

Herzlich Willkommen zum Webinar „Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für Ihren Beitrag zur Fairen Woche“

Bevor es losgeht:

Wir können auf individuelle Probleme mit der Technik leider nicht eingehen. Sollten Sie technische Probleme haben und uns z.B. nicht hören, können Sie sich auch über ein Telefon einwählen: **+49 692 5736 7317**
Zugangscode: 537-957-349. Das Webinar wird aufgezeichnet und kann im Nachgang auf unserer Website angeschaut werden.

Das Webinar beginnt um **16 Uhr**. Eine Präsentation wird den Vortrag unterstützen. Für Fragen von Ihrer Seite gibt es eine Chatfunktion. Über das Mikrofon werden wir Sie nicht hören können. In Ihrer Menüleiste können Sie im Chatfenster schriftlich Ihre Anmerkungen und Fragen an uns schicken. Wir werden im Anschluss an die Präsentation darauf eingehen.

Veranstalter:



in Kooperation mit:



Herzlich Willkommen zum Webinar
„Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für Ihren Beitrag zur Fairen Woche“



Christin Büttner
Referentin Kampagnen
und Faire Woche



Katharina Kulakow
Kordinatorin Presse &
Öffentlichkeitsarbeit

Die Faire Woche

11.-25. September 2020

Bundesweit über 2.000 Veranstaltungen

Jahresmotto: Fair statt mehr - #Fairhandeln für ein gutes Leben

www.fairewoche.de

Veranstalter:



in Kooperation mit:



Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für Ihren Beitrag zur Fairen Woche

1. Einführung in das Thema
2. Die richtige Vorbereitung
3. Social Media gewinnbringend einsetzen
4. Während der Veranstaltung
5. Nachbereitung
6. Nützliche Infos

Warum Öffentlichkeitsarbeit?

Ziel: Mehr Bekanntheit für Fairen Handel und eigenen Verein/Gemeinschaft/Projekt



Mit der richtigen Vorbereitung und gezielter Öffentlichkeitsarbeit kann eine Veranstaltung mehr Wirkung erzielen.

DIE RICHTIGE VORBEREITUNG

Die richtige Vorbereitung



1 Wer ist meine Zielgruppe?

2 Wie viele Ressourcen stehen mir zur Verfügung?

3 Wie ist das Timing?

4 Wer sind Verbündete/ Multiplikator*innen?

5 Wie erreiche ich meine Zielgruppe?

Die Zielgruppe definieren



1 Wer ist meine Zielgruppe?

- Wen möchte ich mit meiner Veranstaltung erreichen?
- Passen die Inhalte meiner Veranstaltung zu den Erwartungen der Zielgruppe?
- Wo ist meine Zielgruppe lokalisiert?
- Wie viele Menschen umfasst meine Zielgruppe?

Planung von Ressourcen



2 Wie viele Ressourcen (Personen und Geld) stehen mir zur Verfügung?

- Wer in meinem Team kann welche Aufgaben übernehmen?
- Welche Kompetenzen sind vorhanden?
- Wo brauchen wir Unterstützung?
- Wie viel Zeit darf das Projekt einnehmen?
- Wie viel Geld haben wir zur Verfügung?
- Wie soll Veranstaltung dokumentiert (z.B. Fotograf*in) werden, wie soll während der Veranstaltung und im Nachgang darüber berichtet werden?

Das Timing festlegen



3 Wie ist
das Timing?

- Wie gestaltet sich das Timing unseres Projektes?
- Welchen Vorlauf brauchen einzelne Bereiche?
- Wann müssen welche Multiplikator*innen und Zielgruppen informiert werden?

Beispiel: Wie oft erscheint Lokalzeitung, wann sind Redaktionsschlüsse?

Verbündete und Multiplikator*innen finden



4 Wer sind
Verbündete/
Multiplikator*innen?

- Welche Netzwerke haben wir?
- Wer kann unsere Informationen teilen und weiterverbreiten?
- Wer hat schon ähnliche Veranstaltungen gemacht und kann Erfahrungen teilen? ([Aktionsdatenbank](#))
- Welche Kooperationen können wir vereinbaren?
- Wer möchte uns während der Veranstaltung unterstützen?

Die Zielgruppe erreichen



5 Wie erreiche
ich meine
Zielgruppe?

Wie kann ich Inhalte attraktiv für Zielgruppe und Multiplikator*innen gestalten?

- In Bildern denken, visualisieren, Sprache auf Zielgruppe anpassen
- Maßnahmen? Pressearbeit & SoMe & persönliche Ansprache

Faire Woche Materialien nutzen



5 Wie erreiche ich meine Zielgruppe?

- Plakate mit Daten gestalten
- Flyer gestalten, verteilen
- Veranstaltung in den FW-Kalender eintragen
- Musterpressemitteilungen anpassen



Grundlagen der klassischen PR: Die 5 W's

Für die Presse-Info sollten Antworten auf die fünf "W" gegeben werden.

Die Reihenfolge ist variabel und abhängig von der Wichtigkeit der Informationen.

Wer?

Wie?

Wann?

Was?

Warum?

Pressemitteilung und Pressemappe

- Auf Basis der 5Ws Presseinformation formulieren
- Presseverteiler anlegen, bestehende Netzwerke nutzen
- Pressemappe zusammenstellen
- Pressefotos anbieten für Ankündigung in Medien



Informationen für die Presse aufbereiten

Auswahl relevanter Medien oder Multiplikator*innen

- Z.B. Zeitung, Wochenblatt, Kirchenzeitung, online Portale, Radio, Newsletter
- Was benötigen die verschiedenen Kanäle?
- Was macht die Veranstaltung aus, was können wir Reporter*innen anbieten?



Zitate, O-Töne Pressebilder, bunter
Strauß potenzieller
Interviewpartner*innen, verschiedene
Zielgruppen

Bilder und Grafiken

- Die alte Regel „ein Bild sagt mehr als tausend Worte“ hat immer noch Gültigkeit – ansprechende Bilder und Grafiken nutzen bzw. selbst professionelle Fotos machen
- Einheitlicher Aufbau von bebilderten Posts – das fördert die Wiedererkennung
- Nutzungsrechte an dem veröffentlichten Bild klären

Tipp: Eine Auswahl an Fairtrade-Bildern gibt es unter der Rubrik „Pressebilder“ auf der Fairtrade-Deutschland-Website



SOCIAL MEDIA GEWINNBRINGEND EINSETZEN

Wie oft nutzen Sie Social Media für ihre Öffentlichkeitsarbeit?

Bitte beantworten Sie die anonyme Kurzumfrage, die wir nun starten.

Vielen Dank!

Welchen Kanal für welche Inhalte?

Keine feste Regel, aber Richtwerte:



Facebook: Informationen, Videos, Bilder und Veranstaltungsankündigungen, aber auch Lifestyle-Inhalte



Twitter: eher tagesaktuelle Nachrichten, kurz und prägnant (nicht mehr als 280 Zeichen), sowie für Diskussionen und Kommentare, etwa bei Veranstaltungen – oft gibt es für Events besondere Hashtags (=Schlagwörter)



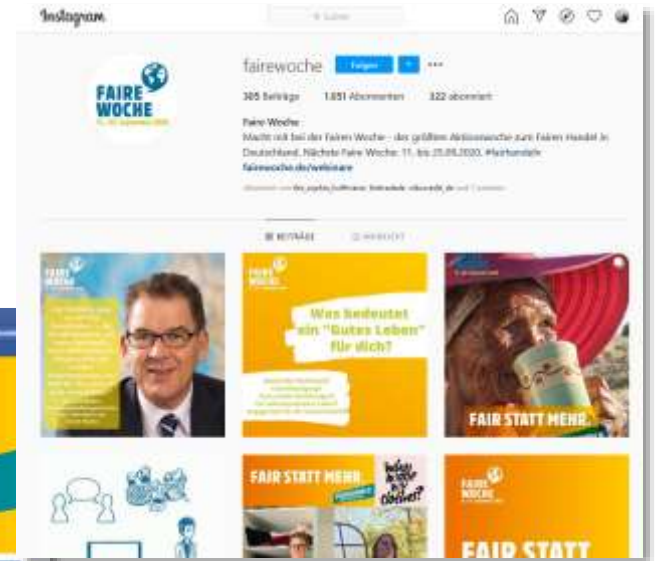
Instagram: Visuelles Medium, wichtig hier: Die Bilder sollten eine hohe Qualität haben und ästhetisch ansprechend sein



YouTube: Video-Plattform, z.B. für nachträglichen Upload von Veranstaltungs-Videos

Der Social Media Auftritt

- Vollständigkeit der Informationen: Kontaktdaten, Informationstext, Webseite oder Link zum Städteverzeichnis (als Fairtrade-Town)
- Logo oder Foto im Profilbild
- Banner und Titelbilder etc. – passende Größe und ein Bild in guter Auflösung (Vorlagen auf www.faire-woche.de)



#Hashtags nutzen

- Hashtag = Schlagwort, das dazu dient, Nachrichten mit bestimmten Inhalten oder Themen in sozialen Netzwerken auffindbar zu machen.
- Bereits vorhandene Hashtags nutzen – insbesondere bei Twitter und Instagram
- Hashtags zur Fairen Woche z.B. #FairHandeln, #FaireWoche
- Eigene Hashtags #fairesKoeln, #fairemetropoleruhr
- Posts erscheinen auf Social-Media-Wall
→ <https://www.faire-woche.de/mitmachen/social-media-wall>
- Relevanten Hashtags folgen

#FAIRHANDELN

#FAIREWOCHE

#FAIRTRADETOWNS

Tipp: Liste mit Hashtags
anfertigen, an entsprechende
Stelle in Posts kopieren

Der passende Schreibstil in sozialen Medien

- Eher lockerer Gesprächston, oftmals direkte Ansprache per „Du“
- Trotzdem: Auf Rechtschreibung und Zeichensetzung achten!
- Tipp: Sparsam mit Jugendsprache, Abkürzungen und Emojis - nur, wenn es wirklich passt.



Frankfurt am Main @Stadt_FFM · 17. Sept. 2018

Wer weiß, dass wir #Fairtrade-Stadt sind? Was das ist: bit.ly/1QhCR2z
Und was während der bundesweiten Aktion #FaireWoche in #Frankfurt läuft:
bit.ly/2OnBiIq



Kaffee-Kooperative @kaffeekoop · 20. Sept. 2017

#fairchain Kaffee fliege hooooch
#faireWoche #echtekafeeeliebe



Zeitpunkt zur Veröffentlichung von Beiträgen

- Es gibt keine feste Regel – es hängt von der Zielgruppe und den Inhalten ab.
- Probieren Sie verschiedene Tageszeiten aus und finden Sie heraus, was am besten zu Ihrer Zielgruppe passt. Richten Sie danach Ihre Posting-Zeiten aus (z.B. werden Schüler*innen vor allem morgens vor Schulbeginn erreicht).



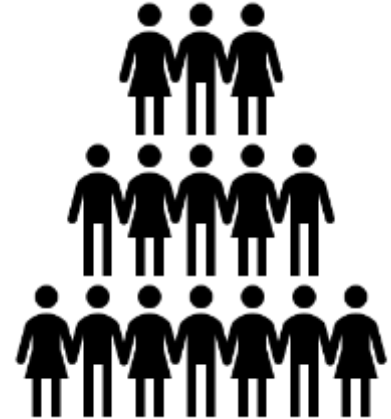
PR & Social Media: Ergebnisse beobachten

- Es ist nicht nötig, komplette Ergebnisberichte zu erstellen – Sie sollten aber im Blick behalten, welche Inhalte gut bei Ihrer Zielgruppe ankommen.
- Gilt auch für die klassische PR-Arbeit: Bsp. Welche Zeitungen haben Thema aufgegriffen
- Tipp: Versuchen Sie Ihre Posts und PR-Aktivitäten entsprechend anzupassen.



Eine Community aufbauen

- Anderen Fairhandels-Akteur*innen und Unterstützer*innen folgen:
Liken, gute Beiträge von Kooperationspartner*innen teilen und online vernetzen
- Reaktion auf Posts von anderen Fairhandels-Akteuren und Unterstützer*innen, Austausch miteinander
- Andere Fairhandels-Akteure und Unterstützer*innen auffordern, sich zu beteiligen und Wette oder Aktionswettbewerb starten
- Gegenseitig inspirieren und Inhalte anderer Akteure teilen



WÄHREND DER VERANSTALTUNG

Während der Veranstaltung

Klare Rollenverteilung, die im Vorfeld definiert wurde (Ressourcenplanung), wenn ausreichend Kapazitäten, klare Trennung von:

Eine*n Ansprechpartner*in für alle Medienvertreter*innen



Interviewpartner*in & Ansprechpartner*in mit Presse zusammenbringen , O-Töne anbieten und aufzeichnen, Fotograf*in briefen, Raum für Interviews auswählen, Kontakte knüpfen, Netzwerken

Eine Person für Inhalte



Aktuelle Berichterstattung über Social Media, Posts Foto-Dokumentation, Vorbereitete Posts für Social Media abschicken, falls Presse nicht dabei ist, eigene Interviews führen

NACHBEREITUNG

Nach der Veranstaltung

- In den eigenen Medien über die Veranstaltung berichten
- Nicht anwesenden Pressevertreter*innen nochmals eigenes Material zuschicken
- Gute Bilder und kurze Statements zur VA an info@fairewoche.de und die Aktion in die [Datenbank](#) eintragen, damit andere von den Erfahrungen profitieren können
- Allen Beteiligten danken + Presseclipping zuschicken
- Evaluierung: was hat funktioniert, Learnings fürs nächste Mal



NÜTZLICHE LINKS

Nützliche Infos

Materialien zur Fairen Woche unter:

www.faire-woche.de/service/materialien-zur-fairen-woche/

Zum Beispiel als Download:

- Logo Faire Woche 2020 und Logo Guide
- Muster-Pressemitteilungen
- SharePics für Ihren Social-Media-Auftritt
- Handbuch "Storytelling im Social Web"

Materialien zu den UN-Nachhaltigkeitszielen und Fairer Handel:

www.fairtrade-deutschland.de/sdg



Die Faire Woche – Ihre Ansprechpartner*innen

Noch Fragen?



Christoph Albuschkat



Tel.: 06131/68 907-81
E-Mail: c.albuschkat@weltiladen.de



Christin Büttner



Tel.: 0221/94 20 40-35
c.buettner@fairtrade-deutschland.de



Julia Lesmeister



Tel.: 030/275 96 270
E-Mail: j.lesmeister@forum-fairer-handel.de