Sie die Zielgruppe und die Inhalte Ihrer Öffentlichkeitsarbeit bestimmt haben, können Sie sich überlegen, über welche Kanäle Sie diese erreichen

- Social Media
- Zeitung, Pressemitteilung
- Radio, TV
- Homepage, Blogs
- Präsentationen (z.B. im Gemeinderat)
- Persönliche Ansprache, Kontakt
- ...

Unterschätzen Sie bei Ihren Auftritten nicht den Wert eines „Corporate Designs“ – verwenden Sie immer das gleiche Layout/Schriftart/Farben/Logo. So erreichen Sie, dass ihr Projekt/Ihre Einrichtung Wiedererkennungswert hat – man weiß auf den ersten Blick, wer Sie sind und was Sie tun. Kontinuität geht in diesem Fall vor Kreativität!

Gute Fotos sind ein zentraler Bestandteil einer guten Öffentlichkeitsarbeit! Bilder erzeugen Emotionen (und Emotionen prägen sich ein) und Vertrauen. Achten Sie bei Ihren Bildern darauf

- Eine richtige Kamera zu verwenden – Handybilder sind selten für eine Veröffentlichung geeignet. Die Bilder sollten eine hohe Auflösung besitzen
- Die Kinder und Jugendlichen am besten bei einer Aktivität zu fotografieren. Auch Bilder, die Gemeinschaft oder Freude ausdrücken sind immer gut. Die üblichen Gruppenbilder haben häufig wenig Aussagekraft
- Dass Sie die DSGVO einhalten – gerade bei Minderjährigen brauchen Sie das Einverständnis der Eltern vor einer Veröffentlichung

Fotos sollten auch an die Integrationsoffensive geschickt werden. Bei der Erstellung von



Arbeitsberichten/Projektberichten/Bearbeitung der Homepage/... ist es sehr wichtig, dass die Bilder eine hohe Auflösung haben und der Datenschutz eingehalten wurde!

Last but not least - Die Integrationsoffensive Baden-Württemberg hat Sie bei der Finanzierung Ihres Vorhabens sowie qualifizierend unterstützt und legt deshalb Wert darauf, in der Berichterstattung erwähnt zu werden. Ein Hinweis „gefördert von der Integrationsoffensive durch das Ministerium für Soziales und Integration aus Mitteln des Landes Baden-Württemberg" genügt. Bei Plakaten/Drucksachen/... genügt auch das Logo der Integrationsoffensive (downloadbar auf der Homepage) oder der vorher genannte Hinweis.