



Tue Gutes und rede darüber – Öffentlichkeitsarbeit im Verein

Öffentlichkeitsarbeit

- Öffentlichkeitsarbeit (PR) richtet sich an Teilöffentlichkeiten oder Teile der Bevölkerung (z. B. Mitglieder im Verein, staatlich-politische Institutionen oder Verbände)
- Öffentlichkeitsarbeit ist das bewusste, geplante und dauerhafte Bemühen, ein positives Image des Vereins aufzubauen, Vertrauen und Verständnis bei der Öffentlichkeit zu gewinnen und zu pflegen und den Bekanntheitsgrad des Vereins zu erhöhen.

Ziele der Öffentlichkeitsarbeit

- Informationen über das eigene Tun verbreiten
- Aufmerksamkeit wecken
- Vertrauen gewinnen und erhalten
- Das Image pflegen
- Verständnis für das eigene Tun fördern
- Menschen interessieren und als Mitglieder gewinnen
- Bedeutung und Nutzen der Verbandsarbeit herausstellen

Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit

• Pressearbeit

- o Interviews
- o Pressemitteilungen
- o Pressekonferenzen
- o Redaktionsbesuche, sonstige Kontaktpflege

• PR-Veranstaltungen

- o Tag der offenen Tür
- o Besichtigung
- o Ausstellung
- o Jubiläum
- o Fachtagung/Seminar

• PR-Aktionen

- o Wettbewerb
- o Versteigerung
- o Prominenten-Aktion

• Gedrucktes

- o Jahresbericht/Geschäftsbericht
- o Porträt/Leitbild
- o Image-Broschüre
- o Flyer
- o Aufkleber, gebrandete Give-aways/Artikel



• **Onlinemedien**

- o Vereinswebsite
- o Soziale Medien wie Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat, Pinterest, Youtube, TikTok, Tumblr usw.
- o Blogs
- o Podcasts

• **Gesprächsmedien**

- o Konferenz
- o Vortrag
- o Präsentation
- o Podiumsdiskussion
- o Talk-Show
- o Podcast

Öffentlichkeitsarbeit im Verein

Öffentlichkeitsarbeit nach innen (wichtig zur Bindung der eigenen Mitglieder)

- o Infos über allgemein interessierende Vorgänge
- o Mitglieder motivieren
- o Unkenntnis und Unsicherheit beseitigen
- o Vertrauen schaffen, Kooperation fördern
- o Rückkopplung zwischen den Beteiligten sichern

Medien für die

Öffentlichkeitsarbeit nach innen

- o Rundschreiben (auf Papier oder per E-Mail)
- o Infoblätter (sichtbar für die Zielgruppe auslegen)
- o Schwarzes Brett/Schaukasten mit aktuellen Infos und Aushängen
- o Versammlungen
- o Informationsabende zu bestimmten Themenstellungen
- o regelmäßig erscheinende Vereinszeitung
- o Intranet
- o Kommunikation über einen Messenger wie z. B. Whatsapp oder Signal

→ Das Mittel sollte so gewählt werden, dass eine Rückinformation provoziert wird!

Öffentlichkeitsarbeit nach außen

- o Eigene Publikation des Vereins, z. B. Flyer/Wurfzettel
- o Newsletter/Infobriefe
- o Artikel in der Tagespresse, Stadtteilzeitungen, Anzeigenblätter
- o Beiträge in Lokalfunk und -fernsehen, in Podcasts
- o Verbandspublikation (Beitrag z. B. in „Dies & Das aus Hannover“)
- o Plakate auf Werbetafeln
- o Pressekonferenz
- o Social-Media-Aktivität
- o Aktuelle Webseite
- o Blogbeiträge