

Öffentlichkeitsarbeit / PR	04
	04.01.01
Öffentlichkeitsarbeit / PR – Was ist das?	
<i>Eine kurze Einführung</i>	
<p><i>„Tue Gutes und rede darüber“ – Diesem Leitspruch sollten alle Mitglieder des OWK folgen. Denn ihre persönliche Begeisterung macht auch das Umfeld neugierig auf die Aktivitäten OWK. Zusätzlich muss es aber im Verein Menschen geben, die sich der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für den OWK besonders annehmen. Für all diejenigen sind die folgenden Hilfestellungen gedacht.</i></p>	
<p>Bei Öffentlichkeitsarbeit = Public relations (PR) geht es darum, wichtige Informationen und Botschaften gezielt an den Mann oder die Frau zu bringen, um damit die eigenen Ziele zu erreichen.</p> <p>Gute PR / Öffentlichkeitsarbeit</p> <ul style="list-style-type: none"> • erhöht den Bekanntheitsgrad des OWK • festigt das Vereins-Image • fördert Glaubwürdigkeit und Verständnis für den Verein • macht die Ziele des Vereins nach außen transparent • baut neue Kontakte auf • unterstützt die Mitglieder-Motivation • hält den Kontakt zu passiven Mitgliedern <p>PR hat dabei drei Aspekte besonders im Blick:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fakten liefern, also den Kopf ansprechen • das Herz ansprechen und Wohlwollen und Interesse wecken und • zum Handeln und Mitmachen ermuntern. <p>Um eine gute PR machen zu können ist ein Vereinskonzept wichtig, das Folgendes beinhaltet: Rahmenbedingungen, Vision, Selbstverständnis, Ziele und Strategie.</p> <p>PR umfasst verschiedene Bereiche. Für die Vereinsarbeit sind vor allem Pressearbeit, öffentlichkeitswirksame Aktionen und die interne Kommunikation wichtig.</p> <p>Wer PR machen will, muss sich viele Fragen stellen: Was will ich erreichen? Wo sollen meine Informationen ankommen? Wie kann ich das erreichen? Dabei muss auch in langfristigen Zeiträumen gedacht werden, denn Kontakte und Bekanntheit brauchen Zeit. Gute PR ist mehr als eine bloße Aneinanderreihung von kurzfristigen Ereignissen (z. B. Einladung zu einer Wanderung, Ankündigung der Jahreshauptversammlung). Sie verfolgt eine konkrete Strategie (s.o.). Die (Jahres)Planung arbeitet auf definierte Ziele hin und berücksichtigt dabei die Ereignisse im Umfeld (Stadtfest, Ferientermine). Für PR sollte es konkrete Zuständigkeiten geben, z. B. einen Presseverantwortlichen.</p>	Grundlagen 1 x 1
<p><i>Tipp: Wer sich um PR kümmert, sollte umfassende Kenntnisse über den Verein und seine Aktivitäten haben und sich eng mit dem Vereinsvorsitzenden abstimmen.</i></p>	