

Checkliste: Öffentlichkeitsarbeit für Ehrenamtskoordinator*innen

10 Punkte, die Ehrenamtskoordinator*innen dabei unterstützen, eine strukturierte und effektive Öffentlichkeitsarbeit zu planen und umzusetzen. Die einzelnen Faktoren könnt ihr an eure Bedarfe anpassen. Wiederkehrende Überprüfung, Dokumentation und ggf. Korrektur stellt sicher, dass Ziele erreicht werden.

1. Zielgruppenanalyse

- Zielgruppen identifizieren: Welche Gruppen möchten wir erreichen (beispielsweise potentielle Ehrenamtliche, Quartier, Medien, Kooperationspartner, junge Menschen)? Was benötigen sie?
- Bedarfe, Interessen und Kommunikationspräferenzen der Zielgruppe analysieren

2. (Kern)Botschaft

- Grundprinzipien definieren: Was möchten wir vermitteln? Welches Selbstverständnis, Ziele und Erfolge unserer Organisation sollen hervorgehoben werden? Das Organisationsleitbild ist Grundlage für das Handeln und die Kommunikation nach innen und außen
- Prägnante Kernbotschaft (Mission) formulieren, die unsere Werte und unsere Aktivitäten darstellt sowie Herz & Kopf anspricht

3. Kommunikationskanäle

- Überprüfung: Wie funktioniert unsere Außenkommunikation? Sind wir eher auf Social Media aktiv oder ist der persönliche Kontakt zielführender? Welche Zielgruppe braucht welchen Kommunikationsstil?
- Social Media: Relevanten Plattformen (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, LinkedIn, TikTok usw.) auswählen und einen Posting-Plan erstellen. Visuelle Inhalte, Geschichten (Tu Gutes und rede darüber!) und Interaktionen nutzen, um Zielgruppen zur Beteiligung zu animieren
- Newsletter: regelmäßigen, ansprechenden Newsletter mit aktuellen Projekten, Erfolgsgeschichten, Veranstaltungen und Freiwilligenmöglichkeiten erstellen, der eine Handlungsaufforderung (Call to action) beinhaltet
- Herkömmliche Veröffentlichungsmethoden: lokale Medien im Blick behalten (Zeitungen, Radio, Gemeindezeitschriften) und Pressemitteilungen oder Beiträge verfassen; persönliche Kontakte mit Redakteuren und Journalisten nutzen
- Zielgruppengespräche und Netzwerkarbeit durch Veranstaltungen und Fachtagungen: Informationsstände und Vorträge ausarbeiten

4. Zeitplan und Ressourcen

- Detaillierten Zeitplan erstellen, der die Aktivitäten und Inhalte für die Öffentlichkeitsarbeit festlegt. Klare Zuständigkeiten festlegen

- Verschiedenen Kommunikationskanäle berücksichtigen und regelmäßige Zeitpunkte für Beiträge, Newsletter und Veranstaltungen festlegen
- Ressourcen ehrlich analysieren (personelle, finanzielle...)

5. Budget

- Budget für Marketing- und Werbeaktivitäten berücksichtigen
- Kostenlose oder kostengünstige Optionen wie Social-Media-Plattformen oder die Zusammenarbeit mit lokalen Medien nutzen

6. Messbare Ziele

- Klare und messbare Ziele setzen, beispielsweise Steigerung der (Ehrenamts-) Anfragen oder Erhöhung der Medienberichterstattung um xx Artikel/Postings pro Quartal
- SMARTe Ziele formulieren: **s**pezifisch, **m**essbar, **a**ttaktiv, **r**ealistisch, **t**erminiert (**s**pecific, **m**easurable, **a**chievable, **r**elevant, **t**ime-bound)

7. Kooperationen

- Kooperationen mit weiteren Organisationen, Medienpartnern, (Pfarr)gemeinden oder „Influencern“ eingehen, um die Reichweite zu erhöhen

8. Engagement und Interaktion

- Aktiv auf Kommentare, Fragen und Feedback in den sozialen Medien und im Newsletter reagieren
- Ehrenamtliche ermuntern, ihre Erfahrungen und Geschichten zu teilen

9. Kontinuität und Qualität

- Kontinuierlich aktiv bleiben und Zielgruppen über aktuelle Entwicklungen auf dem Laufenden halten
- Offen für Innovationen sein
- Auf Zielgruppen zugehen und erfahren, wie die Öffentlichkeitsarbeit ankommt

10. Monitoring und Evaluation

- Wirksamkeit der Öffentlichkeitsarbeit auf Reichweite, Engagement und Feedback überwachen und analysieren. Sind unsere Ziele erreicht worden?
- Strategie regelmäßig evaluieren und bei Bedarf anpassen