

Strategien zur Öffentlichkeitsarbeit

Grundlegende Bausteine einer Kommunikations-Strategie

nachgefragt-Inforeihe

5. September 2023, 18:00 - 19:00 Uhr

Alexa Schaeagner – Geschäftsführerin aula gGmbH
Sabine Weichert – Referentin Öffentlichkeitsarbeit Sportjugend Hessen

Agenda

- Kurze Vorstellung
- Wozu braucht man eine Strategie?
- Bausteine der Kommunikations-Strategie
- Umfrage via Menti.com
- Fragen

Wozu braucht man eine Kommunikations-Strategie?

Kommunikation ohne Strategie ist wie...

Strategie heißt zu entscheiden:

Wer kommuniziert

.....Mit wem?

.....Auf welchem Kanal?

.....Worüber?

.....Mit welchem Ziel?



Bausteine der Kommunikations-Strategie



Zielgruppen & Ziele definieren



Kanäle sorgfältig auswählen



Storytelling – der rote Faden



Jahresplanung / Redaktionsplan erstellen



Formatvorlagen erstellen



Bilder bei Veranstaltungen machen



Zielgruppen & Ziele definieren

Eine Auswahl an Zielgruppen für die einzelnen Kanäle ist wichtig. Man erreicht selten alle Zielgruppen mit dem gleichen Kanal

Schritt 1:

- **Wen möchte ich erreichen?** z.B. Ehrenamtliche Teamleiter*in, Vorstand, Hauptamtliche, neue Zielgruppen? (Junge Menschen, potentielle, neue Mitglieder etc.)
- **Sinnvoll ist eine Unterscheidung in „interne“ und „externe“ Zielgruppen.**
 - Intern = arbeiten mit uns zusammen, kommunizieren, tragen Informationen weiter
 - Extern = konsumiert Infos, ist noch nicht mit uns verbunden

Schritt 2:

- **Wen erreiche ich am besten mit welchem Kanal?**



Zielgruppen & Ziele definieren

▪ **Schritt 3:**

- Welche Ziele verfolge ich pro Zielgruppe?

Allgemeine Ziele:

- Informationen weitergeben
- Teilnehmer*innen für Veranstaltungen gewinnen
- Neue Mitglieder gewinnen
- Junge Menschen ansprechen, Juniorteam, BfD etc.

Social Media Ziele:

- Mehr Sichtbarkeit unseres Vereins/Verbands
- Mehr Follower für den Kanal gewinnen
- Mehr Interaktion anregen- Kommentare und Likes

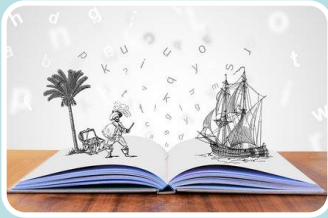


Kanäle sorgfältig auswählen

Wen erreiche ich auf welchem Kanal?

- **Alter der Zielgruppe und Mediennutzung beachten**
 - Instagram, TikTok für jüngere Zielgruppen: Viel Bilder und Videos, Texte nebensächlich
 - Facebook, LinkedIn sowie Print-Medien für ältere Zielgruppen: Fokus auf Texten

- **Allgemeine Tipps:**
 - Ein bis zwei Zielgruppen pro Kanal
 - Habe ich genug Inhalte, um regelmäßig zu posten (1-2 mal pro Woche?)
 - Habe ich genug Kapazitäten, sprich Personen, die posten können?



Storytelling – der rote Faden

Was ist mit Storytelling (Geschichten erzählen) gemeint?

- die Kunst Informationen und Geschichten fesselnd zu erzählen (Emotionen, Kontext, Erlebbarkeit)
- Ob geschriebener Text oder Video, der/die Nutzer*in sollte schon mit der Headline angesprochen werden
- es gibt eine Dramaturgie, einen Konflikt oder eine/n Held*in (Sportler*in) in der Geschichte

Der rote Faden

- Was will ich mit dem Inhalt oder den Informationen erreichen – was ist das Ziel?
- AMA-Formel: Aufmerksamkeit – Mehrwert - Austausch

Jahresplanung – der Redaktionsplan

Social-Media-Kalender 2023

			Veröffentlichen auf...					Inhaltliche Planung			
Datum	KW	Tag	Facebook	Instagram	Instagram Reel	Instagram Story	Newsletter	Thema	Link	Foto-	Verantwortliche:r
10. Jul		Mo									
11. Jul		Di									
12. Jul		Mi				United by Sports zur					
13. Jul		Do									
14. Jul		Fr		Organisation		HJR Fachtag - queere					Julia? Katsa
15. Jul		Sa				CSD Frankfurt					Anna, Julia, Alex
16. Jul	28	So		Finazierung							Katsa
17. Jul		Mo		Partnersuche							Katsa
18. Jul		Di									
19. Jul		Mi		Programmgestaltung		Quiz zur IJA					katsa
20. Jul		Do		Partnerorganisationen der SJH					https://www		Sabine
21. Jul		Fr		Rückblick queere Fortbildungen							Alex
22. Jul		Sa		Start in die Sommerferien							katsa
23. Jul	29	So									
24. Jul		Mo		? Deutsch-Französischer Jugenda							Anna?
25. Jul		Di									
26. Jul		Mi		IJA und Sport (Sport braucht keine		Bewegte Sprachanim					Tabea
27. Jul		Do									
28. Jul		Fr		Beratungsangebot der SJH		Eurocamp Hessen		Du hast Lust selbst eine Begegnun			katsa
29. Jul		Sa									
30. Jul	30	So									
31. Jul	31	Mo		Tschechien							Anna S. + Katsa
01. Aug		Di		Monatsmotto: Sommer, Sonne un							katsa
02. Aug		Mi			Eurocamp						
03. Aug		Do									katsa?
04. Aug		Fr		Wo seid ihr im Sommer unterwegs							
05. Aug		Sa									
06. Aug	31	So		100 Hände Wochenende							katsa



Jahres-/Redaktionsplan

Jahresplan

- wiederkehrende Events jährlich in einen Redaktionsplan eintragen (Beispiel Europäische Woche des Sports – Angebote/Sommerfest oder Saisonstart einer Sportart, Vorstellung der Sportangebote)

Meta Business Suite als Redaktionsplan für Social Media

- Facebook-Posts als auch Insta-Stories und Feed-Posts erstellt und zu einem bestimmten Zeitpunkt geplant werden (Posts sind Veröffentlichungen eines Beitrags in den Social-Media Kanälen wie Facebook oder Instagram)

Was gehört in den Redaktionsplan?

- Datum, Kanal, Zuständigkeit, Verwendung von Hashtags (#sportjugendHessen - Sammlung anlegen), Co-Author Postings etc.

Meta Business Suite

Beitrag erstellen

Posten in
Sportjugend Hessen und sportjugendhessen

Medien
Teile Fotos oder ein Video. Ein Instagram-Beitrag darf nicht mehr als 10 Fotos beinhalten.
2048 x 1536
Foto hinzufügen

Beitragsdetails
 Beitrag für Facebook und Instagram anpassen

Text
Letzte Bewerbungsphase für den Bundesfreiwilligendienst bei der Sportjugend Hessen. 🙌👥💙
#sjhtrifftsich #sportbewegt #deinbfdimsport


Planungsoptionen
Jetzt veröffentlichen | Planen | Als Entwurf speichern

Beitrag bewerben | Abbrechen | **Veröffentlichen**

Facebook Feed-Vorschau

Sportjugend Hessen
Gerade eben · 🌐

Letzte Bewerbungsphase für den Bundesfreiwilligendienst bei der Sportjugend Hessen. 🙌👥💙
#sjhtrifftsich #sportbewegt #deinbfdimsport



Gefällt mir | Kommentar | Teilen



Jahres-/Redaktionsplan

Zeitliche Themenschwerpunkte setzen

- Wiederkehrende Formate wie eine Fragestunde ein Monatsmotto, Themen aus den Abteilungen (monatlich/alle zwei Wochen)

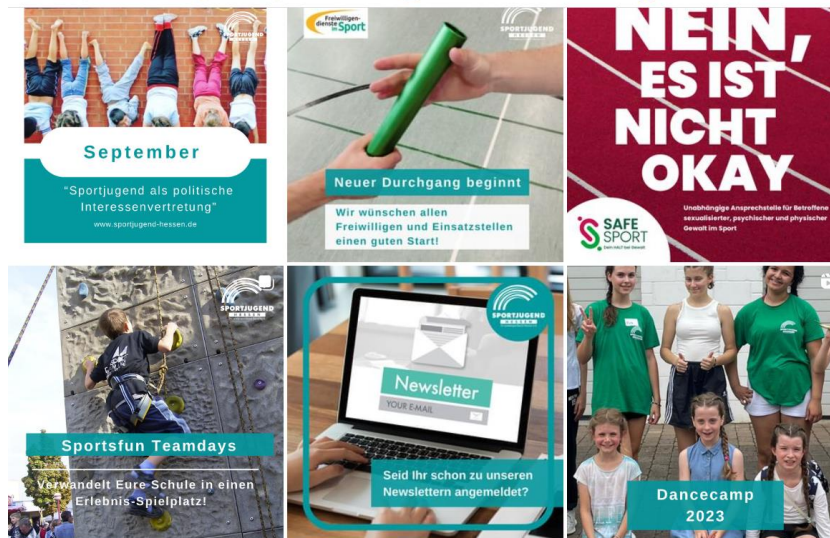
Wer macht es? - Zuständigkeiten klären

- Gibt es ehrenamtliche Öffentlichkeitsbeauftragte?
- Junges Engagement für Social Media gewinnen (Reporter-Team, Juniorteam) -> Verantwortung geben und Wertschätzung erhalten



Formatvorlagen erstellen

- Kostenlose Grafikprogramme wie [Canva](https://www.canva.com) bieten Formatvorlagen, Templates & Co an.



Zusammenfassung Strategie-Bausteine



Zielgruppen definieren

- Wen will ich erreichen?
- Wer kommuniziert (Multiplikatoren), wer konsumiert?



Kanäle sorgfältig auswählen

- Versch. Kanäle – unterschiedliche Sprache
- Website – mobile First Prinzip, SEO



Storytelling – der rote Faden

- Emotionale Geschichten erzählen (Gefühle wecken, mit Bildern die Sinne bedienen, Helden/Persönlichkeiten herausstellen)
- AMA-Formel: Aufmerksamkeit, Mehrwert, Austausch

Zusammenfassung Strategie-Bausteine



Formatvorlagen erstellen

- Canva ist ein Tool, um für verschiedenste Kanäle Vorlagen zu erstellen
- Capcut als Videoschnittprogramm



Jahresplanung / Redaktionsplan erstellen

- Alle Sportveranstaltungen in einem Redaktionsplan
- Zuständigkeiten klären
- Reporter-Team in den Abteilungen suchen



Bilder und Videos bei Veranstaltungen machen

- Bilder von eigenen Veranstaltungen sammeln, sortieren, taggen

Umfrage über Menti.com

- Bitte einmal www.Menti.com eingeben und den Code 3976 0706 eingeben.
- Oder den QR-Code scannen:



Was habt ihr für Fragen?



Danke fürs Zuhören

Schau doch mal auf unseren Kanälen vorbei:

www.sportjugend-hessen.de

Melde Dich für den Newsletter an:

<https://www.sportjugend-hessen.de/newsletter/>



@sportjugendhessen