



Öffentlichkeitsarbeit

Ihr kennt es sicherlich auch, viele aktive Mitglieder_innen der Jugendverbände und Jugendgruppen sind nach der zwei Jahre andauernden Pandemie verloren gegangen und der Neustart ist somit nicht immer einfach. Die Gründe für den Verlust sind unterschiedlich, teilweise liegt es an fehlender Motivation, neuen Prioritäten und an einem Lifestyle, der sich zwei Jahre darauf beschränkt hat, Kontakte zu vermeiden und viel zu Hause zu sein. Doch dieser neue Alltag erfordert für viele eine Umstellung des gewohnten „Lifestyles“, was zugegeben nicht immer leicht ist.

Daher kann ich Euch nur ermutigen Euch mit dem Thema „Öffentlichkeitsarbeit“ auseinanderzusetzen. Denn gute und attraktive Öffentlichkeitsarbeit ist die Basis für gelungene Jugendarbeit, um wieder einen festen Stamm an Jugendlichen zu gewinnen. Nichts ist enttäuschender als viel Energie in Projekte und Aktionen zu stecken und dann doch mit nur einer kleinen Teilnehmendenanzahl konfrontiert zu werden, die sogar so gering ist, dass die Aktion vielleicht sogar abgesagt werden muss. Doch dies liegt oftmals nicht an der Veranstaltung selbst, die ihr organisiert, sondern daran, dass es nur wenige Personen außerhalb der Gruppe mitbekommen.

Daher: Um Eure Arbeit bekannt zu machen, braucht es einen **„Werkzeugkasten der Öffentlichkeitsarbeit“** - here we go!

Grundregeln der Öffentlichkeitsarbeit:

- Sollte kontinuierlich sein
- Braucht ein Wiedererkennungsmerkmal (Logo, Schriftart...)
- Braucht ein Alleinstellungsmerkmal
- Verwendet gerne Superlative, aber bleibt bei der Wahrheit
- Zielgruppe vorher definieren und auf deren Lebenswirklichkeit Bezug nehmen

Ziele der Öffentlichkeitsarbeit:

- Was wollen wir erreichen?
- Wer sind wir?
- Was sind unsere Inhalte?
- Welche Ziele verfolgen wir?
- Wen wollen wir erreichen?

Klares Erscheinungsbild (Corporate Design):

- Verwendet überall gleiche Schriftarten, Farben, und Logos.
- Ziel ist es langfristig, einmalig und unverwechselbar zu sein!



Wahl der Medien:

Die Wahl der Medien spielt eine wichtige, wenn nicht sogar die entscheidende Rolle im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit. Dazu müsst Ihr zunächst erst einmal Eure Zielgruppe klären, um dann entscheiden zu können, auf welchem Weg Öffentlichkeitsarbeit stattfinden kann.

Jugendliche und junge Erwachsene erreicht man heutzutage vorwiegend im Bereich Social Media. Im Schnitt verbringen diese 2,5 Stunden pro Tag damit. Stellt Euch daher im Bereich Social Media breit auf, erstellt einen ansprechenden Account, um Follower_innen zu erreichen und seid dort regelmäßig aktiv.

Einige ältere Erziehungsberechtigte und andere Familienmitglieder bevorzugen klassische Printmedien, wie Zeitungen oder Zeitschriften und sind weniger auf Social Media aktiv. Auch dies ist immer noch ein wichtiger Bestandteil von Öffentlichkeitsarbeit.

Um so viele Menschen aus verschiedensten Kreisen, beispielsweise auch Zuschussgeber aus Politik und Verwaltung zu erreichen, ist es wichtig, dass Jugendarbeit öffentlich gemacht wird!

Und dazu braucht Ihr einen **Mix aus verschiedenen Möglichkeiten:**

Internet:

- Aktualität: Die Webseite, ein Insta-Post o.ä. sollten immer aktuell sein
- Übersichtlichkeit: Weniger ist mehr!
- Passende und wiederkehrende Hashtags unter den Posts setzen
- Vorteil: Ihr erreicht Menschen sehr schnell und es entstehen keine Kosten

Flyer und Faltposter:

- Sind die Basis für Öffentlichkeitsarbeit, eine Menge Inhalt lässt sich schnell unterbringen
- Trotzdem immer überlegen: Sind sie unbedingt notwendig? #umweltschonend
- Kontaktdaten erwähnen, für weitere Informationen
- Ansprechend gestalten (Bevor sie im Müll landen)
- An verschiedenen Orten verteilen (Schulen, Bäckereien, Sporthallen...)
- Layout: DIN A5 oder kleiner (perfekt für eine Tasche)
- Vordergrund: Schlagwort/Sprichwort, das neugierig macht und anregt weiterzulesen, gefolgt von Informationsblöcken, passenden Grafiken und Bildern zur Unterstützung
- Persönliche Übergabe hat stärkste Wirkung und ist am einprägsamsten, gibt direkt Raum zur Klärung von Fragen und Unklarheiten
- Klare und kurze Sätze formulieren – nicht ausschweifen!



Plakate:

Wir nehmen täglich hunderte verschiedene Plakate wahr, daher ist es umso wichtiger bei einem Plakat hervorstechen. Ein ansprechendes Bild lädt dazu ein den Blick auf dem Plakat länger verweilen zu lassen und verleitet dann dazu, Weiteres herausfinden zu wollen. Aber Achtung, nicht jedes Bild darf ohne Zustimmung der Urheberin/ des Urhebers genutzt werden.

- An verschiedenen Orten aufhängen, an denen sich viele Menschen aufhalten: Pausenhof, Einkaufszentren etc.
- Nicht zu viele Infos auf ein Plakat packen, sonst werden wichtige Punkte nicht mehr wahrgenommen

Tipp: Um herauszufinden, ob das Plakat ansprechend ist, sollte sich eine Person von außerhalb das Plakat anschauen und den Entwicklern erzählen, was sie sieht. Wenn alles Wichtige wahrgenommen wurde, kann es so bleiben, ansonsten so lange nachbessern bis es passend ist.

Pressemitteilung:

- Sollte pressereif gestaltet sein, sodass nicht mehr viel verändert werden muss, je besser die Vorbereitung umso höher die Chance, dass es zum Druck gelangt
- Wichtigster Punkt: Überschrift! – denn nur was für Leser_innen interessant klingt, wird auch gelesen
- Sowohl der Artikel, als auch eine Überschrift müssen Aktualität beinhalten
- Informativer Untertitel
- Fünf W's beachten: Wer sind die Personen? Was findet statt? Wann findet es statt? Wo, an welchem Ort? Und warum, d.h. Sinn und Zweck der Veranstaltung
- Immer in dritter Form schreiben
- Kontakte knüpfen mit Redakteur_innen z.B. durch Anfrage eines persönlichen Gesprächs, dadurch können Chancen der Veröffentlichung steigen

Wir wünschen euch viel Spaß beim Ausprobieren!

Bei Fragen oder Tipps für uns schreibt uns einfach an bildung@jugend-erzbistum-hamburg.de.

Cathrice für das Team vom Fachbereich Bildung