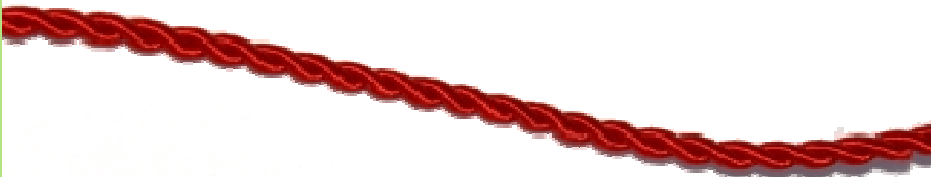


Arbeitshilfe zur Öffentlichkeitsarbeit Halkla İlişkilerle ilgili çalışmalarda Yardımcı Kılavuz



Herausgeber und Projekttrger / Yayımıcı ve Proje sorumlusu:

Stadt Ahlen / Ahlen Belediyesi
Integrationsteam / Uyum Ekibi
Westenmauer 10
59227 Ahlen



Kontakt / İrtibat

Stadt Ahlen / Ahlen Belediyesi
Integrationsteam / Uyum Ekibi
Ursula Woltering, Dipl.Pd.
Westenmauer 10
59227 Ahlen
E-Mail: wolteringu@stadt.ahlen.de
www.migration-ahlen.de

Die Broschre wurde ursprnglich im Rahmen des Seniorenprojekts „LernLabor“ entwickelt. Der Nachdruck erfolgt mit freundlicher Genehmigung. bersetzung: Mehmet Tanlı, Integrationsteam Stadt Ahlen.

Bu BroŖrler bir YaŖlılar Projesi olan „LernLabor“ erevesinde oluŖturulmuŖ ve kopya Baskı iin izin alınmıŖtır. Trkeye eviri: Mehmet Tanlı, Ahlen Belediyesi Uyum Ekibi.

© Copyright / oaltma hakkı

Dieses Dokument ist urheberrechtlich geschtzt. Jede Art der Verwendung oder Vervielfltigung, die nicht ausschließlich dem Selbststudium dient, bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung des Herausgebers.

Bu eserin telif hakkı saklıdır. Her trl kullanımı, oaltılması ve daıtılması iin yayımlayan kurumdan yazılı izin alınması gerekmektedir.

Inhaltsverzeichnis / İçindekiler



Impressum	01
1. Einführung	05
2. Medien und ihre Eigenschaften - Sie haben die Wahl!	05
3. Bedeutung der Öffentlichkeitsarbeit	09
4. Was gibt es zu beachten? Das kleine 1x1!	13
5. Jetzt geht es los - Wir machen uns bekannt!	15
5.1 Preetexte	15
5.2 Flyer, Handzettel und Broschüren	15
5.3 Pressekonferenz	19
5.4 Internet und Newsletter	21
5.5 Finanzierung	23
6. Quellenangabe	24

Künye	01
1. Giriş	06
2. Medya ve özellikleri	06
Seçim sizin!	
3. Halkla İlişkilerin önemi	10
4. Nelere dikkat etmek lazım? Küçük 1 e 1	14
5. Şimdi başlıyoruz- Kendimizi tanıtıyoruz	16
5.1 Basın metni	16
5.2 Flayer, El ilanı, Broşürler	16
5.3 Basın toplantısı	20
5.4 Internet Internet ve Haber bültenleri	22
5.5 Finanse etme	23
6. Kaynak beyanı	24

Vorwort

Aus der Werbung wissen wir, welchen großen Einfluss die Öffentlichkeitsarbeit und die Werbung der Firmen auf unsere Wahrnehmung des Herstellers und seiner Produkte hat. Pfiffige Namen, witzige Texte und griffige Botschaften werden mit Firmenzeichen und Waren verknüpft, die bei uns gezielt Wünsche und Bedürfnisse auslösen.

In der sozialen Arbeit funktioniert die Öffentlichkeitsarbeit für Veranstaltungen und Initiativen letztlich ähnlich. Auch hier gilt es neben Vermittlung der sachlichen Information bei dem Menschen positive Gefühle, Interesse und den Wunsch auszulösen, mitzumachen und dazugehören oder dabei sein zu wollen.

Gezielt kann auch hier das Image oder das besondere Profil einer Begegnungsstätte oder eines Projektes aufgebaut oder verändert werden. Einige Tipps und Informationen rund um das Thema Öffentlichkeitsarbeit haben wir in dieser Broschüre zusammengestellt.

Diese Arbeitshilfe richtet sich an ehrenamtlich Engagierte in den Migrantenorganisationen, Vereinen und Freiwilligenagenturen, aber auch an Integrationsräte und Multiplikatoren sowie diejenigen, die an einem Ehrenamt in der Integrationsarbeit interessiert sind.

Sie finden diese Materialien auch unter www.migration-ahlen.de im Internet.

Wir freuen uns, wenn Sie in unseren Arbeitshilfen und Checklisten Tipps und Anregungen für Ihre eigenen Projekte finden.



Önsöz

Hepimiz Reklamlardan tanırız Firmaların ürünlerini tanıtmak , tüketiciyi etkilemek için neler yaptıklarını. Kurnazca kullanılan isimler, zekice verilen mesajlar, yazılan Metinler Firmayı tanıtıcı semboller ve Ürünlerle bütünleşip doğrudan Alıcının ihtiyaç ve arzularına hitap etmektedir.

Sosyal işlerdede etkinlikleri düzenlerken insiyatif geliştirilirkende. Halkla ilişkiler, kamuoyu çalışması çok önemlidir. Bu çalışmalarda objektif, tarafsız bilginin yanında insanlara pozitif duygular verilmeli onların ilgilerini çekmeli ve dileklerine kulak verilmeli onları aktif katılıma çekerken aidiyet hissede verilmelidir.

Halkla ilişkilerde İmajda önemlidir. Bir buluşma merkezinin yada projenin belirgin özellikleri, görünüşü gün ışığına çıkmasıdır. Bu Broşürde Halkla ilişkiler konusunda birkaç tane akıl, tavsiyeyi sizler için derledik. Bu yardımcı kılavuz göçmen derneklerinde, gönüllüler ajansında, uyum meclislerinde fahri olarak çalışan, görev alan uyum için çalışan çalışkan, gayretli insanlara hitap etmek için yazılmıştır.

Bu çalışma malzemelerini www.migration-ahlen.de adlı Internet sayfamızda bulabilirsiniz.

Projelerinizde bu hazırladığımız bilgilerden faydalanmanız bizleri mutlu edecektir.



Einführung



1. Einführung

Mit einer intensiven Öffentlichkeitsarbeit können Sie Termine und Angebote Ihrer Einrichtung oder Ihres Projektes in den verschiedenen Medien, wie Zeitungen, Internet, Broschüren oder Aushänge, umfassend bekannt machen.

Durch eine gute Darstellung Ihrer Angebote z.B. in der Presse, werden die Menschen auf Ihre Aktivitäten aufmerksam und interessieren sich dafür. Veranstaltungen werden gut besucht und dieser Erfolg freut nicht nur alle Aktiven, sondern ermutigt auch, neue Projekte und Initiativen zu starten.

Durch gezielte Öffentlichkeitsarbeit und Werbung kann zudem das Image einer Einrichtung oder eines Projektes sehr bewusst gesteuert, d.h. aufgebaut oder verändert werden. Vieles geschieht gerade in der Integrationsarbeit im Verborgenen - das ist oftmals schade, denn zahlreiche Menschen sind auf der Suche nach Angeboten und möchten sich beteiligen. Diese können durch Öffentlichkeitsarbeit erreicht und einbezogen werden.

2. Medien und ihre Eigenschaften - Sie haben die Wahl!

Die Öffentlichkeitsarbeit kann mit verschiedenen Medien durchgeführt werden. Einige davon sind:

- Zeitung
- Internet
- Broschüre
- Flyer
- Handzettel
- Plakat
- Aushang
- Vortrag und Präsentation
- Radio und Fernsehen.



Alle Medien haben verschiedene Eigenschaften, die Sie auf der nächsten Seite miteinander vergleichen können.

Giriş

1. Giriş

Sıkı bir Kamuoyu çalışmasıyla Kurumunuzu yada kendinizi farklı medya alanlarında örneğin gazetelerde, internette, broşürlerle ve ilan ederek kapsamlı olarak tanıtabilirsiniz.

Çalışmalarınızı gazetelerde İyi bir tanıtımla insanları aktivitelerinize kazanmış onların dikkatini çekmiş olursunuz. Bu sayede Etkinliklerinize katılım artar tüm aktif çalışanlar elde edilen başarıyla yeni projeleri , insiyatifleri kurma ve hayata geçirmede motive olurlar.

Hedefe kilitlenen bir Kamuoyu çalışması ve reklamla tanıtımla İmajınız yada Prozenis bilinçli şekilde yönlendirilmiş hazırlanmış, değiştirilmiş olur. Uyuma yönelik yönelik yapılan çalışmalarda ne yazıkki genelde yapılanlar kitleye ulaşmıyor. Oysaki bir çok insan bu konuda hizmet almak, projelere katılmak istiyor. İşte bu gruba ulaşmanın ve onları çalışmalara kazanmanın en kısa yolu Kamu oyu çalışmaları ve halkla ilişkileri yoğunlaştırmaktır.

2. Medya ve özellikleri- Seçim sizin

Kamuoyu çalışması farklı medya unsurlarıyla yürütülebilir. Bunlardan bir kaç şunlardır:


- Gazete
- İnternet
- Broşürler
- Flayer
- El İlanı
- Afiş
- Brifing ve Sunma
- Radyo ve Televizyon



Her medya dalının özelliği farklıdır. Bir sonraki sayfada bu farkı göreceksiniz.


Medien und ihre Eigenschaften



	<u>Nachhaltigkeit</u> Wie lange wird die Information wahrgenommen?	<u>Kosten</u> Wie viele Kosten entstehen uns?	<u>Erreichbarkeit der Zielgruppe</u> Wie viele Menschen erreichen wir?	<u>Informationsgehalt</u> Wie viel Information können wir vermitteln?	<u>Aktualität</u> Wie „frisch“ ist die Information?
Zeitung	+	-	+++	+++	+++
Internet	+++	+	++	+++	+++
Broschüren z.B. Veranstaltungskalender	+++	+++	++	+++	+
Flyer und Handzettel	+++	++	++	+	++
Plakate und Aus-hänge	++	++	++	++	+++
Vorträge und Prä-sentatio-nen	+	-	+	+++	+++
Radio und Fernsehen	+	-	+++	+++	+++

+++ sehr hoch ++ hoch + gering - keine

Medya ve özellikleri

	<u>Süreklilik / Devamlılık</u> Ne kadar Bilgiler algılanacak, değerlendirilecek?	<u>Harcamalar</u> Bize ne kadar masraf çıkacak?	<u>Hedef kitleye Ulaşma</u> Ne kadar insana ulaşacağız ?	<u>Bilgi Hacmi</u> Ne kadar Bilgi aktarabiliriz ?	<u>Güncellik Vermek istenilen</u> Bilgi ne kadar yeni ve taze?
Gazete	+	-	+++	+++	+++
Internet	+++	+	++	+++	+++
Broşürler Örneğin Etkinlikler Takvimi	+++	+++	++	+++	+
Flayer ve El ilanları	+++	++	++	+	++
Afişler ve Duyurular	++	++	++	++	+++
Brifingler, Sunumlar	+	-	+	+++	+++
Radyo ve Televizyon	+	-	+++	+++	+++

Puanlama: +++ çok önemli ++önemli + önemsiz - hiç biri

Bedeutung der Öffentlichkeitsarbeit



Öffentlichkeitsarbeit bedeutet für mich...

„...Bekanntmachung und Werbung für unsere Angebote, denn dann kommen neben unseren Stammgästen auch andere in unser Haus. Auf dass das Haus voll werde!“

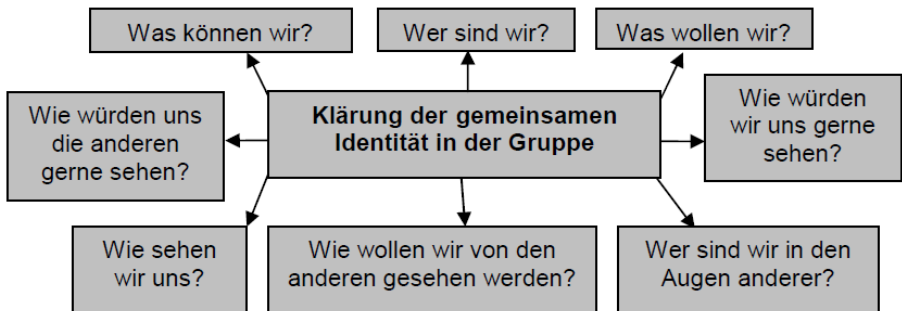
Maria Huse, Ehrenamtliche Vorsitzende des „Hausrates“ im Mittrops Spieker in Ahlen, einem intergenerativen Treffpunkt

3. Bedeutung der Öffentlichkeitsarbeit

Um sich in der Öffentlichkeit zu präsentieren, sollten Sie sich darüber im Klaren sein, wer Sie sind und was Sie erreichen wollen. Sie müssen sich mit den Fragen auseinandersetzen: Welche Identität hat meine Gruppe/Einrichtung? Was macht meine Gruppe aus und wie unterscheidet sie sich von anderen Gruppen?

Hier geht es nicht allein um sachliche Fakten, sondern auch um Gefühle, wie Vertrauen und Sympathie. Um als Gruppe ein Wir-Gefühl zu vermitteln, benötigen Sie eine gemeinsame Identität, die sich nach außen darstellen lässt.

Versuchen Sie einmal die folgenden Fragen zu beantworten. Sie werden sehen, dass Sie danach ein deutliches Selbstbild der Gruppe haben und damit an Selbstsicherheit gewinnen:



Halkla ilişkilerin önemi

Kamuoyu çalışması benim için şudur...

„Çalışmalarımızı Duyurma ve Tanıtım için çok önemli bir olay. Bu sayede Kurumumuza bizi tanıyanların dışında başka insanlara ulaşmış oluyoruz ve bu sayede Etkinliklerimizde doluluk sağlıyoruz.”

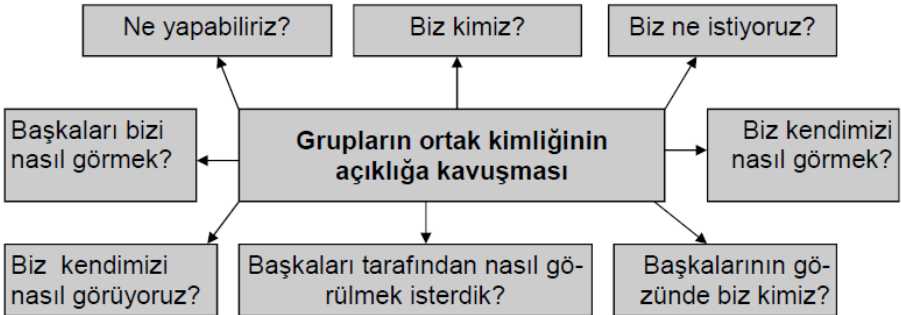
Maria Huse, Ahlen Mittrops Spieker Sosyo Kültürel Merkezinin gönüllü İdare merkezi başkanı

3. Halkla ilişkilerin önemi

Kamuoyuna kendinizi tanıtmamız için önce sizin kendinizi tarif konusunda kafanızın berrak olması ve ulaşmak istediğiniz şeyi bilmeniz lazım.

Önce şu soruları kendinize sormanız lazım: Benim grubum yada Kurumum hangi kimliğe sahip? Benim kurumumu diğerlerinden farklı kılan unsurlar nelerdir? Tüm bu konularda olguların yanında duygulara hitap etme, güven ve sempatiye çok önemlidir ve göz ardı edilmemesi lazım. Grup olarak bir bütünlük sağlamanız, ”biz” duygusunu dışarı vermeniz için ortak bir kimliğe ihtiyacınız vardır.

Aşağıda bulunan soruları cevapladığınızda kendinize ait bir markanız olduğunu ve kendinize daha güvenle bakacağınıza inanıyoruz.:



Bedeutung der Öffentlichkeitsarbeit



Um das Wir-Gefühl Ihres Vereins zu steigern, können Sie sich zusammen einen pfiffigen Namen, ein knackiges Motto, wie auch ein gemeinsames Erscheinungsbild aller Veröffentlichungen und ein Logo ausdenken.

Dieses Erscheinungsbild zeigt Ihr Wir-Gefühl, ihre Identität und Ihre gemeinsamen Zielvorstellungen auf.

Der Name, das Motto und auch das Logo stellen Ihr „Aushängeschild“ dar. Sie stellen sich in einem Netzwerk von vielen AkteurlInnen transparent dar und haben mit der Öffentlichkeitsarbeit ein Mittel, Informationen aus Ihrer Gruppe an Interessierte weiterzugeben.

Zwei Beispiele für solch ein gemeinsames Erscheinungsbild:

In Ahlen findet man die meisten Aktivitäten in der Integrationsarbeit unter dem Motto:



Der Integrationsrat hat das Logo:



Hier wird immer der gleiche Rot-Ton aufgegriffen und beide Logos erzeugen durch die Grafik, die stilisiert Figuren oder auch Bewegungen darstellen könnten, einen dynamischen Eindruck.

Der Beckumer Integrationsrat hat sein Logo über einen Wettbewerb gefunden. In diesem „Band der Nationen“ spiegelt sich v.a. die kulturelle Vielfalt Beckums wider:



Halkla ilişkilerin önemi

Derneğinize biz duygusu yaratmak ve onu artırmak için birlikte kur-nazca isimler bulabilir, kulağa hoş gelen bir Slogan, derli toplu bir topluluk tablosu çizebilir kamuoyu tarafından her zaman sizi tanıyacak Amblem düşünebilirsiniz.

Bu görüntünüz sizin birlik duygunuzu , kimliğinizi ve ortak hedefleriniz olduğunuzu gösterir.

İsim, Slogan ve Amblem sizin Tabelanızdır. Kamuoyu çalışması sizle-rin bir iletişim ağının Aktörlerine yada başka ilgi duyanlara aktarmak istediğiniz bilgileri şeffaf, berrak ve en hızlı biçimde ulaştırmada yardımcı olur.

Bunlara iki tane örnek verecek olursak:

Ahlendeki Uyum çalışmalarının, Aktivitelerinin bir çoğunda aşağı-daki slogan kullanılır:



Uyum Mecliside aşağıdaki Amb-lemle tanınır:



Bu her iki Amblemdede çizimdede daima kırmızı renk benimsemiştir. Her iki Amblemdede Grafik sayesinde Figür lar stilize edilerek hem hare- ket hemde dinamik bir görünüm verirler.

Beckum Uyum Mecliside açtığı bir yarışma sonucu Amblemini yaratmıştır. Bu Amblemdede Milletler Bandı Beckumun kültürel çeşitliliğini gösterir.



Was gibt es zu beachten? Das kleine 1x1!

4. Was gibt es zu beachten? Das kleine 1x1!

Um Ihren Verein in der Öffentlichkeit aussagekräftig und gut zu präsentieren, sollten Sie einige Kriterien einhalten.

Ihre Veröffentlichungen:

- weisen einen „roten Faden“ auf, also einen durchgehenden Gedankengang,
- haben einen Wiedererkennungswert, z.B. durch ein Logo,
- beinhalten leicht verständliche Texte,
- geben immer Herausgeber und Kontaktdaten an - nicht die E-Mail oder Homepage der Einrichtung vergessen,
- sprechen die Zielgruppe persönlich an,
- werden mit Fotos oder Zeichnungen aufgelockert,
- werden regelmäßig von Ihnen aktualisiert und gesammelt.

Die Einrichtung eines Presseverteilers (Auflistung der Zeitungen, Radio, Lokalfernsehen, die Ihre Mitteilungen erhalten) und die persönliche Kontaktaufnahme zu den RedakteurInnen der einzelnen Lokalzeitungen erleichtern Ihnen die Öffentlichkeitsarbeit sehr.

Die persönliche Ansprache kostet ein wenig Überwindung, doch Sie werden sehen, dass Sie schon bald bekannt sind und auch mehr Unterstützung bekommen.



Öffentlichkeitsarbeit bedeutet für mich...

„...viel Spaß im Umgang mit den SeniorenInnen.“

Elmar Klaesener, Ehrenamtlicher Redakteur des Newsletters vom „Oldie-Computer-Club-Ahlen“ OCCA

Nelere dikkat etmek lazım? Bire bir küçük!

4. Nelere dikkat etmek lazım? Bire bir küçük!

Derneğinizi Kamuoyunda önemli ve iyi biçimde tanıtmak istiyorsanız aşağıdaki kıstaslara uymanız gerekiyor.

Yayımlarınızda:

- Fikirlerinizi vurgulamada sürekli kırmızı çizginiz olsun
- Örneğin Ambleminiz sayesinde yeniden hemen tanınmalısınız
- Kolay anlaşılabilir içerikli metinler kullanınız
- Yayımcı ve İrtibat bilgilerini verin ve Elektronik posta adresinizi varsa Derneğinizin İnternet sayfanızın adresini vermeyi unutmayın
- Hedef kitlenize direkt hitap etmeyi unutmayın
- Fotoğraflar ve çizimler kullanılırsa habere hareket ve canlılık verir
- Haberleri ve Fotoğrafları devamlı toplayın ve yenileyin

Bir Basın Dağıtım Bürosu kurmak (Sizden Bilgi almak isteyen yada Bilgi yollamak istediğiniz Gazetelerin, Radyo yada Yerel TV ların Listesi) onların yerel gazetelerin Muhabirleri, çalışan Personelleriyle bire bir ilişkiler kurmak sizin Kamuoyu çalışmanızı çok kolaylaştıracaktır.

Onlarla tanışmanız yüz yüze görüşmeleriniz sayesinde daha çok tanıyacak ve ilerde daha çok destek göreceksiniz.




Benim için Kamuoyu çalışması demek...

„...zevkle yaşlılara hizmet vermek onlarla ilgilenmek, birlikte olmaktır.“

Elmar Kläsener, „Oldie-Computer-Club-Ahlen“ OCCA Dergisinin Gö-nüllü Muhabiri

Jetzt geht es los - Wir machen uns bekannt!



5. Jetzt geht es los - Wir machen uns bekannt!

5.1 Pressetexte

Beim Verfassen eines Zeitungsartikels können Sie einige Grundregeln beachten. Sie sollten:

1. verständliches und korrektes (Duden-) Deutsch benutzen,
2. keine direkte Ansprache wählen (nicht: „Sie sind herzlich eingeladen...“ oder „Wir trafen uns am Montag...“),
3. die sechs W-Fragen (Wer, Was, Wann, Wo, Wie, Warum) im ersten Drittel des Textes beantworten,
4. auf Eigenlob und Übertreibung verzichten,
5. Fachausdrücke vermeiden,
6. Abkürzungen erklären,
7. Vornamen und Nachnamen ausschreiben (nicht „Frau Müller“, sondern „Katharina Müller“).

5.2 Flyer, Handzettel und Broschüren

Grundsätzlich gelten auch für einen Flyer, einen Handzettel oder eine Broschüre die Gesichtspunkte aus Kapitel 3. Mit einem Flyer (z.B. beidseitig bedrucktes DIN A4-Faltblatt) oder Handzettel (z.B. einseitig bedrucktes DIN A5-Blatt) können Sie die Menschen direkt ansprechen. Zudem ist weniger manchmal mehr. Ihr Flyer oder Handzettel sollte die notwendigen Informationen kurz und knapp zusammenfassen und ansprechend gestaltet sein (z.B. mit Fotos / Zeichnungen).

Die Broschüre hingegen hat inhaltlich mehr Substanz. Sie ist ausführlicher und behandelt die einzelnen Themen intensiver. Durch Werberinserate können Sie eine Broschüre finanzieren oder teilfinanzieren. Die „Lebensdauer“ einer Broschüre ist wesentlich länger als die eines Flyers oder Handzettels. Ein Handzettel muss nicht viel kosten, vielleicht übernimmt Ihr Träger die Kopierkosten. Fragen Sie einmal nach, vielleicht haben Sie Erfolg! Als anschauliches Beispiel einer Broschüre beschreiben wir Ihnen auf der nächsten Seite einen Veranstaltungskalender.

Şimdi işe başlayalım - Kendimizi tanıtalım!

5. Şimdi işe başlayalım - Kendimizi tanıtalım!

5.1 Basın Metinleri

Bir Gazete haberi kağıda dökerken bazı temel kurallara dikkat etmek gerekiyor. Şunların yapılması gerekir:

1. Anlaşılır ve düzgün bir (Duden) Almanca kullanınız
2. Kişiye direkt hitap etmekten kaçınınız (böyle değil : „Sie sind herzlich eingeladen...“ yada „Wir trafen uns am Montag...“),
3. Altı tane W li soruları (Wer, Was, Wann, Wo, Wie, Warum) metni ni ilk çeyreğinde cevaplandırın
4. Kendinizi övmeyin abartmayın
5. Bilim dilini kullanmayın
6. Kısaltmalara açıklama getirin
7. İsim ve Soyadları birlikte yazınız (nicht „Frau Müller“, sondern „Katharina Müller“).

5.2 Flayeler, El İlanları ve Broşürler

Esas itibarıyla Flayeler, El İlanları ve Broşürler için 3. Kapitaldaki (örneğin iki taraflı basılmış DIN A4 büyüklüğünde Broşür) yada (tek taraflı basılmış DIN A5 büyüklüğünde basılmış El ilanı kurallar geçerlidir. Bu malzemelerle insanlara direkt hitap etmiş olursunuz. Ayrıca Flayerinizi El ilanlarınızı zorunlu olan bilgileri kısa ve öz olarak özetleyin ve şekillendirin (örneğin fotoğraflarla/ çizimlerle).

Broşürlere gelince onlarda diğer tanıtım malzemelerine göre içerik olarak daha can alıcı noktalar bulunur. Broşürler daha çok detaylıdır ve konular teker teker yoğun olarak incelenir.

Alacağınız reklam ilanlarıyla bir Broşürün tamamını yada kısmen finanse edebilirsiniz. Bir Broşürün elde kalması, okunma süresi Flayelere ve El ilanlarına göre daha uzundur.El ilanının fazla pahalı olması gerekir. Bazı durumlardada destek veren kurum kağıt masraflarını üstlenebilir. Destek verebilecek yada bağlı olduğunuz kurumlara sorunuz belki başarılı olacaksınız. Örnek olarak anlaşılabilir şekilde bir sonraki sayfada bir Broşürü bir Etkinlik takviminde size izah edeceğiz.

Jetzt geht es los - Wir machen uns bekannt!

Veranstaltungskalender:

Ein Veranstaltungskalender ist eine Jahresübersicht über die Angebote einer oder mehrerer Senioreneinrichtungen und gibt den BürgerInnen Ihrer Stadt einen Überblick über das bestehende Angebot.

Dazu müssen Sie regelmäßig Termine sammeln und ordnen. Wenn Ihr Verein mit anderen Gruppen zusammen arbeitet, können Sie auch diese Termine in den Kalender mit aufnehmen, so können die Kosten geteilt werden. Bei vielen KooperationspartnerInnen übernimmt idealerweise eine Einrichtung die Sammlung der Termine.

Die Erstellung eines stadtweiten Veranstaltungskalenders ist ein tolles Ergebnis einer Zusammenarbeit zwischen verschiedenen PartnerInnen. Den Kalender können Sie in Apotheken, Beratungsstellen, öffentlichen Gebäuden oder beim Arzt auslegen. Er ist eine tolle Werbung für Sie!



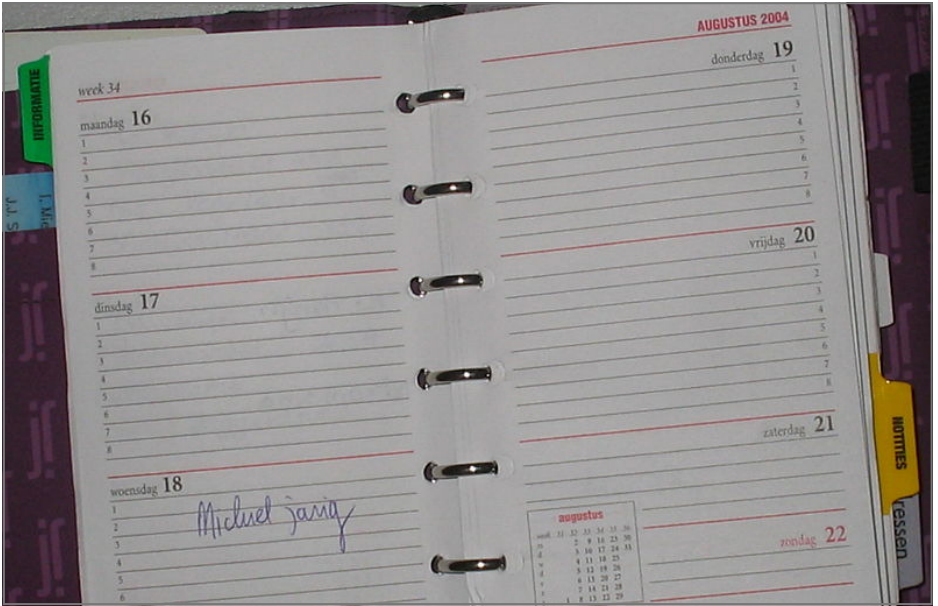
Şimdi işe başlıyalım - Kendimizi tanıtalım!

Etkinlikler Programı:

Etkinlikler takvimi bütün bir yıl boyunca bir yada bir çok Yaşlılar bakım evinin bulunduğu şehirde yaşayan insanlara planladığı etkinlikleri gösterir.

Bunun için düzenli olarak Etkinlik günleri toplanır ve onlar sıraya konulur. Şayet Derneğiniz başka bir grupla çalışıyorsa onların etkinliklerini de takvime almalısınız. Bu vesileyle masraflarda bölüşülmüş olur. Çok ortaklı etkinliklerde ideal olması isteniyorsa sadece bir Grup Tarihleri toplar ve düzenler.

Şehrin tümündeki toplantı, etkinlikleri bir takvimde toplamak o şehirdeki kurumların ortak çalışmaların güzel bir neticesi olarak görülür. Bu Program takvimini şehirdeki Eczanelerde, Danışma servislerinde, Kamuya ait Dairelerde yada Doktor muayenehanelerine sergileyebilir, bırakabilirsiniz. Bu sizin, yaptığınız iş için mükemmel bir Tanıtım, reklam olacaktır.



Jetzt geht es los - Wir machen uns bekannt!

5.3 Pressekonferenz

Eine Pressekonferenz oder ein Pressegespräch berufen Sie ein, wenn Sie eine größere Aktion planen, die Sie gern ausführlich vorstellen möchten.

Bevor Sie zur Pressekonferenz einladen, gibt es einiges vorzubereiten:

Zuerst überlegen Sie sich den Inhalt Ihrer Pressekonferenz und fragen u.U. bei Ihrem Träger nach, ob er damit einverstanden ist. Sie bereiten für die VertreterInnen der Presse einen Presstext vor, der Ihre Mitteilungen noch einmal zusammenfasst und auch Hintergründe erklärt.

Nun stimmen Sie ab, wer die Moderation übernimmt und wie die Pressekonferenz inhaltlich abläuft. Überlegen Sie, wie und was Sie präsentieren möchten und welche Geräte (z.B. Beamer) Sie benötigen. Weiter klären Sie, wen Sie einladen möchten (SchirmherrIn?) und wann und wohin (vielleicht auch einmal im Rathaus oder in die Moschee?) Sie einladen.

Verschicken Sie die Einladungen an die Presse und die sonstigen Gäste zusammen mit der Tagesordnung (zeitlicher Ablauf der Inhalte) und der Bitte um Rückmeldung zu einem bestimmten Termin (möglichst einige Tage vor der Konferenz). So sind Sie optimal für diesen Termin vorbereitet!



Öffentlichkeitsarbeit bedeutet für mich...

„...als Pressesprecherin der Stadt Ahlen, den Ahleiner Bürgerinnen und Bürgern Verwaltungshandeln transparent, ehrlich und verständlich zu vermitteln. Gleichzeitig liegt mir daran, den Blick auf die vielfältigen positiven Aspekte zu lenken, die das Leben in Ahlen so lebenswert machen.“

Claudia Fröde, Pressereferentin der Stadt Ahlen

Şimdi işe başlıyalım - Kendimizi tanıtalım!

5.3 Basın toplantısı

Bir Basın toplantısı yada Basın açıklamasını büyük bir Aksiyon yapmak ve kamuoyunu detaylı bilgilendirmek istiyorsanız yapınız.

Basın Toplantısına Basını ve başka insanları davet etmeden önce bazı şeylerin hazırlanması gerekir: Önce yapacağınız açıklamanın konuşma içeriğini iyice düşünün ve bunu varsa bağlı olduğunuz kuruma kabul ediyorlarmı diye sorun. Toplantıya gelecek olan Basın mensuplarına açıklamalarınızın kısa özeti olan arka planda kalanları açıklayan bir Metin hazırlayın.

Bu arada kendi aranızda Bası toplantısını kimin üstleneceğine, yöneteceğine dair bir Sunucuda ve içerik, akış konusunda karar kılın. Basın toplantısında herhangi bir şey görsel olarak sunulacaksa hangi cihazlar (örneğin Beamer gibi). Daha başka iş olarak kimleri, nereye ö, ne zaman ve hangi günde davet edeceksiniz (Hamiliği üstlenenler, belki Belediye Binasına yada İnanç kurumuysanız Camiiyemi davet edeceksiniz).

Basına yada diğer misafirlere yollayacağınız davetiyede gündem maddeleri (saatler ve içerikler) mutlaka bulunmalıdır. Basın toplantısından bir kaç gün önce Basın temsilcileri ve başka davetlilerin toplantıya katılıp katılmayacaklarına dair geri bildirim almayı unutmayın. Tüm bunları yaparsanız basın toplantısını en iyi şekilde hazırlamış olursunuz.

Benim için Halkla İlişkiler demek:

„Ahlen Belediyesi Basın sözcüsü olarak Ahlenli vatandaşlarımıza şehir idaresini, çalışmalarını berrak, dürüst ve anlayacakları biçimde tanıtmak, aracı olmaktır. Aynı zamanda pozitif bir görüntüyle Ahlen'deki yaşamın kalitesini, değerini vurgulamada yönlendirme görevini yerine getirmektir.“

Claudia Fröde, Ahlen Belediyesi Basın Sözcüsü



Jetzt geht es los - Wir machen uns bekannt!

Öffentlichkeitsarbeit bedeutet für mich...

„...nah am Menschen zu sein und meine Arbeit zu präsentieren. Sie ist ein wichtiges Element meiner Arbeit.“

Brigitte Wieland, Pädagogische Mitarbeiterin der Familienbildungsstätte in Ahlen

5.4 Internet und Newsletter

Das Internet ist für die Öffentlichkeitsarbeit eine große Bereicherung. Wenn Ihre Senioreneinrichtung eine eigene Internetseite hat, können Sie dort mit relativ wenig Aufwand aktuelle Termine einstellen. Sollten Sie keine Internetseite haben, fragen Sie bei Trägern vor Ort oder der Stadt, ob Sie Ihre Informationen auf deren Seite stellen können. Vielleicht findet sich jemand in Ihrem Bekanntenkreis, der sich mit der Erstellung einer Homepage auskennt.

Trauen Sie sich - es wird sich auszahlen!

Ein weiterer Vorteil des Internets ist das Versenden eines Newsletters bzw. einer Info-Mail per Email, so können Sie kostengünstig Informationen an Interessierte und KooperationspartnerInnen weiterleiten.

www.migration-ahlen.de
Schauen Sie doch mal rein!



Şimdi işe başlıyalım - Kendimizi tanıtalım!

Benim için Halkla İlişkiler demek...

„...yaptığım işi tanıtmada insanlara çok yakın olmak demektir. Ayrıca belirtmeliyimki bu işimin çok önemli bir parçasıdır.“

Brigitte Wieland, Pedagojik Çalışman Familienbildungsstätte Ahlen

5.4 İnternet ve Haber Bilgilendirme Servisi

İnternet Halkla İlişkiler çalışmalarında büyük bir zenginliktir. Şayet Kurumunuzun kendisine ait bir İnternet tanıtım sayfası varsa çok az bir zahmetle orada güncel etkinliklerinizi duyurabilir, tanıtabilirsiniz. Şayet İnternet sayfanız yoksa üst, çatı kuruluşunuza yada Belediye kurumlarına sorarak yollamak istediğiniz bilgileri onların sayfasına koyarak vatandaşlara yani hedef kitlenize ulaşabilirsiniz.

Belki yakın çevrenizden birisi bu konuda uzmansa sorup onada bir İnternet sayfası planlaması, kurması konusunda ricada bulunabilirsiniz. Çekinmeyin sorun çünkü bunu yapmanıza deęecektir.

www.migration-ahlen.de
Sitemizi ziyaret ediniz!

İnternetin dięer iyi bir yanında Elektronik posta yoluyla çok ucuz biçimde Haberleşmede. Haber yollamada ortak çalıştığınız kurumlara ve vatandaşla ulaşmada yardımcı ol-



Jetzt geht es los - Wir machen uns bekannt! / Quellen

5.5 Finanzierung

Wenn Sie sich in der Öffentlichkeit bekannt machen wollen, benötigen Sie dafür auch ein wenig Geld. Sie können Ihre Kosten für z.B. entstandene Plakate oder Flyer jedoch durch verschiedene Möglichkeiten reduzieren.

Informieren Sie sich bei einer Druckerei, ab wann es Mengenrabatt gibt oder bieten Sie einen Teil des Plakates oder des Flyers als Werbefläche an. So können Sie schon einen Großteil der entstandenen Kosten wieder einnehmen.

Vielleicht können Sie auch an einem Tag der offenen Tür ein bisschen Geld einnehmen, indem Sie beispielsweise gespendeten Kuchen verkaufen.

Gleichzeitig können Sie Ihre Einrichtung oder Ihre Gruppe bekannter machen. Ihnen stehen alle Möglichkeiten offen! Sie müssen es einfach nur ausprobieren!



6. Quellenangabe

Kerger, Peter: Werben mit Konzept. Fachwissen, Tipps, Checklisten Teil 1, GABAL Verlag; Offenbach 2000

Kerger, Peter: Werben mit Konzept. Fachwissen, Tipps, Checklisten Teil 3. GABAL Verlag; Offenbach 1999

Bilder: www.pixelio.de
Wikipedia



Şimdi işe başlıyalım - Kendimizi tanıtalım! / Kaynak

5.5 Finansman

Şayet kendinizi Kamuoyunda tanıtmak isterseniz elbette bu işin biraz masrafıda olacaktır ve bunun için biraz paraya ihtiyaç duyulacaktır. Yolladığınız Afişler ve Broşürlerin masraflarını çeşitli imkanlarla aşağıya çekebilirsiniz.

Bunun için bir Matbaaya çok sayıda alışlarda alım miktarı üzerinden yapılan indirim sorabilir Afişin bir kısmını Reklam olarak finanse edebilirsiniz. Bu vesileyle ortaya çıkan masrafların büyük bir kısmını bu yolla geri kazanmış olursunuz.



Çalışmaların bir kısmını finanse etmenin diğer bir yolda Açık kapı günü düzenleyerek o gün bağışlanan pastaları, yiyecekleri satmaktır. Böyle bir günde aynı zamanda kurumunuzu, grubunuzuda tanıtmış olursunuz. Finanse etmek için bir çok imkan bulunmaktadır. Bunların bazılarını denemeniz gerekmektedir !

6. Kaynak

Kerger, Peter: Werben mit Konzept. Fachwissen, Tipps, Checklisten Teil 1, GABAL Verlag; Offenbach 2000

Kerger, Peter: Werben mit Konzept. Fachwissen, Tipps, Checklisten Teil 3. GABAL Verlag; Offenbach 1999

Fotoğraflar: www.pixelio.de
Wikipedia





Der Bürgermeister
Fachbereich Jugend und
Soziales

Service für Jugend, Familien
und Senioren
Weststraße 57
59269 Beckum

0 23 82 / 59 0
www.beckum.de

Kontakt:

Herbert Essmeier
Tel.: 0 25 21 29 430

Heinz-Jürgen Meyer
Tel.: 0 25 21 29 470



Der Bürgermeister
Fachbereich Jugend und
Soziales

Integrationsteam
Westenmauer 10
59227 Ahlen

0 23 82 / 59 0
www.ahlen.de

Kontakt:

Ursula Woltering
Tel.: 0 23 82 / 59 467

Maria Nortmann
Tel.: 0 23 82 / 59 765

Das Förderkonzept "KOMM-IN NRW - Innovation in der kommunalen Integrationsarbeit - eine Förderung durch das Land NRW", unterstützt die Kommunen bei der Aufgabe, die Prozesse in den Kommunen zu optimieren. Ziel der Förderung ist es, die Angebote, Strukturen und Prozesse zur Aufnahme von Menschen mit Zuwanderungsgeschichte in den Kommunen und durch die Kommunen nachhaltig zu verbessern. Sie sollen durch Innovation effizienter und effektiver werden.

Eyaletimize gelmek (KOMM-IN NRW) Teşvik Tasarımı Kuzey Ren Vesfalya Eyaletinin Belediyelerin Entegrasyon çalışmalarını, yenilikleri ve en elverişli şekilde olmasını destekler. Teşviğin amacı, Göçmen kökenlilerin göç ettikleri bölgelere yerleştirilmesi sürecindeki hizmetleri, kalıcı ve etkili biçimde düzenlenmesine yardımcı olmaktır. Çünkü tüm bu işlemler etkin ve düzgün olmalıdır.



gefördert vom
Ministerium für Arbeit,
Integration und Soziales
des Landes Nordrhein-Westfalen

