



Think Big

...und mach auf dich aufmerksam.

1. Warum ist Öffentlichkeitsarbeit wichtig? Was habt ihr davon?

Ihr habt euch mit Freunden zusammengetan, um in eurem Viertel etwas zu verändern und zu gestalten. Öffentlichkeitsarbeit macht euer Engagement sichtbar. Sicherlich möchtet ihr euren Freunden und allen anderen zeigen, was ihr schon auf die Beine gestellt und bewirkt habt. Vielleicht braucht ihr auch noch weitere Mitstreiter für euer Projekt. Oder ihr wollt euch mit ähnlichen Projekten vernetzen und Unterstützer gewinnen.

Ein Beispiel:

Eine Gruppe von Jugendlichen hat in ihrem Viertel eine „Breakdance-Werkstatt“ ins Leben gerufen, in der andere Jugendliche Workshops besuchen können. Natürlich müssen die Workshop-Termine bekannt gegeben werden. Außerdem möchten die Jugendlichen mit erfahrenen Breakdancern in Kontakt treten und Erfahrungen austauschen. Damit die Gruppe auch von außen als Gruppe erkennbar wird, soll ein Sponsor für gemeinsame T-Shirts gefunden werden.

2. Wie fangt ihr an?

a. Projektbeschreibung: Was macht ihr und was könnt ihr?

Nachdem ihr euch auf ein Projekt geeinigt und auch schon darüber diskutiert habt, fällt es euch sicher leicht, diese Frage mit ein oder zwei Sätzen zu beantworten. Die Projektbeschreibung braucht ihr, um an andere Jugendliche, Unterstützer oder die Lokalzeitung heranzutreten.

Für unser Beispiel heißt das kurz und knapp:

„Wir können breakdancen und wollen das den Jugendlichen aus unserem Viertel beibringen.“

b. Zielgruppe: Wem möchtet ihr das zeigen?

Interessenten für euer Projekt gibt es reichlich. Stellt euch einfach selbst folgende Fragen:

Wer interessiert sich für euch?

In unserem Beispiel sind das in erster Linie Jugendliche, die einen Breakdance-Workshop besuchen wollen. Sicherlich interessiert sich aber die gesamte Nachbarschaft dafür, was in ihrem Viertel passiert. Auch Schülerzeitungen oder Lokalzeitungen berichten gerne von der neu gegründeten Breakdance-Werkstatt.

Wer greift das Thema bereits auf?

Werft einen Blick in den Stadtplan, ins Telefonbuch oder ins Internet.



Wer könnte hilfreich sein?

Fragt im Freundes- und Bekanntenkreis nach.

c. Inhalt: Was könnt ihr den Leuten zeigen?

Es ist immer leichter, an schon Bestehendes anzuknüpfen, als das Rad neu zu erfinden. Überlegt deshalb, welche Projektergebnisse ohnehin vorliegen. Dreht ihr einen Film, solltet ihr zur feierlichen Film Premiere einladen. Macht ihr Fotos oder malt Bilder, könnt ihr eine Ausstellung im

Rathaus organisieren. Aus Kochrezepten entsteht vielleicht ein kleines Kochbuch. Euren Ideen sind keine Grenzen gesetzt: Vom Flashmob bis zur Buchveröffentlichung ist alles möglich!

Zurück zu unserem Beispiel: Die Breakdance-Werkstatt plant zum Projektabschluss einen öffentlichen Breakdance-Battle auf dem Marktplatz. Zu diesem Event sollen auch professionelle Breakdancer und sogar der Bürgermeister eingeladen werden. Außerdem produzieren die Jugendlichen fortlaufend kleine Videoclips von ihren Moves, die sie auf der Think Big Online- Plattform und auf YouTube veröffentlichen.

3. Wie könnt ihr den Leuten davon erzählen?

Oft funktioniert Mund-zu-Mund-Propaganda am besten. Erzählt einfach allen Freunden, Bekannten und euren Familien von dem Projekt. Wenn die eure Idee ebenfalls weitererzählen, weiß bald das ganze Viertel davon. Die Breakdance-Werkstatt hat sogar ihren T-Shirt-Sponsor über diesen Weg gefunden: Die Jugendlichen berichteten einem Freund von dem Projekt, der erzählte es seinem Onkel; dieser wiederum arbeitet in einer Textildruckerei und setzte sich dort für das Sponsoring von 30 bedruckten T-Shirts ein.

Doch allein darauf könnt ihr euch nicht verlassen. Nutzt aktiv weitere Möglichkeiten, um auf euch aufmerksam zu machen:

Pflegt und teilt euren Blog auf der **Think Big Online-Plattform**. Informiert über Neuigkeiten aus eurem Projekt, ladet Videos und Fotos hoch, gewinnt Facebook-Likes und vernetzt euch mit anderen Projektmachern. Je voller, informativer und bunter eure Seite, desto mehr Leute werden von euch erfahren. Legt auch auf **Facebook** eine Seite für euer Projekt an

Flyer und Plakate sind ein einfaches Instrument, um eure Veranstaltungen und Aktionen bekannt zu machen. Nutzt dafür die Gestaltungsvorlagen aus dem Downloadbereich auf www.think-big.org oder erstellt eigene Materialien. Denkt daran, genügend Zeit für den Druck der Flyer oder Plakate einzuplanen. Die Druckpreise können sehr unterschiedlich sein. Holt deshalb mehrere Angebote ein und nutzt meist kostengünstigere Druckereien im Internet (z.B. flyeralarm.de, flyerpilot.de, print24.com).

Auch **Pressearbeit** kann Großes erreichen. Mit Hilfe eurer Projektpartner vor Ort ist das gar nicht schwer. Holt euch Ratschläge für das Schreiben von Einladungen und Pressemitteilungen, die ihr den Stadtteilzeitungen, Schülerzeitungen und Radiosendern aus der Region anbietet. Gerade lokale Medien berichten gerne über Neuigkeiten aus ihrem Umfeld. Nutzt auch hier die Vorlagen für die Pressearbeit im Downloadbereich.

4. Was ist sonst noch wichtig?

a. Wer macht was, mit wem und warum?

Wenn ihr Ideen, Zielgruppen und konkrete Maßnahmen für eure Öffentlichkeitsarbeit entwickelt habt, solltet ihr einen Zeitplan erstellen. Verteilt konkrete Aufgaben und legt Deadlines fest. Zum Beispiel: Amira gibt einen Monat vor der Veranstaltung die Flyer in den Druck, Malik verschickt zehn Tage vorher eine Presseeinladung und Daniel sendet am Vortag noch einen letzten Erinnerungspost über Facebook. Ein oder zwei Personen sollten die Hauptverantwortung für die Öffentlichkeitsarbeit übernehmen. Sie behalten immer den Überblick über alle Aktivitäten.

Die Öffentlichkeit dauerhaft zu informieren, ist sehr wichtig. Denn je öfter man von eurem Engagement hört, desto besser wird man sich auch an euch erinnern.

Hier ein Einblick in den Zeitplan aus unserem Beispiel:

| Aufgaben Öffentlichkeitsarbeit | Verantwortlich | Mai | Juni | Juli | August |
|--|----------------|-----|-------|----------------------|--------|
| Laufende Ansprechpartner | Malik und Tina | | | | |
| Breakdance- Workshops | | | | 10.07 Bis 12.07 | |
| Workshoptermine im Freundes- und Bekanntenkreis bekannt geben | Alle | | | | |
| Handzettel zur Verkündung der Workshops gestalten | Amira | | | | |
| Workshops im Blog/ auf facebook verkünden | Daniel | | 10.06 | Reminder am 08.07 | |
| Breakdance-Battle usw. | | | | | 14.08 |

a. Wen kann ich fragen?

Bei der Planung und Umsetzung der Öffentlichkeitsarbeit stehen wir euch mit Rat und Tat zur Seite. Wir, das sind eure Projektpartner vor Ort und die Deutsche Kinder- und Jugendstiftung. Erzählt uns von eurer Planung, gemeinsam finden wir Lösungen und entwickeln Ideen.

Zeigt Veröffentlichungen vor dem Druck bitte eurem Projektpartner vor Ort.