

Öffentlichkeitsarbeit

Verena Wittke
Pädagogische Mitarbeiterin im Projekt "*mobile Familienbildung*"
AWO Bundesverband e.V.

Was ist Öffentlichkeitsarbeit?

Öffentlichkeitsarbeit heißt, Informationen über das eigene Angebot oder die eigene Einrichtung weitergeben, öffentlich machen. Sie kann das Ziel haben,

- Ihre Einrichtung, Ihr Angebot bekannt zu machen oder ihren Bekanntheitsgrad zu erhöhen
- finanzielle oder personelle Unterstützung zu gewinnen
- auf Veranstaltungen oder Feste Ihrer Einrichtung aufmerksam zu machen und Bürger und Bürgerinnen einzuladen
- Menschen für ein bestimmtes Angebot Ihrer Einrichtung zu interessieren und als Teilnehmer/-innen zu gewinnen
- über die Arbeit und Arbeitsschwerpunkte Ihrer Einrichtung oder Ihres Angebotes zu informieren

Öffentlichkeitsarbeit kann auf unterschiedlichen Wegen erfolgen

- mündlich, z.B. im Gespräch mit Entscheidungsträger/-innen, Politiker/-innen, Pressevertreter/-innen, Menschen einer bestimmten Zielgruppe, in Diskussionen, an Informationsständen und bei anderen Gelegenheiten
- schriftlich und/oder mit Bildern, z.B. durch Zeitungsartikel, Broschüren, Briefe, Handzettel, Plakate, Schaukästen, Fotos, Internetpräsenz usw.
- über die Durchführung von Veranstaltungen wie z.B. einem Tag der Offenen Tür, Festen, Basaren und anderes
- über die gemeinsame Durchführung von Veranstaltungen mit anderen Institutionen oder Trägern bzw. Informationsstände/-material oder ähnliches auf Fachveranstaltungen und Veranstaltungen anderer Institutionen
- durch intensive sowohl verbandsinterne als auch trägerübergreifende Vernetzungsarbeit und Kooperation

Folgende Hinweise sollten in Bezug auf Öffentlichkeitsarbeit berücksichtigt werden:

- Nehmen Sie in der Öffentlichkeit nur sachlich und fundiert Stellung. Konzentrieren Sie sich auf Arbeitsgebiete, in denen Sie sachkundig sind. Dies gilt insbesondere für Gespräche mit Entscheidungsträger/-innen.
- Machen Sie Ihre Arbeit für die Öffentlichkeit transparent, indem Sie Arbeitsinhalte, Strukturen, Aufbau, Zuständigkeiten, Finanzen, Perspektiven etc. darstellen.
- Betreiben Sie Öffentlichkeitsarbeit kontinuierlich, nicht nur punktuell.

Nachfolgend finden Sie einige Anregungen für die Gestaltung unterschiedlicher Formen

Öffentlichkeitsarbeit:

1. Werden Sie aktiv!
2. Ideenfindung
3. Einladungen
4. Handzettel
5. Plakate
6. Schaukasten
7. Pressemitteilung
8. Tag der Offenen Tür
9. Internet

1. Werden Sie aktiv!

Wenn Sie die Öffentlichkeit erreichen wollen, müssen Sie selbst aktiv werden, denn nur in eher seltenen Fällen wird jemand aus Öffentlichkeit, der Presse oder aus Behörden an Sie herantreten, um über Ihre Einrichtung oder Ihr Angebot zu informieren. Treten Sie selbst mit den nachfolgend vorgestellten Formen der Öffentlichkeitsarbeit an die verschiedenen Zielgruppen (Entscheidungsträger/-innen, Bürger/-innen, Pressevertreter/-innen, potenzielle Teilnehmer/-innen...) heran, machen Sie Ihr Angebot bekannt und informieren Sie über Ihre Ziele und Ihre Arbeit. Wichtig ist ein langfristig angelegter Kommunikationsprozess mit der Öffentlichkeit: ständige Kontakte sorgen dafür, dass Sie im Gespräch bleiben. Regelmäßige Öffentlichkeitsarbeit kann erfolgen, indem Sie z.B.

- Rundbriefe schreiben
- Veranstaltungen anderer Institutionen und Organisationen besuchen
- auch bei Veranstaltungen anderer Institutionen einen Informationsstand oder Informationsmaterial anbieten
- selbst zu Veranstaltungen einladen
- Anzeigen in Zeitungen aufgeben
- regelmäßige Kontakte zu Vereinen, Verbänden oder Firmen pflegen und Kooperationen anstreben
- regelmäßige Kontakte zu Pressevertreter/-innen pflegen und Presseerklärungen herausgeben
- sich in Verteiler für kostenlose Info-Materialien aufnehmen lassen
- Jahres- oder Halbjahresberichte über Ihre Arbeit veröffentlichen
- regelmäßig das persönliche Gespräch suchen zu Mitarbeiter/-innen und Führungskräften anderer Institutionen (Schulen, Beratungsstellen, Kindertagesstätten, Initiativen in der Nachbarschaft usw.), zu möglichen Teilnehmer/-innen

Öffentlichkeitsarbeit zu betreiben heißt, gezielt mit der Öffentlichkeit zu kommunizieren. Dabei muss die jeweilige Zielgruppe die Inhalte ihrer öffentlichen Mitteilungen verstehen. Erfolgreiche Kommunikation mit Ihrer Zielgruppe setzt die Beachtung der unterschiedlichen Voraussetzungen z.B. im Hinblick auf Bildung, Fachwissen, Allgemeinwissen, Interessen an einem Thema, Erfahrungshintergrund, soziale Bedingungen voraus. Daher ist es sinnvoll, sich beim Schreiben an der

Zielgruppe zu orientieren und Wissen, das zum Verständnis bestimmter Sachverhalte notwendig ist, zu vermitteln. Eine fehlende Berücksichtigung der Bedürfnisse Ihrer Zielgruppe(n) in der Öffentlichkeitsarbeit führt dazu, dass Ihre Maßnahmen zur Information und Kommunikation nicht wirken und die gewünschten Reaktionen ausbleiben.

2. Ideenfindung

Wenn Sie Öffentlichkeitsarbeit machen wollen, brauchen Sie Ideen – und zwar immer wieder neue. Ideen hat man oft dann, wenn man sie nicht braucht, ist man jedoch auf der Suche nach neuen Ideen, stellen sie sich oft nicht ein.

Deshalb ist es sinnvoll, Einfälle, gleichgültig ob formaler oder inhaltlicher Art, zur Gestaltung von Einladungen, Plakaten oder Handzetteln oder zur Durchführung von Veranstaltungen, gleich zu notieren und alle Ideen in einer übersichtlichen Form an einem bestimmten Ort zu sammeln. So haben Sie bei Bedarf einen Ideen-Pool zur Verfügung. Auch aus der Öffentlichkeitsarbeit anderer Institutionen oder Organisationen kann man Ideen gewinnen, wenn man deren Aktivitäten beobachtet und gute Ideen auf die eigene Situation überträgt. Auch Teilnehmer/-innen oder Adressat/-innen sind oft gute Quellen für neue Ideen – erfragen Sie Kritik, Verbesserungsvorschläge und Anregungen. Vor der Ideenfindung sollte allerdings das Problem oder das Ziel konkret benannt sein. Wenn Sie im Team arbeiten, ist zu prüfen, ob alle Beteiligten unter dem beschriebenen Problem/Ziel das Gleiche verstehen. Erst dann kann die Arbeit beginnen.

Die Beachtung einiger Regeln bei der Findung neuer Ideen kann helfen, stundenlanges einsames Brüten oder ebenso lange, unproduktive Diskussionen im Team über mögliche Lösungen unterschiedlichster Probleme in der Öffentlichkeitsarbeit zu vermeiden:

- Entwickeln Sie möglichst viele Ideen, weil dies die Wahrscheinlichkeit einer guten und umsetzbaren Idee erhöht.
- Machen Sie keine Einschränkungen, während Sie Ideen suchen. Lassen Sie alle Ideen zu, denn oftmals können solche Ideen, die auf den ersten Blick unsinnig erscheinen, später ausgearbeitet werden.
- Erarbeiten Sie neue Lösungen gemeinsam mit anderen.
- Greifen Sie die Ideen anderer auf und entwickeln Sie daran eigene Ideen.
- Keine Kritik, keine vorschnellen Festlegungen während der Ideenfindungsphase. Planen Sie für später eine Bewertungsphase ein (z.B. unterscheiden in sofort zu realisierende Idee, später zu realisierende Ideen, zu überarbeitende Ideen und noch nicht zu realisierende Ideen)
- Halten Sie alle Ideen schriftlich fest!

3. Einladungen

In welcher Form Sie zu einer Veranstaltung einladen, hängt davon ab, welche Zielgruppe Sie erreichen wollen. Möchten Sie eine größere Bevölkerungsgruppe, z.B. die Bürgerinnen und Bürger Ihres Stadtviertels, einladen, ist die Einladung über Handzettel sicher die wirksamste Methode. Offizielle Personen z.B. aus der Stadtverwaltung, Vorstandsmitglieder oder Vertreter/-innen anderer Organisationen sollten eine formale schriftliche Einladung erhalten, der ein Handzettel beigelegt ist. Grundsätzlich müssen in der Einladung selbstverständlich die folgenden Fragen beantwortet werden:

- Wer lädt ein?
- Wo findet die Veranstaltung statt?
- Wann findet die Veranstaltung statt?
- Um welche Art von Veranstaltung handelt es sich?
- Für wen ist die Veranstaltung gedacht?

Darüber hinaus könnte man noch einfügen, warum man zu dieser Veranstaltung einlädt und ggf. welche Punkte auf der Tagesordnung stehen (z.B. bei Elternversammlungen). Für den Empfänger hilfreich ist es, wenn für Rück- oder Nachfragen auf der Einladung Kontaktpersonen und -daten angegeben sind.

4. Handzettel/Flyer

Handzettel eignen sich gut dafür, große Teile der Öffentlichkeit anzusprechen. In Schulen, Kindertagesstätten, Beratungsstellen oder Arztpraxen ausgelegt, können Sie die gewünschte Zielgruppe über die Aktivitäten in Ihrer Einrichtung informieren. Sie sind nicht schwer anzufertigen und die Herstellungskosten halten sich in vertretbarem Rahmen.

Handzettel sollten die notwendigen Informationen enthalten (Wer? Wann? Wo? Was? Für wen?) und größtmögliche Aufmerksamkeit erzielen.

Bei der Gestaltung von Handzetteln sollten folgende Punkte beachtet werden:

- Verwenden Sie mindestens DIN A 4 Format.
- Verwenden Sie Druckbuchstaben und einen gut lesbaren Schrifttyp.
- Schreiben Sie nicht nur mit Großbuchstaben. Der Text ist leichter lesbar, wenn Groß- und Kleinbuchstaben verwendet werden.
- Verwenden Sie maximal drei unterschiedliche Schriftgrößen und -typen.
- Setzen Sie Bilder und Formen sparsam ein, und wählen Sie solche Bilder, die zum Inhalt der Veranstaltung passen.
- Schwarz-weiße Bilder sind vor allem dann vorzuziehen, wenn der Handzettel am Kopierer vervielfältigt werden soll.
- Achten Sie auf ein angemessenes Verhältnis von Form und Inhalt.

5. Plakate

Plakate eignen sich z.B. dazu, eine breitere Öffentlichkeit über Angebote zu informieren, zu Spendenaktionen aufzurufen und/oder zu Veranstaltungen Ihrer Einrichtung einzuladen.

Plakate können an unterschiedlichen Orten im Stadtteil aufgehängt werden, z.B. in öffentlichen Schaukästen, in anderen Institutionen, in öffentlichen Gebäuden (nach Rücksprache mit den verantwortlichen Mitarbeiter/-innen) oder auch in örtlichen Geschäften (nach Rücksprache mit Inhaber/-innen oder Geschäftsführer/-innen).

Plakate werden meist im Vorübergehen gelesen, daher sollte ein Plakat nur die allerwesentlichsten Informationen enthalten (Wer? Wann? Wo? Was?) und durch optische Reize Aufmerksamkeit erregen.

Bei der Gestaltung von Plakaten gelten ähnliche Empfehlungen wie für die Erstellung von Handzetteln:

- Achten Sie auf ein ausreichend großes Format – mindestens DIN A 3.
- Verwenden Sie Druckbuchstaben in Groß- und Kleinschreibung.
- Verwenden Sie maximal drei verschiedene Schrifttypen und -größen.
- Schreiben Sie wenig Text (Verhältnis von Text und Bildern/Formen – ca. 1:3).
- Formulieren Sie einfach und treffend, so dass Passanten den Text auch im Vorübergehen lesen und verstehen können.
- Verwenden Sie Bilder oder Formen, die in einem engen Zusammenhang zu Ihrem Anliegen stehen. Aufgrund ihrer ungünstigen Strukturierung und Gliederung sind Kinderzeichnungen in diesem Kontext möglicherweise eher ungünstig.

6. Schaukasten

Ein Schaukasten kann – je nach Standort – unterschiedliche Funktionen erfüllen: In unmittelbarer Nähe Ihrer Einrichtung oder in der Einrichtung kann ein Schaukasten die Funktion eines "Schwarzen Bretts" einnehmen und (interne) Informationen und Bekanntmachungen z.B. über geplante Vorhaben oder bestehende Angebote enthalten. An externen Standorten wie z.B. in öffentlichen Gebäuden (Schule, Rathaus, Stadtverwaltung), an Bushaltestellen oder anderen stark frequentierten Orten hat ein Schaukasten die Funktion, größere Teil der Bevölkerung zu informieren.

In beiden Fällen sollte ein Schaukasten den vorübergehenden Menschen signalisieren, dass es dort lesens- und betrachtenswerte Informationen gibt. Daher ist es günstig, wenn der Schaukasten einen Blickfang z.B. in Form eines Plakates enthält. Mit Fotos, kurzen Schilderungen oder Beschreibungen, Gegenständen aus Ihrem Arbeitsalltag oder Bastelarbeiten können sie Vorübergehende über Ihre Arbeit und Ihre Angebote informieren. Auch Einladungen zu Veranstaltungen können so an eine breitere Öffentlichkeit gerichtet werden. Die Überschriften der Texte sollten ins Auge fallen, die erläuternden Texte selbst sollten knapp und präzise abgefasst sein.

Auf jeden Fall sollte der Schaukasten gut sichtbar den Namen und die Adresse Ihrer Einrichtung enthalten.

7. Pressemitteilung

Wenn es Ereignisse oder Informationen gibt, die einer breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden sollen, bieten sich Artikel oder Berichte in verschiedenen Lokalzeitungen, aber auch in den Anzeigen- und Mitteilungsblättern der Gemeinden an. Sofern noch keine persönlichen Kontakte zur Presse bestehen, gibt das Impressum einer jeden Zeitung an, unter welcher Anschrift und Telefonnummer die Redaktion zu erreichen ist und informiert über den Namen der für den Lokalteil zuständigen Redakteur/-innen.

Formaler Aufbau einer Pressemeldung

- Logo, Name und Adresse des Absenders
- Ort und Datum
- Hinweis "Pressemitteilung"
- griffiger Titel, ggf. erklärenden Untertitel
- Personennamen mit Vor- und Nachnamen ausschreiben
- keine Abkürzungen verwenden (Ausnahme: Namen von Trägern/Einrichtung beim ersten Mal ausschreiben und die Abkürzung in Klammern setzen, danach nur die Abkürzung verwenden)
- Länge: nicht mehr als eine Seite, Text in Absätze unterteilen

Inhaltliche Gestaltung einer Pressemeldung

- die Neuigkeit, das Wichtigste an den Anfang (Hauptaussage)
- danach Sachverhalte, Zusammenhänge und Vorgeschichte erklären
- klare, kurze Sätze/Hauptsätze verwenden
- Nebensätze nicht in Hauptsätze verpacken, sondern daran anhängen
- einfach formulieren, Fachausdrücke vermeiden oder erklären
- auf das Wesentliche konzentrieren
- genaue und anschauliche Schilderung des Ereignisses
- Termine hervorheben
- Kontaktadresse angeben

In der Pressemitteilung als ganzer sollten möglichst viele der W-Fragen, also wer? wann? was? wo? warum? und wie? beantwortet werden. Die Hauptaussage sollte auf jeden Fall die Antworten auf folgende Fragen enthalten:

- Wer tut was?
- Was tut er/sie?
- Wo tut er/sie es?
- Wann geschieht es?

Fotos

- Für einen eigenen Bericht für die Presse Bilder verwenden, die das Geschriebene illustrieren.
- Auf den Fotos sollten Menschen mit abgebildet sein.
- Die Bilder sollten das Geschehene anhand von drei oder vier verschiedenen Motiven oder aus verschiedenen Blickwinkeln dokumentieren.

8. Tag der Offenen Tür

Tage der Offenen Tür dienen dem Zweck praktischer Selbstdarstellung: Auf diesem Wege können Sie einer breiteren Öffentlichkeit Ihre Einrichtung, die Arbeit Ihrer Einrichtung und Ihre damit verbundenen Ziele, aber auch das Mitarbeiterteam, Kooperationspartner/-innen und Förderer und nicht zuletzt Ihr Programm vorstellen.

Ein bis zweimal jährlich öffnet Ihre Einrichtung für einen vorab angekündigten Zeitraum (4–8 Stunden) ihre Pforten für alle interessierten Besucher/-innen. Diese können Ihre Räumlichkeiten und Ihre Arbeit kennen lernen. Indem Sie Ihre Gäste Einblick nehmen lassen in Ihren Alltag, schaffen Sie Vertrauen, können Vorurteile abbauen und deutlich machen, wer Sie sind und was Sie tun.

Wen laden Sie auf welchem Weg ein?

- Die Bürger/-innen Ihres Stadtteils oder Ihres Ortes können Sie über Handzettel einladen, die Sie an verschiedenen Orten auslegen und/oder an die Haushalte der näheren Umgebung verteilen.
- Laden Sie mit einer Veranstaltungsankündigung oder einem Artikel zum Tag der offenen Tür durch die Lokalpresse ein.
- Vertreter/-innen offizieller Stellen erhalten eine schriftliche Einladung, der Sie einen Handzettel beilegen können.
- Pressevertreter/-innen erhalten eine schriftliche Einladung, der Sie einen Handzettel beilegen können, sowie Informationen zu wichtigen Aktivitäten der Veranstaltung.

Im Mittelpunkt einer solchen Veranstaltung stehen unmittelbare Anschauung und direkte Information. Daher sollte für Ihre Besucher/-innen ausreichend Anschauungsmaterial aus Ihrer täglichen Arbeit, von Veranstaltungen usw. zur Verfügung stehen, z.B. Fotodokumentationen, Diaserien, Infomaterialien, Filme oder auch im Rahmen der Angebote hergestellte Gegenstände und Materialien sein.

Informationsstände und/oder eine Cafeteria ermöglichen eine gesprächsfördernde Atmosphäre. Vermitteln Sie Ihren Besucher/-innen das Gefühl, gern gesehene Gäste zu sein. Wenn Vertreter/-innen der Presse anwesend sind, sollten Sie sie mit Informationen versorgen.

9. Internet

Das Internet als modernes Medium für Öffentlichkeitsarbeit darf an dieser Stelle nicht fehlen. Um Eltern und Familien, Fachkräfte und viele andere Interessierte über Ihre Einrichtung, Ihr Programm und aktuelle Aktivitäten zu informieren, bieten sich mehrere Möglichkeiten an:

- eigene Homepage
- Nutzung der Homepage der zuständigen AWO-Gliederung
- Homepage des Ortes/der Stadt, in der sich Ihre Einrichtung befindet
- Nutzung spezieller Datenbanken wie z.B. Bundesweites Eltern-Netz (BEN)

Auch bei Präsentationen im Internet sollten einige Empfehlungen berücksichtigt werden:

- Die Inhalte Ihrer Internetpräsentation sollten so aktuell wie möglich sein. Das betrifft sowohl Termine als auch Ansprechpartner/-innen, Kontaktdaten und Öffnungszeiten.
- Achten Sie auf eine nutzerfreundliche, d.h. klare und übersichtliche Navigation. Besucher/-innen Ihrer Seite sollten von jeder Seite aus mit einem Mausklick in alle anderen Bereiche

gelangen können. Ein durchgängiges Design erleichtert die Orientierung und signalisiert ihnen, dass sie sich noch immer auf Ihrer Homepage befinden.

- Auf jeder Seite sollte sich das gleiche Navigationsmenü befinden.
- Wählen Sie eine Schriftart, die mit großer Wahrscheinlichkeit jede/r Benutzer/-in installiert hat und die sich auch beim Lesen am Bildschirm als benutzerfreundlich erweist, z.B. Arial, Courier oder Verdana.
- Fotos und andere bildliche Darstellungen sollten zuvor mit einer entsprechenden Software bearbeitet und entweder als jpg. (Fotos) oder gif. (Grafiken und Logos) gespeichert werden. Diese Komprimierung der Bilddateien gewährleistet einen schnellen Seitenaufbau.
- Unterstreichungen signalisieren im Internet einen "link", d.h. einen Querverweis auf eine andere Web-Site. Wählen Sie daher für Hervorhebungen im Text oder Überschriften eine andere Farbe oder Schriftgröße.
- Verteilen Sie Ihre Internetadresse erst, wenn es etwas Informatives oder Interessantes zu sehen gibt. Der bloße Hinweis darauf, dass es sich um eine noch im Aufbau befindliche Seite handelt, kann für Ihre Besucher/-innen enttäuschend sein.

Es lohnt sich, ggf. professionelle Unterstützung für die Einrichtung einer Internetseite in Anspruch zu nehmen. Das muss nicht unbedingt eine teure Firma sein, manchmal lassen sich im Umfeld auch Expert/-innen finden, die Sie auf ehrenamtlicher Basis unterstützen.

Literatur

Bundesverband Neue Erziehung e.V. (1992): Anregungen für Elterninitiativen: Öffentlichkeitsarbeit – Ideen und Tipps. Bonn