

Erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit

Das Wichtigste gleich zu Beginn - Öffentlichkeitsarbeit muss geplant sein!

Öffentlichkeitsarbeit, im Folgenden nur noch ÖA genannt, beschreibt eure Kommunikation mit der Öffentlichkeit. Sie spielt eine entscheidende Rolle bei der Durchführung einer Kampagne und zur Erreichung eigener Ziele. Nur wenn sie geplant ist und auf Zielgruppen abgestimmt ist, kann sie zielorientiert verlaufen. Daher ist es nötig, eure Kommunikation und Wirkung nach außen zu planen und entsprechende Mittel, wie zum Beispiel Pressemitteilungen, Werbung und weiteres bestmöglich zu nutzen.

Kommunikationstheorie



Ausgehend von der Kommunikationstheorie müsst ihr im ersten Schritt die folgenden Fragen klären:

- 1. Wer seid ihr?**
- 2. Was wollt ihr erreichen?**
- 3. Wen wollt ihr erreichen?**

Ihr müsst euch im Klaren sein, wofür ihr steht. Wie sieht das **Profil** eurer Organisation oder Initiative aus? Welche **Motivation** habt ihr für eure Arbeit? Was bietet ihr Aktiven, Ehrenamtlichen und interessierten Bürger*innen? Sinn und Zweck eurer Arbeit müssen erkennbar sein.

Formuliert eine eindeutige **Botschaft** mit einem klaren Ziel.

Eine zielgruppenspezifische Ansprache trägt maßgeblich zur Zielerreichung bei. Dabei können **Zielgruppen** nach soziodemografischen Angaben wie Alter Geschlecht, Bildung und Einkommen bestimmt werden. Aber auch nach Werten, Lebensstil und Interessen. Nur wenn euch die Zielgruppe bekannt ist (z.B. Kohleausstiegs-Aktivist*innen oder Presse/Medien) könnt ihr Maßnahmen zur Umsetzung ergreifen.

Nach den ersten drei Schritten folgen die nächsten Fragen:

- 4. Wie könnt ihr die Zielgruppe erreichen?**
- 5. Welche Maßnahmen sind für die Umsetzung notwendig?**

Kommunikationsmöglichkeiten mit der Zielgruppe sind sehr vielfältig und Zielgruppenabhängig. In der Regel erreicht man das Bildungsbürgertum über Zeitungen oder lokale Nachrichten. Passant*innen erreicht man/frau mit (interaktiven) Infotafeln oder Flyern. Aber auch Anwohner*innen können mithilfe von Wurfzeitungen oder Flyern auf etwas aufmerksam gemacht werden. Presse- und Medienvertreter*innen werden gezielt mit Pressemitteilungen und Fototerminen neugierig gemacht. Social-Media-affine Personen erreicht man/frau am ehesten mithilfe von Facebook, twitter und einer homepage.

Nach **Durchführung** der Maßnahmen folgt die **Auswertung** und das Fazit. Was habt ihr erreicht? Welche Maßnahmen waren zielführend? Welche Aktionen/Kommunikationsmöglichkeiten kamen bei der Zielgruppe gut an? Entscheidend ist einen adaptiven Lern- und Entwicklungsprozess in der Gruppe zuzulassen. Wenn Maßnahmen nichts oder kaum etwas bringen, sollte man/frau davon Abstand nehmen.