

Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation im Wohlfahrtsverband

2-tägiges Webinar mit Christian T. Mankel, MBA

12. + 13. September 2020

Ihr Kontakt zum Referenten

XING: http://www.xing.com/profile/Christian_Mankel2

LinkedIn: <http://de.linkedin.com/in/christianmankel>

YASNI: <http://person.yasni.de/christian+mankel+1306023>

Web: <http://www.christianmankel.de>

E-Mail: dialog@christianmankel.de

Erste Blitzlichtrunde

Ihre Erwartungen an das Webinar?

Agenda der Veranstaltung

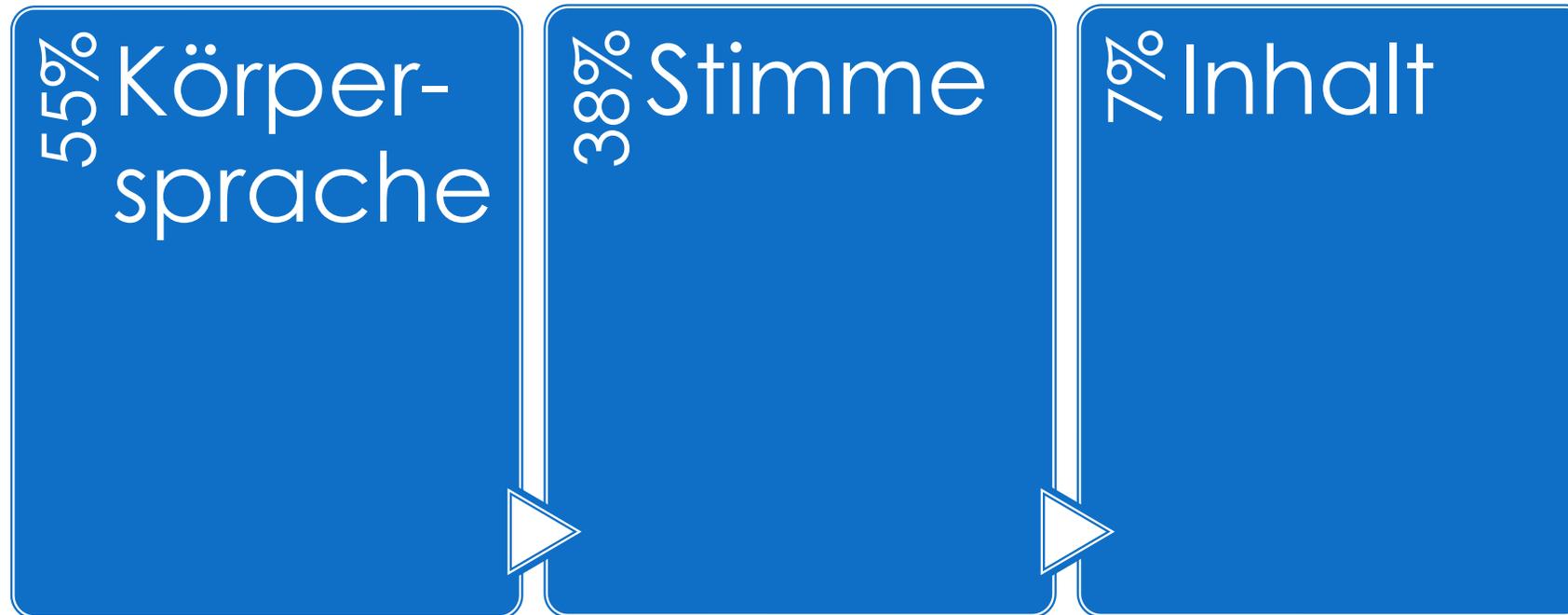
- ▶ Grundlagen der Öffentlichkeitsarbeit
- ▶ Instrumente der Kommunikation
- ▶ Blickpunkt Social Media
- ▶ Zusammenhang von interner und externer Kommunikation
- ▶ Kommunikation in der Schriftform
- ▶ Die gute Pressemitteilung
- ▶ Lobbyarbeit
- ▶ Transparenz & Leitlinien
- ▶ Besonderer Umgang mit einzelnen Zielgruppen

Was gehört alles zur Öffentlichkeitsarbeit ?

„Das Ziel von Öffentlichkeitsarbeit wird zentral mit dem Aufbau von Bekanntheit als eine Basis von Vertrauen angegeben, um Reputation zu erlangen. Vertrauen und Bekanntheit gelten als erfolgskritische Größen, da sie als sog. weiche Faktoren, die Erreichung von Erfolgszielen z.B. bei Vertragsabschlüssen beeinflussen.“

(nach Prof. Dr. Jan Lies)

Kommunikation umfasst



Körpersprache

10 TIPS TO IMPROVE YOUR Body Language



- 1. SMILE!** 😊
- 2. Keep an open space before your upper torso.** *E.g., don't fold your arms, hug your bag, or put things on your lap.*
- 3. Have eye contact.** *Important to establish connection.*
- 4. Be comfortable in your space.** *Don't fidget, don't squirm, or don't lose yourself in your body.*
- 5. (For ladies) When resting on your hand, keep the insides of your hand faced outwards.** *This makes you appear more open.*
- 6. Minimize movement that distracts.** *Don't finger drum, nail bite, skin peel, or scab pick.*
- 7. Slow down your pace.** *(for fast talkers). Move slowly if you have to adjust your position.*
- 8. Be inclusive in your actions.** *E.g., reduce the physical distance between you and the other person, smile, maintain eye contact, and make occasional gestures towards the other person.*
- 9. Be open with your emotions.** *If you are sad, happy, or surprised, show that on your face.*
- 10. Pace yourself to match the other person.** *At the end of the day, everyone is different. Assess each person individually and adopt the body language that will help you best connect with him/her.*

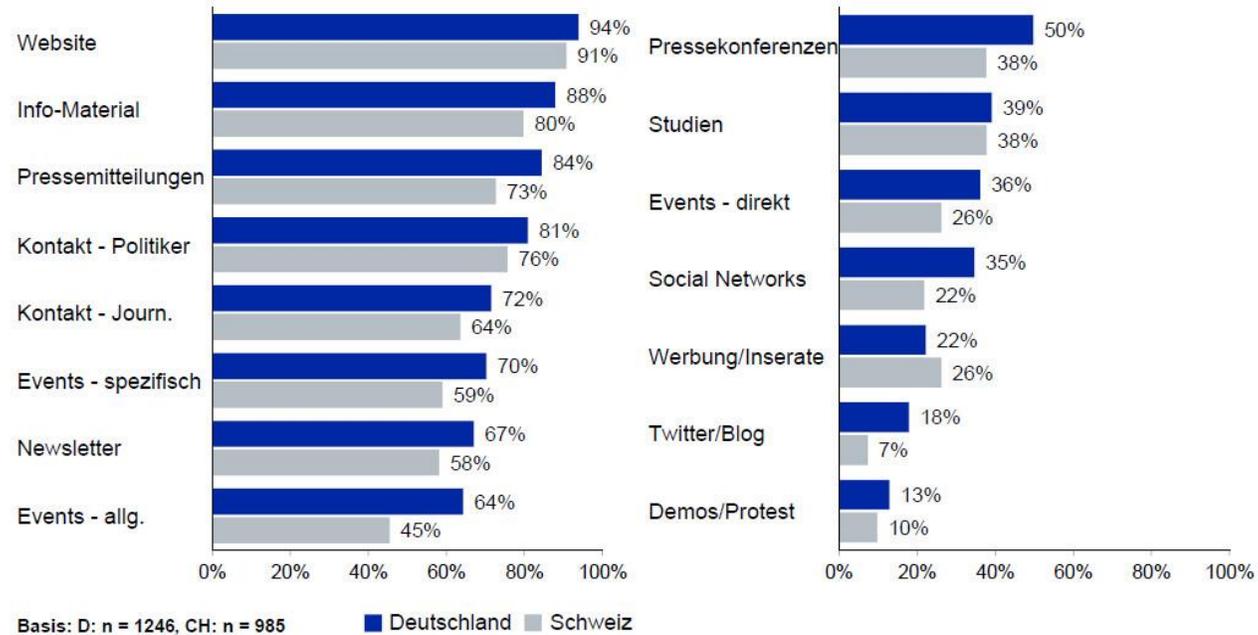
Warum Körpersprache so wichtig ist – kurz erklärt von DEM Experten auf dem Gebiet – Samy Molcho

https://www.youtube.com/watch?v=Fa_q9OAugDw

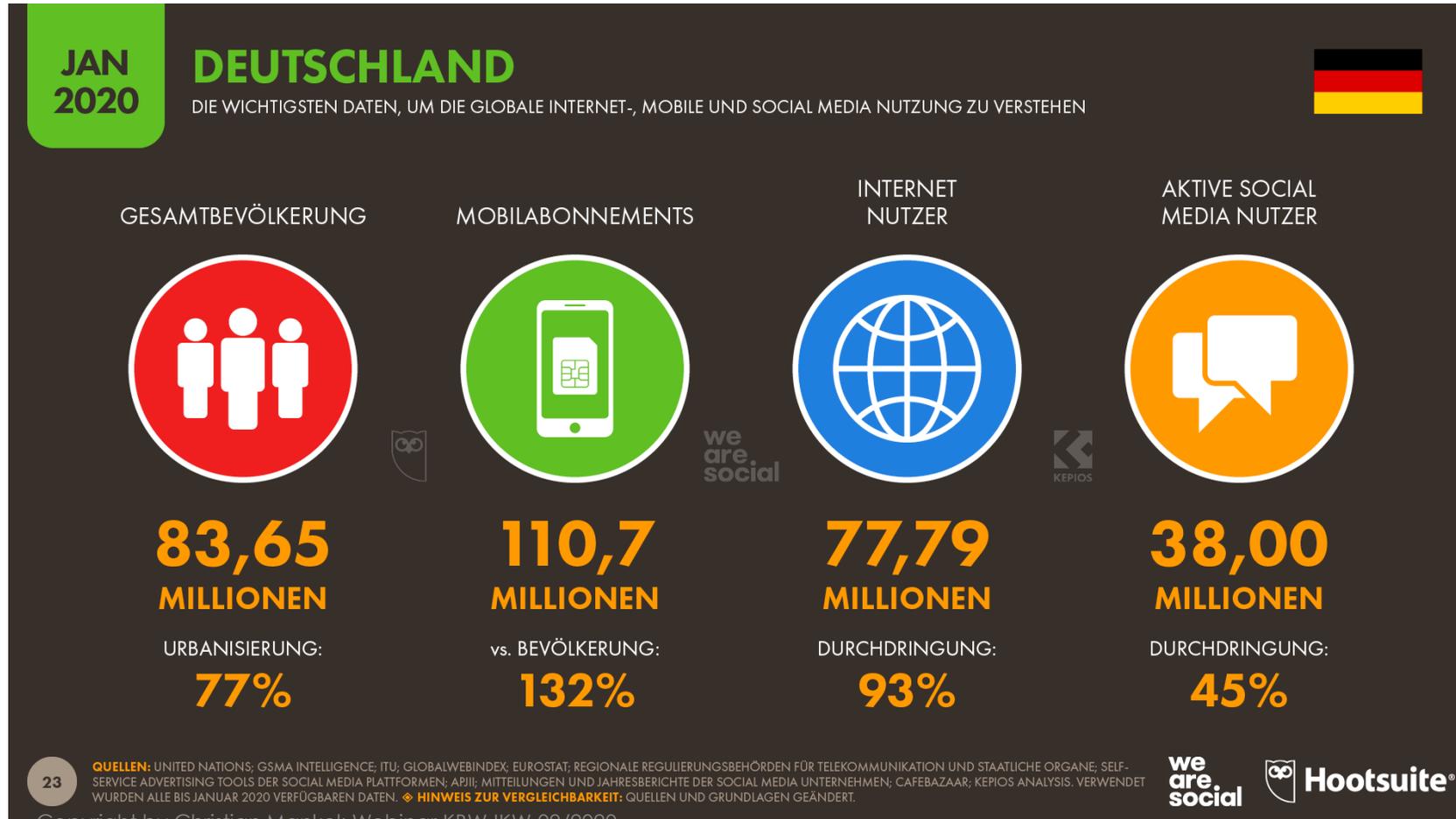
Instrumente der Kommunikation

IPMZ – Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung

Externe Kommunikation: eingesetzte Instrumente



Kommunikation im Netz



Digitalisierung einfach veranschaulicht

2018 *This Is What Happens In An Internet Minute*



2019 *This Is What Happens In An Internet Minute*



<https://www.allaccess.com/merge/archive/29580/2019-this-is-what-happens-in-an-internet-minute>

Social Media leicht erklärt



Mit viel Aufwand werden digitale Angebote zur Verfügung gestellt, aber es wird zu wenig in deren Vermarktung investiert.

=> Kommunen, Vereine, Verbände müssen digital in Dialog mit Ihren Anspruchsgruppen sein und nicht nur informieren!

Online = Social Media?

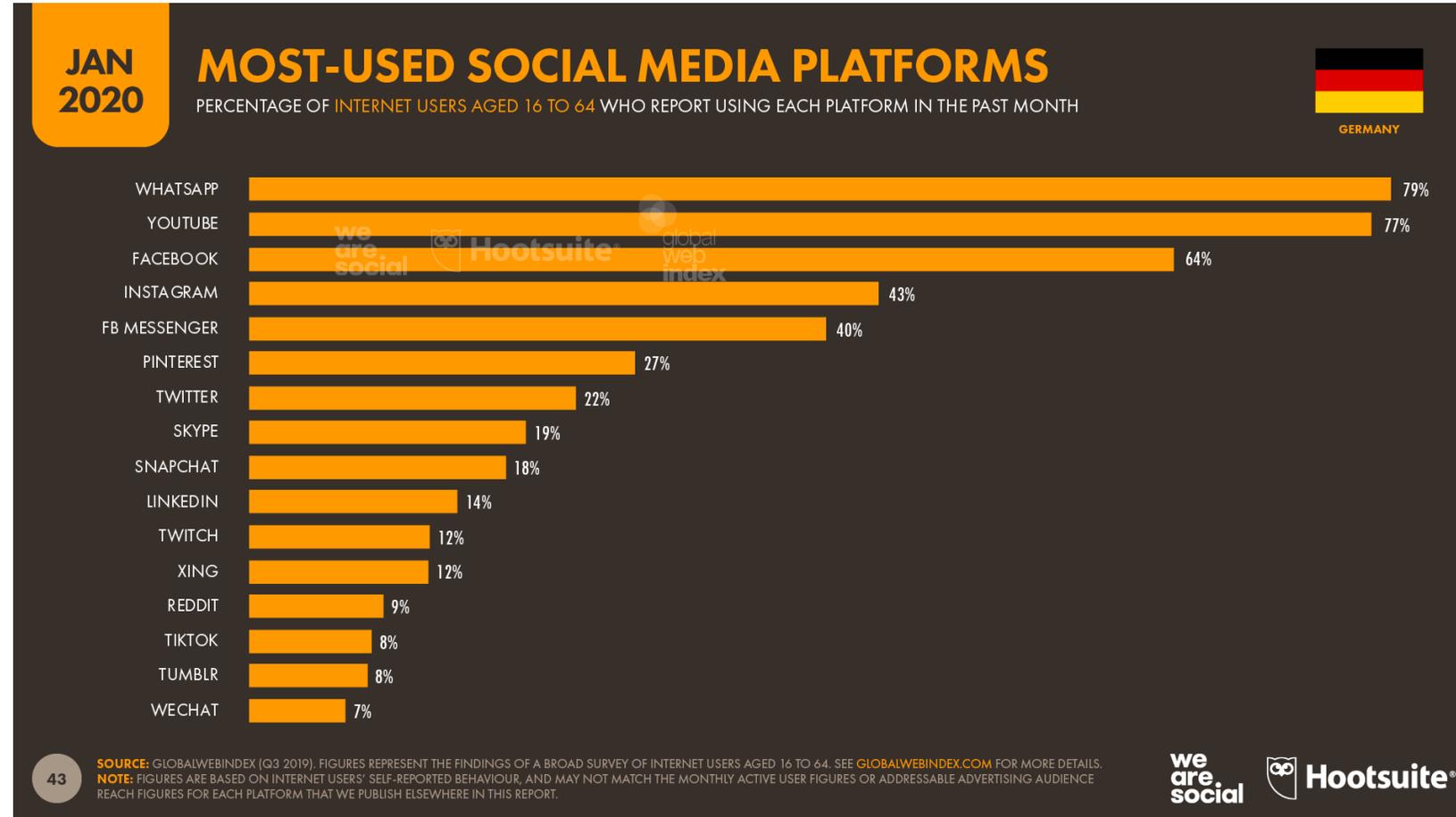


- ▶ Websites / digitale Informationsangebote:
Sender → Empfänger



- ▶ Social Media:
Sender ← → Empfänger

Social Media Nutzung in Deutschland



Wie fange ich an?

- Welche Personen möchte ich erreichen? Was ist meine Message? Was ist mein Ziel, das ich mit Social Media erreichen möchte?
- Auf welchen Netzwerken ist meine Zielgruppe aktiv?
- Warum sind sie in diesen Netzwerken unterwegs? In welcher Stimmung sind die Personen beim Surfen?
- Wie kann ich meine Message verpacken, damit sie bei meiner Zielgruppe auf Interesse stößt?
- Wie oft möchte ich aktiv werden? Wie viel Zeit kann ich regelmäßig einplanen?

WICHTIG
Googlability: Es muss
gefunden werden!

Zum loslegen

- Accounts einrichten
- Je Account zusätzlich eine Testseite (nicht-öffentlich)
- Foto-/Videoequipment (Smartphone, Mikrofon, Stativ...)
- Einverständnis der Personen
- Das Posten kann losgehen!
- Monitoring & Analyse

Was es zu beachten gilt

- DSGVO
- Urheberrecht
- Bild-/Video-Lizenzen
- Audio-Lizenzen
- Korrekter Inhalt
- ...

Digitalisierte Öffentlichkeitsarbeit



Landeshauptstadt
München

Herausforderungen in der Öffentlichkeitsarbeit – die Kunden 1/2

Erkenntnisse aus unseren Veranstaltungen 2016/2017:

- Die **115** und DeMail sind weitgehend unbekannt
- Der Nutzen des nPA ist unbekannt
- Die Social Media-Kanäle der Stadt München sind unbekannt
- Informationen werden **nicht gefunden** ...
- ... und wenn sie gefunden werden, werden sie **nicht verstanden**
- **Zuständigkeiten** erschließen sich nicht
- Das betrifft auch die **eigenen Mitarbeiter_innen**

Wenn eine Social Media Kampagne mit dem richtigen #hashtag# Kult wird



Interne und externe Kommunikation im Zusammenhang sehen

Warum intern extern ist

Netzwerke kennen keine Organisationsgrenze

Wissen kennt keine Organisationsgrenzen

Inhalte aus dem Alltag werden berichtet, offline und online

Informierte Mitarbeiter kommunizieren besser

Das Unternehmen wird an verschiedenen Kontaktpunkten wahrgenommen

Netzwerke gehören zur jeweiligen Person

Mitarbeiter sind Markenbotschafter und Multiplikatoren

Learning:

Menschen füllen verschiedene Rollen im Leben

Die Reichweite Einzelner ist grösser geworden

Publizieren ist für Einzelpersonen möglich und real

Mitarbeiter trainieren intern Medienkompetenz

Authentizität, Ehrlichkeit, Transparenz, Vertrauen beginnt intern

Gut informierte Mitarbeiter agieren professioneller

Interne Informationen / Wissen sind wertvoll für externe Kommunikation

EXKURS: Discovery Insights

Das “Vierfarben-Modell” zur Erklärung von menschlichem Verhalten und Kommunikation.

https://www.youtube.com/watch?v=8pq_tCgDkT4

Die jeweiligen Persönlichkeitstypen an einem guten und einem schlechten Tag

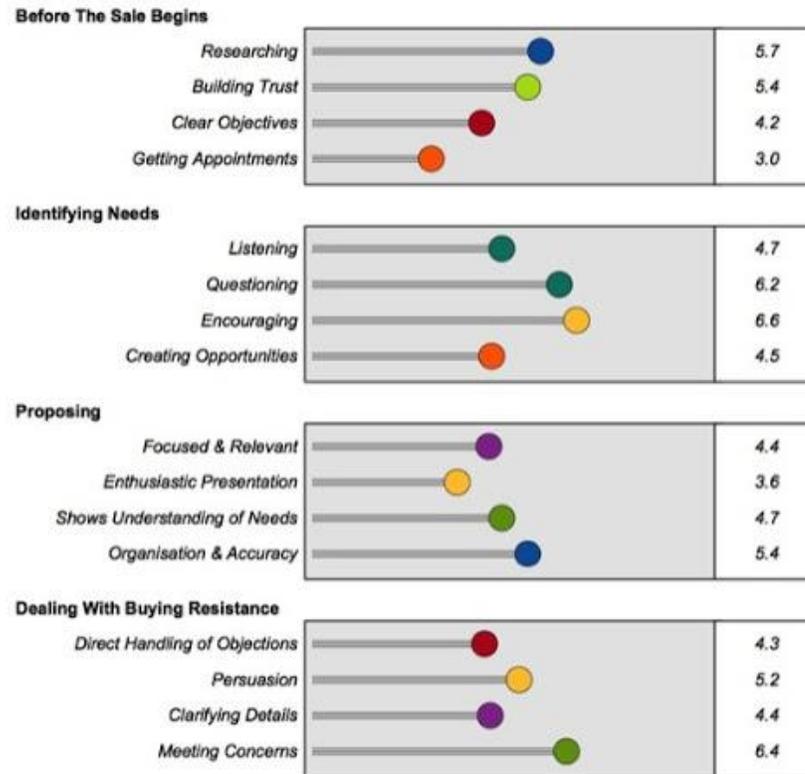


On a good day



On a bad day

Anonymisierter Auszug aus einer Auswertung



Tipps für Ihre erfolgreiche Kommunikation im nächsten Meeting

Diskussionen, Konferenzen, Gespräche sind nötig, kosten uns aber viel Zeit. Diese Zeit muß mit höchstmöglicher Effizienz genutzt werden. Hierzu sind außer der Beachtung der Grundregeln der Diskussionstechnik (s. Rundschreiben von Dr. Tiné 1976) während des Gespräches folgende Punkte, gegen die immer wieder verstoßen wird, zu beachten:

1. Zuhören - ausreden lassen
2. eigenen Beitrag straffen
3. beim Thema bleiben
4. nur sachdienliche Beiträge bringen und dulden
5. bei gegensätzlichen Standpunkten die Form wahren
6. und nochmal: Zuhören!

Geben Sie diesen Zettel bitte im Gespräch aus; er hilft Ihnen und Ihren Gesprächspartnern.

Kommunikation in der Schriftform



Aufbau der Pressemitteilung

1. Stellen Sie in einem Satz die Kernaussage Ihrer Mitteilung an den Anfang.
2. Die sechs „Ws“ müssen auf einen Blick erkannt werden: wer macht was, wann, wo, wie und warum.
3. Verwenden Sie eine klare und deutliche Sprache.
4. Journalisten lesen viel, verzichten Sie auf Ausschmückungen und halten Sie Ihre Mitteilung kurz und knapp.

Vertiefung zur Pressemitteilung

1. Ist Ihre Nachricht wirklich so wichtig, dass Sie eine Pressemitteilung herausgeben können?
2. Haben Sie ausreichend recherchiert, welche Zeitungen/Zeitschriften Interesse an Ihrer Mitteilung haben könnten?
3. Haben Sie die richtigen Kontaktdaten und Ansprechpartner der zuständigen Redaktionen?
4. Kündigen Sie Ihre Pressemitteilung telefonisch an und fragen Sie gleich, ob ein grundsätzliches Interesse an diesem Thema besteht!
5. Haben Sie die unterschiedlichen Redaktionsschlüsse und Erscheinungsweisen der Medien geprüft?
6. Persönlichkeitsrechte und Kontaktdaten nie vergessen

Was macht die gute Pressemitteilung aus? 5 Tipps

- ▶ Denken Sie an Ihre **Zielgruppe**
- ▶ Fassen Sie sich kurz
- ▶ Oftmals entscheidet die Überschrift
- ▶ Richtige Bilderauswahl
- ▶ Bleiben Sie beim Thema

Abschließendes Gedankenspiel zur Pressemitteilung

Versetze Dich bitte noch einmal kurz in die Rolle eines Journalisten:

Du bist gestresst, täglich prasseln 200 neue Pressemitteilungen auf Dich ein. Du musst innerhalb weniger Sekunden entscheiden, welche davon relevant ist. Folglich überfliegst Du nur die ersten Zeilen. Was könnte da schöner sein als knackige, leicht verständliche Sätze, die gleich erklären, warum auch der Rest der Seite Deine Aufmerksamkeit verdient?

Lobbyarbeit

Informelles wird auch hier
informell diskutiert. 😊

Langfristige Netzwerkbildung vor
direktem Profit.

Betonung gemeinsamer
Interessen.

Verbündete & Multiplikatoren
finden.



Zweite Blitzlichtrunde

Welche Fragen sind bis hierin entstanden?

Leitlinien & Transparenz in der Kommunikation

- ▶ Kommunizieren Sie nichts, was sich nicht einhalten können oder was sich nicht mit der Realität deckt.
- ▶ Achten Sie darauf, auch Ihre Mitarbeiter in die Kommunikation einzubinden.
- ▶ Suchen Sie den Dialog zu Ihren Kritikern
- ▶ Kommunizieren Sie aktiv Ihre Nachhaltigkeitsmaßnahmen. Auch das kann Ihre Glaubwürdigkeit erhöhen
- ▶ Und erneut: Machen Sie eine systematische Aufstellung, **welche Zielgruppen** für Sie wichtig sind und analysieren Sie, welche Interessen und Erwartungen jede Gruppe gegenüber Ihrer Institution hat.

Keine Angst vor schwierigen Zielgruppen und Kritikern

- ▶ Verhaltensmuster „schwieriger“ Menschen, Kunden/Mitglieder, Vorgesetzte, Kollegen erkennen
- ▶ Missverständnisse vermeiden – wer fragt der führt!
- ▶ Wie empfinde ich? Wie und was empfindet der Andere?

Und ganz wichtig zum Schluss - **konstruktive Kritik** immer annehmen

Konstruktive Kritik annehmen

- 1 GENAU ZUHÖREN
- 2 NICHT UNTERBRECHEN
- 3 RÜCKFRAGEN STELLEN
- 4 KRITIK ALS HILFREICHES
FEEDBACK SEHEN
- 5 SICH DAMIT
AUSEINANDERSETZEN
- 6 KRITIKPUNKTE
UMSETZEN
- 7 DANKBAR SEIN UND
AUS DEINEN FEHLERN
LERNEN

Bitte geben Sie Ihr Feedback zur Veranstaltung

Bitte nutzen Sie dafür die vom IKW zur Verfügung gestellten Formulare, die wir auch im KBW erhalten und auswerten werden. Ihr Feedback ist für mich als Referent entscheidend und Gold wert.

Dritte und letzte Blitzlichtrunde

Ihr Feedback bisher?

Noch Fragen?

Weitere Wünsche und Anregungen?

Kontakt zum Referenten für weiterführende Fragen

XING: http://www.xing.com/profile/Christian_Mankel2

LinkedIn: <http://de.linkedin.com/in/christianmankel>

YASNI: <http://person.yasni.de/christian+mankel+1306023>

Web: <http://www.christianmankel.de>

E-Mail: dialog@christianmankel.de

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit
und viel Freude beim Vermehren der
gewonnenen Erkenntnisse 😊 sowie ein
schönes Restwochenende.