

Thema „Öffentlichkeitsarbeit“

1. Hintergrund und Ausgangsposition

2. Ziele und Zielgruppen

2.1. Ziele

2.2. Zielgruppen

3. Internet

3.1. Ziele

3.2. Zielgruppen

3.3. Inhalt und Informationen

4. Rechtliche Seite

4.1. Verwendung von Materialien (Texte, Bilder)

4.2. V.i.s.d.P

4.3. Impressum und Datenschutz (besonders im Internet)

5. Beispiele

5.1 Verwendung von Bildern auf Fahrzeugen (mündlich?)

5.2 Impressum

<http://www.bethel-im-norden.de/service-kontakt/impressum.html>

5.3 Datenschutz

<http://www.bethel-im-norden.de/service-kontakt/datenschutz.html>

5.4 Brand in einer Einrichtung

5.5 Rezensionen

1. Hintergrund und Ausgangsposition

Das Rahmenkonzept muss einen einheitlichen Auftritt sicherstellen. Mitarbeitende im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit sollen hier auf ein klares und abgestimmtes Konzept zurückgreifen können. Und das sowohl in der internen und externe Kommunikation.

Dringend zu beachten: Layout der Pressemeldungen, richtiger Aufbau der Pressemeldungen, kurz und knapp mit allen wichtigen Punkten!

Wer? Was? Wann? Wo? Wie? Und: Warum?

Eine gute Pressemitteilung beantwortet diese sechs berühmten "W-Fragen" bereits im ersten Absatz. Eine schlechte landet allenfalls in der Altpapierpresse. Bei Texten steht diese Information deshalb immer an erster Stelle.

Schon der erste Satz sollte mindestens Antworten auf die grundlegenden Fragen nach dem "Was", also dem Anlass der Pressemitteilung und dem "Wer", also der Informationsquelle enthalten. Und auch der Hinweis auf die Aktualität, also das "Wann", und die räumliche Einordnung des Ereignisses, also das "Wo", gehören zum journalistischen Pflichtprogramm. Nach diesen Informationen folgen die Details und Beweggründe hinter der Nachricht, also die Antwort auf die Fragen "Wie" und "Warum". Sie können im ersten Absatz oft nur kurz angedeutet werden. Für die Erläuterung komplexer Sachverhalte und Begründungszusammenhänge dienen die folgenden Absätze.

Klare Absprachen: Wer ist verantwortlich, wer spricht mit wem und wer antwortet zeitnah auf Anfragen!

2. Ziele und Zielgruppen

2.1. Ziele:

Die Öffentlichkeitsarbeit ist im dafür verantwortlichen Redaktions-Team abgesprochen. Nur nach Rücksprache mit diesem Team werden neue Themenfelder, Ziele und Zielgruppen abgesprochen.

Wichtig dabei: regelmäßige Redaktionsrunden – gemeinsame Entscheidungen!

Das ganze Team muss informiert sein bzw. der Leiter/Verantwortliche des Bereiches ist eingebunden und koordiniert die verschiedenen „Einsätze“.

Ein Leitbild sowie die vorher festgelegten strategischen Ziele sind die weitere Grundlage für diese „gemeinsame“ interne und externe Kommunikation.

Folgende Ziele sind in der Öffentlichkeitsarbeit besonders herauszuheben:

- aktuelle und realistische Informationen über die Vorhaben und Entwicklungen
- einfache und verlässliche Zugänglichkeit der Informationen über das breit gefächerte Angebot für Interessierte, Klientinnen/Klienten, ihre Vertrauenspersonen und rechtlichen Betreuerinnen/Betreuer und auch Mitarbeitenden – (Wo finde ich was?)
- Pflege und Steigerung des Bekanntheitsgrades. Das positive Image durch positive und wahrheitsgemäße Berichterstattung in den Medien nach außen tragen.
- offene Fragen zeitnah klären – egal ob von interner oder externer Seite
- Material bereithalten. Kurze und schnelle Wege des Informationsflusses
- Netzwerke aufbauen, pflegen – als Ansprechpartner oder auch vertrauensvoller Partner/Unterstützer zur Verfügung stehen

2.2. Zielgruppen:

Vorab: Die Öffentlichkeitsarbeit ist dafür verantwortlich, die interne und externe Kommunikation zu vertreten und sich stets als verlässlicher und kompetenter Partner zu zeigen. Dabei müssen die Mitarbeitenden als Dienstleister schnell und verlässlich agieren/reagieren. Insbesondere sind die Zielgruppen:

- Externe Interessierte, Klientinnen und Klienten, Vertrauenspersonen, rechtliche Betreuerinnen und Betreuer
- Interne Öffentlichkeit / Mitarbeitende
- Kooperationspartnerinnen/-partner,
- Allgemeine Öffentlichkeit
- Fachöffentlichkeit
- Politiker, Gremien
- Medienvertreter
- Netzwerke, Sozialraum

3. Internet

3.1 Ziel:

Der Internetauftritt hat im Vergleich zu anderen Medien deutlich an Bedeutung gewonnen. Dies wird sich in den nächsten Jahren noch weiter verstärken. Zudem ist es eine kostengünstige Art der schnellen und direkten Werbung.

3.2 Zielgruppe:

- Interessenten
- Klient/innen
- Angehörige
- Behörden, Kostenträger
- Netzwerkpartner
- Mitarbeitende in dem Arbeitsfeld

3.3 Inhalt / Informationen:

- Die Angebote
- Ansprechpartner vor Ort
- Akquise neuer Interessenten

4. Rechtliche Seite

4.1 Verwendung von Texten und Materialien:

- Texte
Bei Texten muss immer klar und deutlich sein, wer der Verfasser ist und von welcher Redaktion er stammt.
- Bilder
Bei Bildern muss vorher geklärt sein, dass die Personen auf dem Bild mit der Veröffentlichung einverstanden sind. Dies zählt auch für Gruppen und ganz besonders für Kinder.

4.2 V.i.S.d.P

Verantwortlich im Sinne des Presserechts (meist mit **V.i.S.d.P.** abgekürzt):

Dier Abkürzung ist die Angabe der Personen, die im Sinne des deutschen (Landes-)Presserechts für den Inhalt einer Zeitung, Zeitschrift oder Ähnlichem verantwortlich sind.

Die Angabe steht üblicherweise im Impressum oder leitet dieses ein. Sie ist - je nach landesrechtlicher Regelung der Pressegesetze - im Allgemeinen nicht notwendig bei Werbeschriften, einmaligen Infoschriften, Einladungen und Ähnlichem. Weiteres regeln die auf Landesebene erlassenen Pressegesetze. So muss zum Beispiel in Bayern auch auf Flyern und Plakaten die zu einer Demonstration aufrufen oder auf einer Demonstration verteilt werden, ein V.i.S.d.P. vermerkt sein, während dies in anderen Bundesländern nicht nötig ist.

Oft ist diese Angabe auch auf Webseiten zu finden, obwohl diese nicht dem Presserecht unterliegen: Die notwendigen Betreiberangaben sind seit dem 1. März 2007 vielmehr durch das Telemediengesetz geregelt.

4.3. Impressum und Datenschutz:

Infos Homepage Bethel im Norden!

5. Beispiele

5.1 Verwendung von Bildern auf Fahrzeugen (mündlich oder schriftlich?)

5.2 Impressum

<http://www.bethel-im-norden.de/service-kontakt/impressum.html>

5.3 Datenschutz

<http://www.bethel-im-norden.de/service-kontakt/datenschutz.html>

5.4 Brand in einer Einrichtung

5.4 Rezensionen

