

Strategien zur Öffentlichkeitsarbeit

Grundlegende Bausteine einer Kommunikations-Strategie

nachgefragt-Inforeihe

13. Februar 2024, 18:00 - 19:00 Uhr

Alexa Schaechner – Geschäftsführerin aula gGmbH
Sabine Weichert – Referatsleiterin Öffentlichkeitsarbeit Sportjugend Hessen

Agenda

- Kurze Vorstellung
- Kurze Abfrage zum Kenntnisstand
- Wozu braucht man eine Strategie?
- Bausteine der Kommunikations-Strategie
- Fragen

Wozu braucht man eine Kommunikations-Strategie?

Kommunikation ohne Strategie ist wie...

Strategie heißt zu entscheiden:

Wer kommuniziert

.....Mit wem?

.....Auf welchem Kanal?

.....Worüber?

.....Mit welchem Ziel?



Bausteine der Kommunikations- Strategie



Zielgruppen & Ziele definieren



Kanäle sorgfältig auswählen



Geschichten erzählen – der rote Faden



Jahresplanung / Redaktionsplan erstellen



Formatvorlagen erstellen



Bilder bei Veranstaltungen machen



Zielgruppen & Ziele definieren

Eine Auswahl an Zielgruppen für die einzelnen Kanäle ist wichtig. Man erreicht selten alle Zielgruppen mit dem gleichen Kanal

Schritt 1:

- **Wen möchte ich erreichen?** z.B. Ehrenamtliche Teamleiter*in, Vorstand, Hauptamtliche, neue Zielgruppen? (Junge Menschen, potentielle, neue Mitglieder etc.)
- **Sinnvoll ist eine Unterscheidung in „interne“ und „externe“ Zielgruppen.**
 - Intern = arbeiten mit uns zusammen, kommunizieren, tragen Informationen weiter
 - Extern = konsumiert Infos, ist noch nicht mit uns verbunden

Schritt 2:

- **Wen erreiche ich am besten mit welchem Kanal?**



Zielgruppen & Ziele definieren

- **Schritt 3:**
 - Welche Ziele verfolge ich pro Zielgruppe?

Allgemeine Ziele:

- Informationen weitergeben
- Teilnehmer*innen für Veranstaltungen gewinnen
- Neue Mitglieder gewinnen
- Junge Menschen ansprechen, Juniorteam, BfD etc.

Social Media Ziele:

- Mehr Sichtbarkeit unseres Vereins/Verbands
- Mehr Follower für den Kanal gewinnen
- Mehr Interaktion anregen- Kommentare und Likes

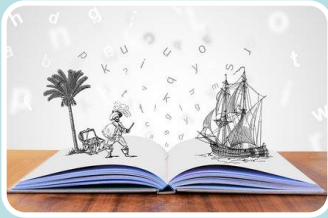


Kanäle sorgfältig auswählen

Wen erreiche ich auf welchem Kanal?

- **Alter der Zielgruppe und Mediennutzung beachten**
 - Instagram, TikTok für jüngere Zielgruppen: Viel Bilder und Videos, Texte nebensächlich
 - Facebook, LinkedIn sowie Print-Medien für ältere Zielgruppen: Fokus auf Texten

- **Allgemeine Tipps:**
 - Ein bis zwei Zielgruppen pro Kanal
 - Habe ich genug Inhalte, um regelmäßig zu posten (1-2 mal pro Woche?)
 - Habe ich genug Kapazitäten, sprich Personen, die posten können?



Geschichten erzählen – der rote Faden

Was ist mit **Geschichten erzählen (Storytelling)** gemeint?

- die Kunst Informationen und Geschichten fesselnd zu erzählen (Emotionen, Kontext, Erlebbarkeit)
- Ob geschriebener Text oder Video, der/die Nutzer*in sollte schon mit der Headline angesprochen werden
- es gibt eine Dramaturgie, einen Konflikt oder eine/n Held*in (Sportler*in) in der Geschichte

Der rote Faden

- Was will ich mit dem Inhalt oder den Informationen erreichen – was ist das Ziel?
- AMA-Formel: Aufmerksamkeit – Mehrwert - Austausch

Jahresplanung – der Redaktionsplan

Social-Media-Kalender 2024

| | | | Inhaltliche Planung | | |
|-------|-----|--|---|------|-------------------|
| Datum | Tag | Feier- und Aktionstage | Thema | Link | Verantwortliche:r |
| 2.2 | Fr | | Jobmesse Uni Frankfurt | | |
| 3.2 | Sa | Eis-zum-Frühstück-Tag | | | Sabine |
| 4.2 | So | Weltkrebstag | | | |
| 5.2 | Mo | | Positionierung und FAQs | | Sabine |
| 6.2 | Di | Safer-Internet-Day | Sicher beim Karneval/Diskriminierungssensible Kostüme | | (Sabine/Julia) |
| 7.2 | Mi | | Sommerreisen 2024 | | Elena |
| 8.2 | Do | Weiberfastnacht | Wie verhalte ich mich auf Demos | | Kathrin |
| 9.2 | Fr | | Antrag Stützpunktvereine | | |
| 10.2 | Sa | Chinesisches Neujahrsfest | | | |
| 11.2 | So | Super Bowl LVIII | Witziges Reel zum SuperBowl (Marcel) (Co-Autor Posting SJH/BiStä) | | |
| 12.2 | Mo | Rosenmontag / Internationaler Tag gegen den Einsatz von Kindersoldaten | | | |
| 13.2 | Di | Fastnacht / Welt-Radio-Tag | Vorstellung weiterer Bündnispartner Safe Kids | | Anna |
| 14.2 | Mi | Aschermittwoch / Valentinstag | Alle Demos auf einen Blick/Kundgebung in Hanau | | Kathrin |
| 15.2 | Do | | | | |
| 16.2 | Fr | | Bildungsstätte Edersee - jetzt buchen | | |
| 17.2 | Sa | | | | |
| 18.2 | So | | | | |
| 19.2 | Mo | Vier Jahre rassistischer Anschlag Hanau | Gedenken an Opfer Anschlag Hanau 19.2. #saytheirnames | | Alex |
| 20.2 | Di | | | | Elena |
| 21.2 | Mi | Internationaler Tag der Muttersprache | Vorstellung weiterer Bündnispartner Safe Kids | | Anna |
| 22.2 | Do | Aschermittwoch / Behaupte-Dich-gegen-Mobbing-Tag | | | |
| 23.2 | Fr | | | | |
| 24.2 | Sa | Chinesisches Laternenfest | Rangelfortbildung | | |
| 25.2 | So | Tag der Schachtelsätze | | | |
| 26.2 | Mo | | Vorstellung weiterer Bündnispartner Safe Kids | | Anna |
| 27.2 | Di | | Treffen mit der neuen Ministerin zum Thema Kindeswohl | | Sabine |
| 28.2 | Mi | Tag der seltenen Erkrankungen | | | |
| 29.2 | Do | Schalltag | | | |
| 1.3 | Fr | Metereologischer Frühlingseröffnung / Zero Discrimination Day | | | |



Jahres-/Redaktionsplan

Jahresplan

- wiederkehrende Events jährlich in einen Redaktionsplan eintragen (Beispiel Europäische Woche des Sports – Angebote/Sommerfest oder Saisonstart einer Sportart, Vorstellung der Sportangebote)

Meta Business Suite als Redaktionsplan für Social Media

- Facebook-Posts als auch Insta-Stories und Feed-Posts erstellt und zu einem bestimmten Zeitpunkt geplant werden (Posts sind Veröffentlichungen eines Beitrags in den Social-Media Kanälen wie Facebook oder Instagram)

Was gehört in den Redaktionsplan?

- Datum, Kanal, Zuständigkeit, Verwendung von Hashtags (#sportjugendHessen - Sammlung anlegen), Co-Author Postings etc.

Meta Business Suite

Beitrag erstellen

Posten in
Sportjugend Hessen und sportjugendhessen

Medien
Teile Fotos oder ein Video. Ein Instagram-Beitrag darf nicht mehr als 10 Fotos beinhalten.
2048 x 1536
Foto hinzufügen

Beitragsdetails
 Beitrag für Facebook und Instagram anpassen

Text
Letzte Bewerbungsphase für den Bundesfreiwilligendienst bei der Sportjugend Hessen. 🙌👥💙
#sjhtrifftsich #sportbewegt #deinbfdimsport


Planungsoptionen
Jetzt veröffentlichen | Planen | Als Entwurf speichern

Beitrag bewerben | Abbrechen | **Veröffentlichen**

Facebook Feed-Vorschau

Sportjugend Hessen
Gerade eben · 🌐

Letzte Bewerbungsphase für den Bundesfreiwilligendienst bei der Sportjugend Hessen. 🙌👥💙
#sjhtrifftsich #sportbewegt #deinbfdimsport



Gefällt mir | Kommentar | Teilen



Jahres-/Redaktionsplan

Zeitliche Themenschwerpunkte setzen

- Wiederkehrende Formate wie eine Fragestunde ein Monatsmotto, Themen aus den Abteilungen (monatlich/alle zwei Wochen)

Wer macht es? - Zuständigkeiten klären

- Gibt es ehrenamtliche Öffentlichkeitsbeauftragte?
- Junges Engagement für Social Media gewinnen
- ([Reporter-Team](#), Juniorteam)
 - > Verantwortung geben und Wertschätzung erhalten
- [Leitfaden](#) Reporter*in und nützliches Wissen rundum die Medienarbeit



Medienwerkstatt für 14-26-Jährige

- Junge interessierte Menschen bekommen einen Einblick in die Öffentlichkeitsarbeit im Verein
- Sie erhalten Wissen, wie die unterschiedlichen Kanäle (Website, Social Media und Printmedien) mit Inhalten gefüllt und gestaltet werden können

Termin: 13.-14. April 2024 im Turnzentrum Alsfeld (Ausrichter)

Wer: Interessierte zwischen 14 – 26 Jahren

Kosten: 40 Euro

Anmeldung unter htj.de

Meldeschluss: 17. März 2024

Kontakt: Milena Appel

(milena.appel@htj.de, 069-6773772-81)



- Kostenlose Grafikprogramme wie [Canva](#) bieten Formatvorlagen, Templates & Co an.





Bilder und Videos bei Veranstaltungen machen

- Einverständniserklärung bei der Veranstaltung einholen oder schon mit der Anmeldung abfragen
- Aufsteller bei Veranstaltungen hinstellen, dass Fotos und Videos gemacht werden
- Wenn Portraitbilder gemacht werden, dann direkt die Personen fragen
- Kostenlose Bilderdatenbanken:
 - <https://pixabay.com/>
 - <https://www.pexels.com/de-de/>
 - <https://de.freepik.com/>

Zusammenfassung Strategie-Bausteine



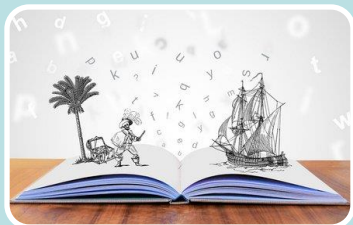
Zielgruppen definieren

- Wen will ich erreichen?
- Wer kommuniziert (Multiplikatoren), wer konsumiert?



Kanäle sorgfältig auswählen

- Versch. Kanäle – unterschiedliche Sprache
- Website – mobile First Prinzip, SEO



Storytelling – der rote Faden

- Emotionale Geschichten erzählen (Gefühle wecken, mit Bildern die Sinne bedienen, Helden/Persönlichkeiten herausstellen)
- AMA-Formel: Aufmerksamkeit, Mehrwert, Austausch

Zusammenfassung Strategie-Bausteine



Formatvorlagen erstellen

- Canva ist ein Tool, um für verschiedenste Kanäle Vorlagen zu erstellen
- Capcut als Videoschnittprogramm



Jahresplanung / Redaktionsplan erstellen

- Alle Sportveranstaltungen in einem Redaktionsplan
- Zuständigkeiten klären
- Reporter-Team in den Abteilungen suchen



Bilder und Videos bei Veranstaltungen machen

- Bilder von eigenen Veranstaltungen sammeln, sortieren, taggen

Was habt ihr für Fragen?



Danke fürs Zuhören

Schau doch mal auf unseren Kanälen vorbei:

www.sportjugend-hessen.de

Melde Dich für den Newsletter an:

<https://www.sportjugend-hessen.de/newsletter/>



@sportjugendhessen

Interesse junge Reporter*innen auszubilden?