



## ÖFFENTLICHKEITSARBEIT



Fotograf: © NaturFreunde Deutschlands

Tue Gutes und rede darüber! So lautet ein bekannter Leitsatz im Marketing. Wir NaturFreunde stellen viele wirklich großartige Sachen auf die Beine. Aber was bringt die beste Idee, wenn niemand davon erfährt? Eure Aktivitäten in der Öffentlichkeit zu präsentieren, sollte also unbedingt auch Teil Eurer Arbeit sein.

Die folgende Liste enthält Basiselemente einer gelungenen Öffentlichkeitsarbeit. Je mehr Fragen Ihr mit „Ja“ beantworten könnt, desto besser!

### → Zielgruppen

- Bewertet Ihr Eure Aktivitäten und Veranstaltungen zielgruppenorientiert? Weniger ist hier manchmal mehr: Wenn Ihr Euch auf eine Zielgruppe beschränkt, könnt Ihr diese sehr gezielt ansprechen – zum Beispiel mit einer passenden Auswahl der Medien, Bilder, Formulierungen oder des Ansprache-Zeitpunkts.

### → Erscheinungsbild

- Ist Euer Erscheinungsbild im Internet und gedruckten Medien zeitgemäß und einheitlich?
- Ist in all Euren Veröffentlichungen das Logo der NaturFreunde Deutschlands als Wiedererkennungsmerkmal eingesetzt? Ihr findet es zum Download unter [www.bergfrei.de](http://www.bergfrei.de)
- Habt Ihr auf allen Materialien Eure Kontaktdaten angegeben?

### → Infomaterial

- Wisst Ihr, was Ihr an Informationsmaterial auf Lager habt? Verwendet Ihr dieses Material, legt es aus und verteilt es?
- Sind Eure Flyer, Plakate und andere Informationsmedien aktuell oder müssten sie mal wieder überarbeitet werden?
- Denkt Ihr daran, bei Euren Aktivitäten qualitativ hochwertige Fotos zu machen, damit ihr stets aktuelles Bildmaterial habt, das Ihr für Eure Öffentlichkeitsarbeit verwenden könnt?
- Achtet Ihr bei gedruckten Materialien auf eine umweltfreundliche Produktion auf Recycling-Papier?
- Verbandsübergreifende Info-Materialien wie die NATURFREUNDiN, das Häuserverzeichnis oder die movum könnt Ihr übrigens auch bei der Bundesgeschäftsstelle bestellen. Das Formular findet Ihr unter ➔ [www.bergfrei.de](http://www.bergfrei.de)



An gutes Bildmaterial sollte immer gedacht werden

Fotografie: © NaturFreunde Dresden, Fotogruppe

### → Kontaktverwaltung

- Sichert und verwaltet Ihr Eure Kontakte? Name, Funktion, E-Mail-Adresse, Postanschrift und Telefonnummer sind die wichtigsten Daten, die Ihr ermitteln solltet. So habt Ihr für die Ankündigung Eurer nächsten Veranstaltung gleich alle Adressen parat.

Empfehlenswert sind Adresslisten von:

- Pressevertreter\_innen
- Organisationen, Verbänden und Initiativen aus dem Themenbereich der NaturFreunde
- Interessenten und Förderer\_innen

### **TIPP: Web-Werkstatt**

Gibt es in Eurer Ortsgruppe Personen, die Lust haben, etwas zur Webseite, dem Newsletter oder Social Media beizusteuern, aber denen eine gute Idee, das technische Know-How oder die Kreativität der Teamarbeit fehlt? Dann richtet doch eine „Web-Werkstatt“ ein, in der Ihr Euch regelmäßig in ungezwungener Runde bei Kaffee und Keksen trifft, Euch austauscht, gegenseitig helft und an eigenen Posts und Artikeln arbeiten könnt.

### → Internetauftritt

- Hat Eure Ortsgruppe eine eigene Webseite? Wenn nicht, solltet Ihr das ganz dringend nachholen! Das Internet ist heutzutage Informationsquelle Nummer Eins und ein eigener Internet-Auftritt unverzichtbar geworden. Falls Ihr keine Zeit oder Expertise zum Aufbau einer eigenen Webseite habt, gibt es die Möglichkeit, ein Webseiten-Angebot angelehnt an [www.naturfreunde.de](http://www.naturfreunde.de) von unserer Agentur zu erhalten. Weiteres dazu erfahrt Ihr unter [www.kurzlink.de/gliederungsseiten](http://www.kurzlink.de/gliederungsseiten)
- Ist Eure Webseite inhaltlich aktuell und zeitgemäß gestaltet?
- Wird sie von einer Person betreut, die sich Zeit dafür nehmen kann und die Arbeit gerne macht? Enthält die Seite Informationen über Euch und Euer Angebot und ermuntert zum Mitmachen?
- Haltet Ihr Eure Ortsgruppen-„Visitenkarte“ auf [www.naturfreunde.de](http://www.naturfreunde.de) aktuell?
- Stellt Ihr Eure Termine auch auf [www.naturfreunde.de](http://www.naturfreunde.de)? Zur Nutzung der Seite findet Ihr einen eigenen „Wegweiser“ unter [www.naturfreunde.de/kampagne](http://www.naturfreunde.de/kampagne)

### Beispiele für gelungene Ortsgruppen-Webseiten:

#### → NaturFreunde Würmtal

[www.nfwt.de](http://www.nfwt.de)

#### → NaturFreunde Bayreuth

[www.naturfreunde-bayreuth.de](http://www.naturfreunde-bayreuth.de)

#### → NaturFreunde München-Giesing

[www.naturfreunde-muenchen-giesing.de](http://www.naturfreunde-muenchen-giesing.de)

#### → NaturFreunde Schriesheim

[www.naturfreunde-schriesheim.de](http://www.naturfreunde-schriesheim.de)

### → Soziale Medien

- Nutzt Ihr soziale Medien? So könnt Ihr viele Menschen erreichen und mit Ihnen in Kontakt bleiben. Die Verwendung von Facebook, twitter, google+ und Co. macht allerdings nur Sinn, wenn diese Kanäle auch regelmäßig bespielt werden.

### → Newsletter

- Versendet Ihr in regelmäßigen Abständen, beispielsweise einmal im Monat oder quartalsweise, einen Newsletter?
- Geht dieser auch an Interessierte, Unterstützer\_innen, Freund\_innen und Kooperationspartner\_innen?
- Ist er kurz und informativ gehalten und enthält Links zu vertiefenden Informationen auf Eurer Webseite?

### → Presse

- Bewerbt Ihr Eure Ortsgruppe/Euer Naturfreundehaus, Eure Aktivitäten und Veranstaltungen in der lokalen und Fachpresse?
- Pfllegt ihr den persönlichen Kontakt mit lokalen Pressevertreter\_innen?

- Verfasst Ihr bei größeren Veranstaltungen professionelle Pressemitteilungen und denkt an aussagekräftige Pressefotos? Eine Muster-Presserklärung für die im Rahmen der Kampagne geplanten Veranstaltungen findet Ihr auf [www.naturfreunde.de/kampagne](http://www.naturfreunde.de/kampagne)

#### → Sonstige Kanäle

- Nutzt Ihr auch andere Kanäle für die Veröffentlichung Eures Programms oder Eurer Veranstaltungsankündigungen? Je nach Zielgruppe eignen sich beispielsweise Bioläden, Veranstaltungszentren, Schulen, Universitäten, Kindergärten, Bibliotheken, Outdoor-Geschäfte, Arztpraxen oder weitere Orte zur Ankündigung Eurer Aktivitäten.
- Habt ihr mit Euren Kooperationspartner\_innen Programmhefte ausgetauscht?

#### → Infostände

- Präsentiert Ihr Euch bei Festen, Messen oder Konferenzen in Eurer Nähe, die einen thematischen Bezug zu den NaturFreunden haben, mit einem Infostand?
- Sucht Ihr das direkte Gespräch mit Passant\_innen und Interessierten?
- Haltet Ihr Infomaterial, Newsletter-Liste und Visitenkarten parat?
- Zum Thema Infostände gibt es ein extra „Wegweiser“-Dokument, das Ihr ebenfalls auf der Kampagnen-Webseite findet.

## Links und Downloads

„Wegweiser Infostände“, **Muster-Presserklärung und Ankündigungsflyer** für Eure Aktionstage  
[www.naturfreunde.de/kampagne](http://www.naturfreunde.de/kampagne)

Handbuch „**Mittel und Medien der Öffentlichkeitsarbeit**“ des BUND  
[http://kurzlink.de/PR\\_BUND](http://kurzlink.de/PR_BUND)

„**Handbuch Pressearbeit**“ der SPD  
[http://kurzlink.de/PR\\_SPD](http://kurzlink.de/PR_SPD)

Handbuch „**Erfolgsfaktor Pressearbeit**“ der Friedrich-Ebert-Stiftung  
[http://kurzlink.de/PR\\_FES](http://kurzlink.de/PR_FES)

#### Redaktion

Jana Pittelkow, Hans-Gerd Marian (V.i.S.d.P.)

#### Herausgeber

NaturFreunde Deutschlands e.V.

Verband für Umweltschutz, sanften Tourismus, Sport und Kultur

Warschauer Straße 58a/59a · 10243 Berlin

Telefon (030) 29 77 32 -60 · Fax -80

info@naturfreunde.de · www.naturfreunde.de

