



WERBUNG UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT



Öffentlichkeitsarbeit

Werbung ist nicht Öffentlichkeitsarbeit!

Definition Öffentlichkeitsarbeit

ÖA sind das Verhalten und die Gesamtheit der bewussten, geplanten und dauernden Bemühungen in der Öffentlichkeit, direkt und indirekt, Verständnis und Vertrauen aufzubauen.

Meine eigene Definition von ÖA:

Definition Werbung

Werbung ist ein zeitlich und geographisch beschränktes Anpreisen eines Produktes oder Dienstleistung. Dies geschieht gegenüber bestimmten Zielgruppen. Der Verkaufsgedanke steht oft im Vordergrund.

→ Werbung kann einen Einfluss haben auf die ÖA einer Gruppe

Meine eigene Definition von Werbung:



WERBUNG UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Wozu ÖA?

Das Bild der näheren wie auch breiteren Öffentlichkeit über uns soll positiv sein. Dadurch soll der Zugang zu den Menschen vereinfacht werden. Die Menschen sollen die Grundzüge und Ideen von der Jungschi und/oder CEVI kennen.

Hierzu ein Beispiel: Ein Kind klettert während des Jungschi-Nachmittags auf einen Baum, stürzt herunter und bricht sich den Arm. Der Dorfklatsch beginnt und bevor man es sich bewusst ist heisst es: „die Leiter haben nicht aufgepasst!“. Hier gilt auch schlechte Neuigkeiten sind ÖA.

Würde hier in den Vordergrund gestellt, dass dank den Leitern das Kind innert 15 Min. ärztlich versorgt werden konnte, gäbe dies ein viel positiveres Bild gegen aussen ab.

Möglich Ziele von ÖA

- Erreichen eines angemessenen Bekanntheitsgrades im Ort, der näheren Umgebung
- Positive Darstellung der Organisation (CEVI) bei Familien und Schulen
- Beeinflussen der öffentlichen Meinung gegenüber dem CEVI/Jungschi
- Beeinflussung der Meinung innerhalb des CEVI/Jungschi (Team/Kinder)

Wie mache ich ÖA?

Um sich nicht zu verlieren und bewusst einzelne Punkte zu bearbeiten empfiehlt sich eine SWOT-Analyse. Dies kann zuerst innerhalb des Teams sein. Womit können wir arbeiten? Welche Stärken können wir gezielt ausnutzen um Schwächen zu mindern.

Beispiel:

<p>Chancen</p> <ul style="list-style-type: none"> - viele Neuzuzüger im Ort - Lehrer kennen CEVI - - - - 	<p>Gefahren</p> <ul style="list-style-type: none"> - CEVI als „zu fromm“ - - - - -
<p>Stärken</p> <ul style="list-style-type: none"> - erfahrene Leiter - guter Kontakt zur Landeskirche - guten Kontakte zur politischen Gemeinde - - - 	<p>Schwächen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jungschi nicht bekannt im Ort - - - - -

Arbeitsblatt 1

Schwerpunkte setzen

Bestimmt die Schwerpunkte mit Hilfe der gesammelten Stärken. Besprecht aber auch kritisch eure Schwächen. Evtl. können Schwächen je nach Ansicht auch als Chance stehen.



WERBUNG UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Erarbeitet ein kleines Konzept mit möglichst genau definierten Zielen und Aktionen.

Beispiel:

Zielgruppe	Ziel	Wann	Wer
Eltern welche Ihre Kinder in die Jungschi schicken	Zustellung vom CEVI-Jahresbericht und eine Probeausgabe von der CEVItrine	Bis Ende Juli	Fritz
Dorfeinwohner	Infostand an Gewerbeausstellung	Bis Ende September	Therese
Leser vom Dorfblatt	Bericht über das letzte SOLA	Bis Ende September	Therese

Unbewusste ÖA

Wie bereits einmal erwähnt gibt es auch eine unbewusste Beeinflussung der Umgebung durch die Gruppe. Jeder Jungschi-Nachmittag, Flyer, Brief, politische Aussage von einem Leiter (auch nicht in der Jungschi) usw. kann das Bild welches die Öffentlichkeit hat über eure Gruppe beeinflussen.

Davor braucht man keine Angst zu haben, denn dies passiert auch wenn ihr nichts macht. Setzt eure Begeisterung für die Arbeit und die Kinder in den Vordergrund. Zeigt eure Stärken, baut weiter auf und nutzt die Chancen die euch geboten werden. So werden Schwächen gemildert und Gefahren können abnehmen.

Werbung

Wozu Werbung?

Werbung soll mir helfen die vorgenommenen Ziele zu erreichen. Das kann heissen: neue Kinder für die Jungschi zu begeistern, Beiträge für eine Lager zu beschaffen usw.

„Stell dir vor es ist ein super Jungschiprogramm und niemand kommt!“

Möglich Ziele von Werbung

- Neue Kinder anwerben
- Finanzielle Mittel beschaffen
- Teilnehmer für den Ferienpass im Dorf anwerben
- Angebote des CEVI für Erwachsene anbieten/bekannt machen
- Eltern als CEVI-Mitglied zu gewinnen



WERBUNG UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Wie mache ich Werbung?

Dies hängt grossenteils davon ab was ich mit der Aktion erreichen will?

Stärken und Gaben im Team bündeln und einsetzen. Als Team kann es hilfreich sein jemanden zu bestimmen der für die Werbung verantwortlich respektive Ansprechpartner ist (intern wie extern).

Als Gedankenstütze soll folgende Tabelle dienen:

Ziel	Idee	Aktion	Zeitpunkt	Auswertung
Finanzen beschaffen für das SOLA	Wir schreiben einen „Bettelbrief“	Brief aufsetzen und versenden	1. September	Kurz festhalten wer was gespendet hat. Karte aus SOLA schreiben. Nächstes Jahr wieder anschreiben.
Neue Jungschikinder gewinnen	Wir bauen ein Sarasani auf dem Pausenplatz und führen einen Wettbewerb durch	Genehmigung von Schule einholen. Tag planen und durchführen.	15. Oktober	

Hier noch ein paar weitere Möglichkeiten:

- Besuch in den Schulklassen
- Jungschinachmittag in einem bestimmten Quartier
- Bericht über das letzte SOLA der Jungschi im Dorfblatt/Zeitung
- Stand an der Gewerbeausstellung im Dorf

Bitte beachten, dass unbedingt sofern nötig die entsprechenden Bewilligungen einholt werden. Sei dies von der Lehrerschaft, Gemeinde usw.

Schwerpunkte setzen

Ebenfalls hier gilt sich nicht zu sehr zu verzetteln, sondern durch kreative, einfache und begeisterte Aktionen die Ziele zu erreichen. Lieber eine Werbung weniger als eine zuviel.

Tipps

- Grössere Aktionen mit einer anderen Jungschi zusammen durchführen
- CEVI-Sekretariat anfragen um Adressen zum Versand von „Bettelbriefen“.
- Vorhandene Beziehungen (z.B. zum Jugendarbeiter) nutzen
- Findus



WERBUNG UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Persönliche Auseinandersetzung

Meine wichtigsten Erkenntnisse zum Thema Werbung und ÖA:

Was nehme ich mir konkret vor?
was will ich ausprobieren?



WERBUNG UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Arbeitsblatt 1

SWOT-Analyse von mir selber:

Chancen - - - - - -	Gefahren - - - - - -
Stärken - - - - - -	Schwächen - - - - - -

Notizen:
