

## Schlaglicht: Die Pressemitteilung

Die Pressemitteilung ist das am weitesten verbreitetste Kommunikationswerkzeug. Mit Blick auf den Zweck, die zeitliche Planung und den Aufbau gibt es dabei einige Kriterien zu beachten:

### Wozu

- > Veranstaltungen ankündigen
- > Nachbericht von Veranstaltungen
- > Stellung beziehen

### Wann

- > Veranstaltungen: ca. 1 Woche vorher
- > Nachberichte: Am Veranstaltungstag
- > Stellungnahmen: innerhalb von 2-3 Tagen

### Voraussetzungen

- > Ist meine Nachricht für die Öffentlichkeit tatsächlich relevant?
- > Zielgruppe bestimmen
- > Passenden Verteiler erstellen (Zeitungen, Online-Portale, Lokalradio/Fernsehen)
- > Keine Alleingänge, die Pressemitteilung immer intern abstimmen und gegenlesen lassen

### Elemente

- > Datum
- > W-Fragen (Wer, Wann, Was, Wo, Warum)
- > Zitate

### Aufbau

- > Knackige Überschrift, kurze Sätze
- > Das wichtigste im ersten Absatz
- > Am Ende kurz den Verein/ die Jugendgruppe vorstellen

### Impressum

**Herausgeber** Landesfischereiverband Bayern e.V., Pechdellerstraße 16, 81545 München, Tel (089) 642726-0, Email: poststelle@lfvbayern.de, www.lfvbayern.de, www.facebook.com/lfvbayern; **Texte** Landesfischereiverband Bayern e.V.; **Redaktion** Thomas Funke; **Grafische Gestaltung** pure oxygen design; **Abbildungen** fotolia.com

Gefördert aus Mitteln der Fischereiabgabe  
© Landesfischereiverband Bayern e.V., Januar 2015

## Was ist Öffentlichkeitsarbeit?

Öffentlichkeitsarbeit (oder Public Relations, PR) ist die gezielte Kommunikation zwischen einer Organisation und ihren Zielgruppen. Für einen Verein also Presse und Behörden, aber auch Mitglieder und Eltern von Jungfischern. Das Ziel von PR ist eine veränderte Einstellung in der Zielgruppe zur Fischerei, zum Gewässerschutz oder zur Vereinsarbeit..

## Erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit im Verein



# Grundlagen guter Öffentlichkeitsarbeit

Die Basis für gute Öffentlichkeitsarbeit sind:

Offenheit  
Glaubwürdigkeit  
Sachlichkeit Authentizität Konstanz  
Verlässlichkeit Vertrauen  
Überzeugung

Öffentlichkeitsarbeit ist heute besonders wichtig. Fischereivereine stehen im Wettbewerb mit anderen Freizeit- und Umweltschutzorganisationen. Um gehört zu werden sollten sie ein Mitglied bestimmen, welches die PR-Arbeit koordiniert und idealerweise dem Vereinsvorstand angehört.

# Schritt für Schritt zur richtigen Kommunikationsstrategie

Die richtige Strategie ist entscheidend. Sie muss auf die Kommunikationsziele, aber auch auf die Zielgruppe abgestimmt sein. Einige Grundfragen müssen beantwortet werden:

## 1. Was will ich kommunizieren?

**Soll in der Zielgruppe eine langfristige Meinungsänderung erreicht werden?**

- > Vermitteln politischer Positionen
- > Aufbau von Vertrauen
- > Vermittlung eines klaren Bilds des Vereins

**Ist es eine kurzfristige Ankündigung?**

- > Terminankündigung
- > Erfolge
- > Vereinsnachrichten

**Wichtig: Kurzfristige Inhalte auf langfristiges Ziel abstimmen**

## 2. Wen will ich erreichen?

**Zielgruppen**

- > Jugendliche oder ihre Eltern
- > breite Öffentlichkeit
- > andere Vereine
- > Fischer/Angler
- > Politiker
- > Sponsoren – Spender

**Bedeutung der Zielgruppe**

Unterschiedliche Interessen und Wünsche

- > Jugendliche wollen begeistert werden
- > Politiker benötigen sachliche Informationen

Wahl des passenden Kommunikationskanals

- > Liest meine Zielgruppe Zeitung oder ist sie im Internet unterwegs

Sprache anpassen

- > Fachausdrücke, Jugendsprache

# Kommunikationskanäle

Es gibt heute eine Vielzahl an unterschiedlichen Kommunikationskanälen. Sie unterscheiden sich vor allem durch ihre Nutzer – Jugendliche lesen heute zum Beispiel immer weniger Zeitung, sondern informieren sich vor allem in sozialen Netzwerken. Es wird also zwischen „traditioneller Öffentlichkeitsarbeit“ und der „online Kommunikation“ unterschieden:

## 3. Traditionelle Öffentlichkeitsarbeit

**Nachricht wird veröffentlicht, kein Austausch mit dem Empfänger**

- > Pressemitteilungen
- > Vereinszeitschriften
- > Flyer
- > Jahresberichte
- > Fotoalben
- > Rundschreiben

## 4. Online-Kommunikation

**Direkte Rückmeldung des Empfängers möglich, ein Dialog entsteht**

- > Facebook
- > Twitter
- > Blogs
- > Youtube
- > Flickr
- > Foren

## 5. Veranstaltungen

- > Vereinsfeste
- > Infoabende
- > Schulungen
- > Fischer machen Schule
- > Messen, Tag der Offenen Tür