

Workshop

Öffentlichkeitsarbeit für euren Stamm

Dauer:	ca. 120 Minuten
Materialien:	Moderationskarten oder Post-Its, Stifte, 5 Flipcharts, ggf. alte Zeitschriften, Kataloge, Fotos & Postkarten
Ziel:	Öffentlichkeitsarbeit und Außenkommunikation eures Stammes reflektieren und strukturieren. Aufgaben und Verantwortlichkeiten innerhalb der Leiterrunde definieren und zuordnen.
Ablauf:	Erarbeitet die folgenden Aufgaben nacheinander. Solltet ihr den Workshop nicht an einem Stück durchführen können, empfiehlt sich ein Cut nach Aufgabe 4

1. Zielbestimmung

Definiert gemeinsam, welche Ziele ihr mit eurer Öffentlichkeitsarbeit erreichen wollt. Geht es darum, sachlich über eure Arbeit zu informieren? Neue Leiter:innen zu werben? Euer Image zu pflegen und aufrechtzuerhalten?

Sammelt auf Moderationskarten, welche Ziele ihr für euren Stamm verfolgen möchtet und sortiert sie nach Wichtigkeit. Haltet das Ergebnis auf einem Plakat fest.

2. Zielgruppenbestimmung

Definiert gemeinsam, welche Personen oder Institutionen ihr mit eurer Kommunikation erreichen wollt und müsst. An dieser Stelle geht es nicht darum, zu überlegen, wen ihr bereits wie erreicht. Überlegt zunächst, wen ihr im Idealfall erreichen *wollt*.

Sammelt eure Zielgruppen auf Moderationskarten.

Im Prozess werdet ihr bereits merken, dass euch einige Zielgruppen wichtiger sind, als andere. Sortiert die Zielgruppen auf einem Plakat aufsteigend nach Priorität.

Tipp:



Wie präzise Zielgruppen bestimmt werden sollten, ist nicht immer eindeutig. Weder zu generische Zielgruppen („die Gesellschaft“) noch zu viele Untergruppen („Gruppenkinder“ = „Kinder“ & „Jugendliche“ = „Mädchen“ & „Jungen“...) sind sinnvoll.

Falls ihr euch an einer Stelle unsicher seid, fragt euch, ob die Konkretisierung einen Unterschied für eure Kommunikation machen würde. Würdet ihr andere Kommunikationskanäle oder Inhalte für Kinder als für Jugendliche nutzen? Oder werden eh alle Stufen über die gleichen Kanäle informiert?

Bei generischen Zielgruppen stellt euch die Frage, ob es noch möglich ist, eure Kommunikation auf diese Zielgruppe anzupassen. Wenn die Zielgruppe zu wenig eindeutige Eigenschaften hat, von denen Inhalte oder Kanäle abhängig gemacht werden können (Alter, Interessen, Mediennutzung etc.) hat die Gruppe keinen Mehrwert für eure Kommunikation.

3. Kommunikationskanäle



Über welche Kanäle könnt und wollt ihr eure Zielgruppen erreichen? Welche dieser Kanäle nutzt ihr bereits?

Denkt dabei an Onlinekanäle wie Emailverteiler, aber auch Printmedien wie Aushänge oder Pfarrbriefe. Inspiration findet ihr in der Auflistung im Anhang.

Schreibt eure Ideen auf verschiedenfarbigen Moderationskarten und sammelt sie auf einem Plakat. Nutzt eine Farbe für bereits genutzte Kanäle und die andere für eure sonstigen Ideen. Sortiert die Kanäle nach Wichtigkeit.

4. Botschaften



Neben der Verbreitung von direkten Informationen (Wann findet der nächste Weihnachtsbaumverkauf statt? Wohin geht es im Sommerlager?), solltet ihr eure Kommunikation auch dafür nutzen, eure Kernbotschaften zu vermitteln.

Eure Kernbotschaften sind euer „Warum“. Warum seid ihr Pfadfinder:innen? Warum engagiert ihr euch als Leiter:innen? Kernbotschaften sind nie rein informativ und wirken auf einer indirekten, emotionalen Ebene.

Um eure individuellen Kernbotschaften zu finden, könnt ihr euch an folgenden Fragen orientieren:

- Was macht euch als Stamm und Leitungsrunde aus?
- Wie möchtet ihr von außen wahrgenommen werden?
- Welche Werte und Ziele wollt ihr nach außen vermitteln?

Sammelt eure Antworten in kurzen Slogans oder Schlagworten auf Moderationskarten. Falls es euch schwer fällt, die Kernbotschaften direkt in Worte zu fassen, nutzt folgende Methode:

- Sucht in alten Zeitschriften, Katalogen und auf Fotos und Postkarten nach Motiven, die euch ansprechen und für euch Pfadfinder-Sein und euren Stamm visualisieren. Falls ihr die Methode in eurem Gruppenraum durchführt, könnt ihr auch alle anderen Gegenstände nutzen, die euch dort begegnen und ansprechen.
- Stellt danach eure Ergebnisse der Gruppe vor und tauscht euch aus. Versucht danach aus den gesammelten Eindrücken Sätze oder Schlagworte zu finden. Falls ihr bestimmte Bilder findet, die euch besonders ansprechen und die ihr in eurer Kommunikation einbringen wollt (bspw. ein Bild von einem Lagerfeuer, ein Foto von Wanderschuhen, etc.), haltet sie ebenfalls auf eurem Plakat fest.

5. Soll-Ist-Vergleich und Ressourcenklärung

Eure bisherigen Ergebnisse stellen eure optimale Außenkommunikation dar. Nun geht es darum, die Ergebnisse zusammenzuführen und mit eurer aktuellen Öffentlichkeitsarbeit zu vergleichen.

Nutzt die Kommunikationskanäle aus Ausgangslage. Beantwortet für jeden Kanal folgende Fragen:

Für bereits genutzte Kanäle:

- Welche Zielgruppe erreichen wir über diesen Kanal?
- Welche Kommunikationsziele können wir über diesen Kanal erreichen?
- Welche Botschaften können wir über diese Kanal verbreiten?

- Sind die Inhalte des Kanals auf die entsprechende Zielgruppe abgestimmt (Sprachstil, Bildnutzung, etc.)?
 - Falls nicht, wie können wir das ändern?
- Welche Aufgaben gehen mit der Nutzung dieses Kanals einher? Wer fühlt sich dafür verantwortlich?

Für noch nicht genutzte Kanäle:

- Welche Zielgruppe könnten wir über diesen Kanal erreichen? Erreichen wir diese Zielgruppe bereits durch bestehende Kanäle?
- Welche Kommunikationsziele können wir über diesen Kanal erreichen? Erreichen wir diese Ziele schon durch bestehende Kanäle?
- Welche Botschaften können wir über diese Kanal verbreiten? Verbreiten wir diese Botschaften bereits über andere Kanäle?
- Welche Aufgaben würden mit der Nutzung dieses Kanals einhergehen? Wer fühlt sich dafür verantwortlich?
 - Gibt es Ressourcen für einen zusätzlichen Kommunikationskanal?

Tipp:



Eure Öffentlichkeitsarbeit ist eure Präsentation nach außen. Hier könnt ihr neue Leiter:innen werben, euer Image aufpolieren und neue Gruppenkinder gewinnen. Aber unabhängig davon, wie sinnvoll und wichtig eure Öffentlichkeitsarbeit ist, muss sie zu euren (begrenzten) Ressourcen im Ehrenamt passen.

Setzt euch also realistische Ziele, nehmt euch nicht zu viel auf einmal vor und fangt lieber kleinschrittig an, als alles auf einmal machen zu wollen. So verhindert ihr nicht nur, dass ihr euch selbst übernehmt, sondern vermeidet ebenfalls, dass ihr am Ende mit diversen neuen Kommunikationskanälen dasteht, die niemand langfristig betreuen kann.

Um Eure Ergebnisse besser zu visualisieren, könnt ihr eure Kommunikationskanäle auf einem weiteren Plakat in eine Tabelle einfügen und dann für jeden der Fragepunkte eine eigene Spalte nutzen (s. u.).

Überprüft am Ende, ob es noch Ziele, Zielgruppen oder Botschaften gibt, die ihr zu Beginn definiert habt, die aber noch nicht in der Tabelle vertreten sind.

Kanal	Zielgruppe	Ziele	Botschaften	Inhalt Soll	Nötige Änderungen	Aufgaben	Verantwortlich

Die Tabelle hilft euch nicht nur bei der Methode, sondern gibt euch am Ende ebenfalls einen Überblick über eure Öffentlichkeitsarbeit, etwaige „Baustellen“, Aufgaben und Verantwortlichkeiten.

Mögliche Kommunikationskanäle

- Website
 - Stammeswebsite
 - Blog
 - Gemeindeforum
- Social Media
 - Facebook
 - Instagram
 - Snapchat
 - TikTok
 - Twitter, etc.
- Direktnachrichtendienste
 - WhatsApp, Telegramm, Threema, etc.
- Ausschreibungen / Infozettel (für Eltern)
- E-Mail(verteiler)
- Newsletter
- Presse
 - Lokalzeitung
 - Lokaler Hörfunk
 - WDR Lokalzeit, SAT 1 NRW, RTL West
 - Lokale Stadtanzeiger & Magazine
 - Blogs
- Flyer
- Postkarten
- Aushänge / Plakate
- Pfarrbrief / Gemeindeblatt
- Infostände
- Infotage an (Grund)schulen
- Stammes-Merch
- Auftritte bei Veranstaltungen
 - Gestaltung von Messen
 - Unterstützung bei Gemeindeaktionen (Kirchfest, etc.)
 - Sozialaktionen
 - Jubiläen und Feste anderer Vereine/Institutionen
- Persönlicher Kontakt