

professionelle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, strategische Kampagneplanung und gezielte Kommunikation für Non-Profit-Organisationen

Zielsetzung

Non-Profit-Organisationen stehen immer wieder vor der Herausforderung, sich verschiedenen aktuellen Themen in Form geeigneter Öffentlichkeitsarbeit und durch Kampagnen stellen zu müssen. Oft werden die Themen fremd bestimmt, so dass die Organisation schnell und dennoch schlagkräftig und wahrnehmbar reagieren muss. Auch die Erwartungen der Mitglieder und der Funktionsträger an die öffentliche Wahrnehmung des eigenen Verbandes sind oft sehr hoch.

Das Seminar soll amtierenden und angehenden Funktionsträgern und ehrenamtlichen Helfern von Vereinen und Verbänden helfen, ihre Kampagneplanung und ihre öffentliche Wahrnehmung effektiver und professioneller zu gestalten und die Präsenz der Organisation und einzelner Funktionsträger in den relevanten Medien spürbar zu erhöhen. Besonders der richtige Umgang mit der Presse spielt eine große Rolle, aber auch die strategische Vernetzung der Pressearbeit mit der Gesamtkampagne.

Teilnehmerkreis

Funktionsträger und ehrenamtliche Helfer von Non-Profit-Organisationen; Pressesprecher, Geschäftsführer von Vereinen und Verbänden, verbandspolitisch Interessierte

Methoden

Vorträge, praktische Übungen, Erfahrungsaustausch, Gruppenarbeiten, Präsentationen und Diskussionen

Seminarinhalte

I. Kampagnen planen und durchführen – Marketingwissen für Non-Profit-Organisationen

1. Grundlagen und Wirkungsweisen von Kommunikation
2. Momente und Elemente von Kampagnen – das richtige Medium zur richtigen Zeit
3. Themen finden, Inhalte gestalten, Themen besetzen – entscheidend ist, dass man mir zutraut, die Probleme zu lösen (Kompetenzzuschreibung)
4. Zielgruppen erkennen, gezielt ansprechen und als Multiplikatoren nutzen
5. spezifische Hilfestellungen und Probleme bei Kampagnen im politischen Umfeld

II. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit – wie erreiche ich die breite Masse und meine Zielgruppe

1. die Denk- und Arbeitsweise von Journalisten und Redaktionen – die Welt des Journalisten verstehen und entsprechend handeln

2. der richtige Umgang mit Journalisten und Redaktionen
3. Masse und Klasse in der Pressearbeit
4. Formatierung, Aufbau und Gestaltung von Pressemeldungen – „weiche Faktoren“ für den Abdruck einer Meldung
5. die perfekte Pressemitteilung I– schreiben wie ein Profi
6. die perfekte Pressemitteilung II – schreiben im politischen Kontext
7. die perfekte Pressemitteilung III – schreiben im Sinne meiner Strategie: Gelesen von vielen aber Wirkung entfaltet bei Zielgruppen und Gegnern

III. Die Medien und ich – persönliche Kommunikation und mediale Kommunikation

1. Presseveröffentlichungen weiter vernutzen und für die Verbandsarbeit einsetzen
2. Die Marke Verband, die Marke ich – authentische Kommunikation über die Medien im Einklang mit meinem persönlichen (Ziel)image
3. Der Marketingmix im persönlichen Kontext – wie mir Medien helfen auch im persönlichen Gespräch zu bestehen
4. zielgerichtet und effektiv individuell kommunizieren – einige Leitgedanken über den Umgang mit Mitgliedern, Gremien, Medien und Strukturen

Dauer / Rahmenbedingungen

Dauer: 2,5 Tage

Auf Anregungen und Wünsche kann noch während des Trainings eingegangen werden, wenn die Teilnehmer dies wünschen.

Trainer: Falk Al-Omary

Hinweis

Seminare und Trainings zu den Einzelthemen Fundraising, Kampagnenmanagement, Strategieplanung sowie Networking für Ehrenamtliche und Führungskräfte sind jederzeit ebenfalls buchbar. Diese werden jeweils individuell auf Ihre Bedürfnisse zugeschnitten.