5. Netzwerktreffen

im neuen Schloss Kisslegg

02. Oktober 2025

Starke Kinder chancenreich
Landkreis Ravensburg

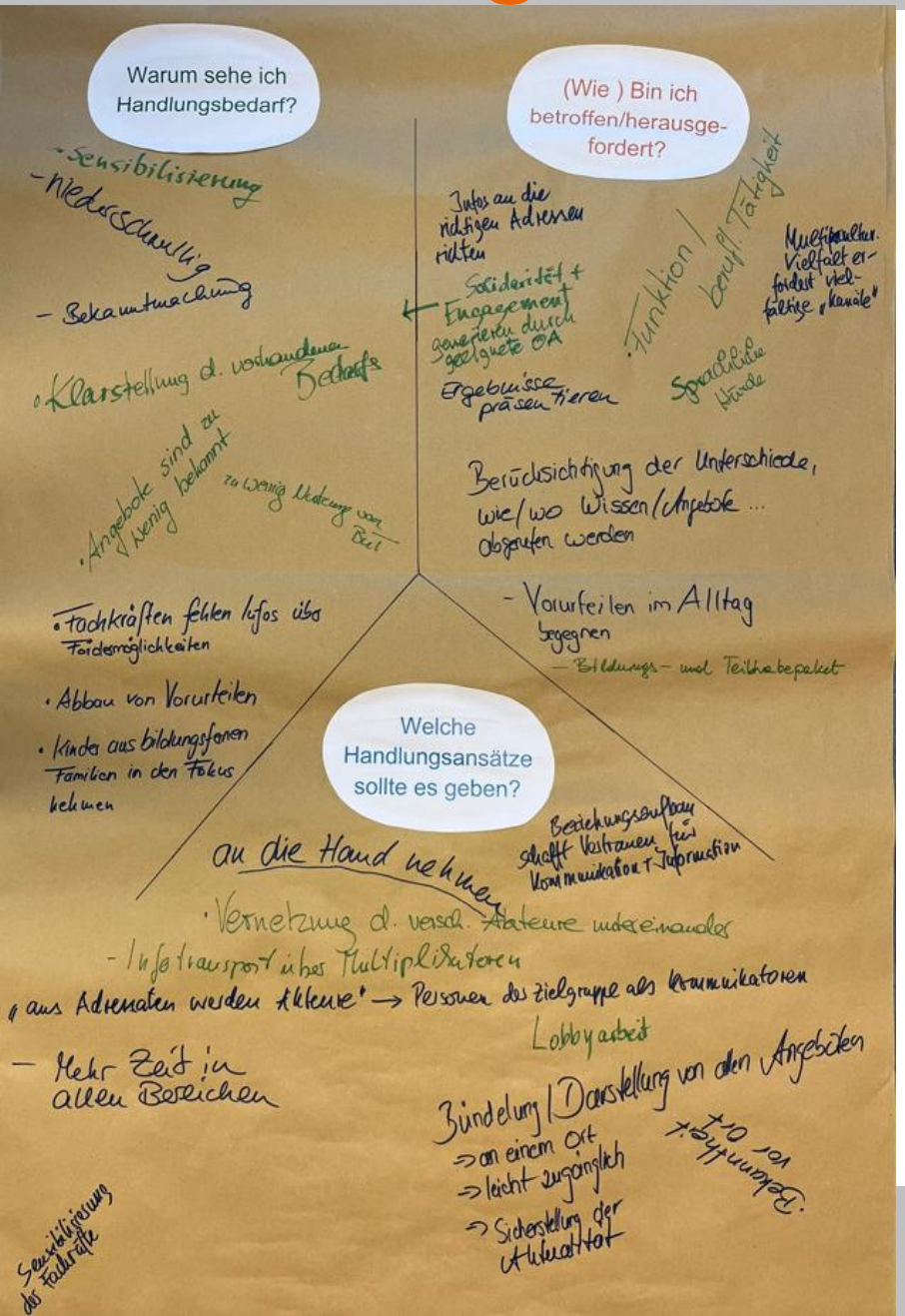
stepS.rv

LANDKREIS RAVENSBURG

Denkanstoß

- Was sind unsere/meine Berührungspunkte zur **Öffentlichkeitsarbeit**?
- Was **erzählen** wir Freunden über unsere Arbeit, unser Projekt, unsere Ziele?
- Kennen wir den **Informationsbedarf** unserer Zielgruppe?
- Wie zeigen wir auf, welchen **Nutzen** unsere Arbeit hat?
- Welche **Botschaften** wollen wir vermitteln?
- Kennen wir unsere Adressaten, deren **Erreichbarkeit**, deren Rolle?
- Haben wir Erfahrung mit unterschiedlichen **Medien?**
- ……

Herleitung



Handlungsbedarf:

- **Sensibilisierung**, Vorurteile abbauen, Solidarität / Engagement erzeugen
- **Infos** für Fachkräfte, Angebote **bekannter** machen
- Tatsächlichen **Bedarf verdeutlichen**
- **Erreichen** „bildungsferner" Zielgruppen
- Ergebnisse und Effekte **aufzeigen**

Herausforderungen:

- Ziel-/**Passgenauigkeit** von Infos
- **Nutzerverhalten** der Zielgruppen
- ÖA passt oft nicht zu **Funktion/Rolle/Person**
- **Sprachliche** Herausforderungen

Handlungsansätze:

- **Multiplikatoren** und **Netzwerke** nutzen
- **„An die Hand nehmen"** von Personen der Zielgruppe
- Personen der **Zielgruppe** als Multiplikatoren **ermuntern** und **einbeziehen**
- **Beziehungen** aufbauen, Vertrauen schaffen, direkter kommunizieren
- **Bündeln** von Infos an zentraler Stelle, Aktualität der Infos, Barrierefreiheit
- Klassische L**obbyarbeit** / Politik, …..

Was will (unsere) Öffentlichkeitsarbeit?

Wer sagt was - über welchen Kanal - zu wem?

- **Kontaktaufbau** – Zielgruppendefinition, Wahl der Kommunikationsmittel und Botschaften
- **Imagepflege** – Aufbau und Pflege eines positiven Images in der Öffentlichkeit
- **Informationsvermittlung** – Bereitstellung relevanter Informationen
- **Beziehungspflege** – zu Zielgruppen, verschiedenen Interessengruppen, Medien, allgemeine Öffentlichkeit

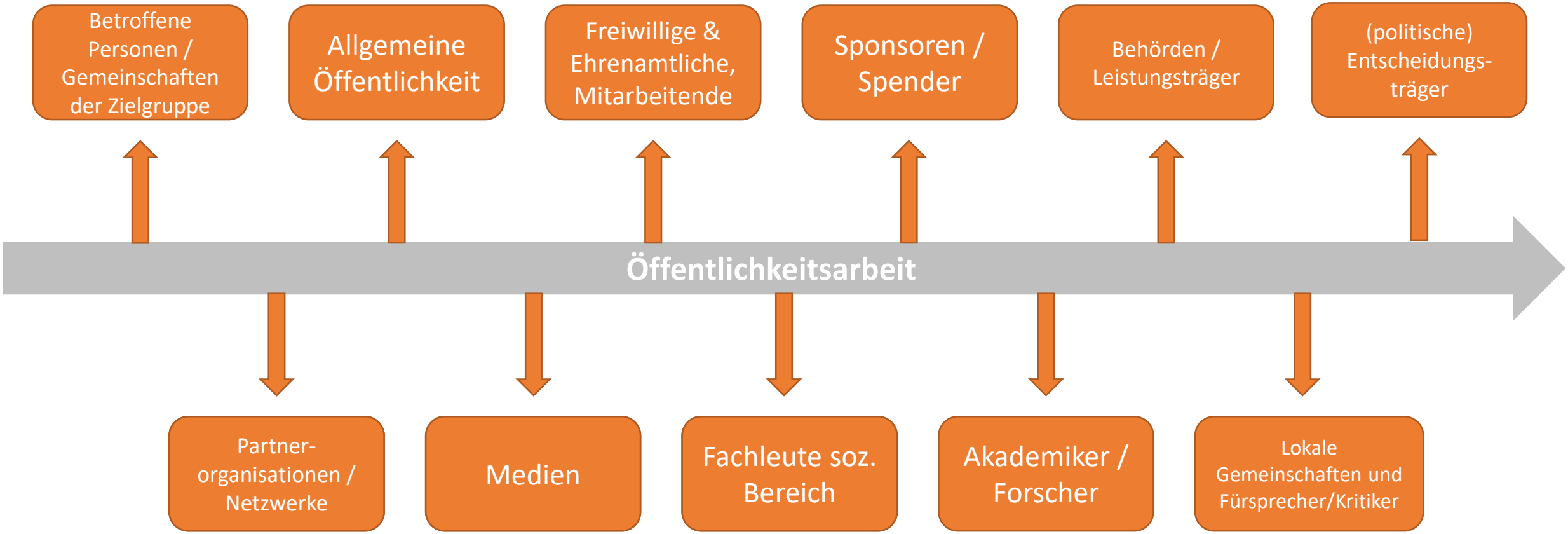
Öffentlichkeitsarbeit vs. Werbung

Öffentlichkeitsarbeit	Werbung und Information
Gestaltung der gesamten Unternehmenskommunikation	Infos über Produkte, Dienstleistungen, Anlässe
Dialog mit (allgemeiner und fachlicher) Öffentlichkeit	Einseitige Botschaft, konkrete Information
Feste globale Zielgruppe(n)	Fokussierte, wechselnde Zielgruppe(n)
Langfristig, strategisch, systematisch	Kurzfristig, terminiert
Zentral entwickelt und umgesetzt über wenige Multiplikatoren/innen	Schneeballeffekt auch über Mitwirkung der Zielgruppe
etc.	etc.

Methoden der Öffentlichkeitsarbeit

Welche weiteren Methoden und/oder Instrumente nutzen Sie?

Zielgruppen für die Öffentlichkeitsarbeit



Checkliste Öffentlichkeitsarbeit

- **Zielsetzung** definieren: „Unser Hauptziel und der Zweck für die ÖA?
- **Zielgruppen** identifizieren: „Wer soll erreicht werden mit welchen Inhalten?“
- **Botschaften** formulieren: „Wähle klare Inhalte. Geschichten oder Daten zur Verdeutlichung?“
- **Kommunikationskanäle** auswählen: „Passt das zur Zielgruppe? Erreichen wir eine hohe Abdeckung?“
- **Strategie** erstellen: „Planen Sie zeitliche Abfolgen von Veröffentlichungen. Bedenken Sie die Ressourcen.“
- **Design** und Branding festgelegen: „Wiedererkennung herstellen, ansprechendes Erscheinungsbild“

Checkliste Öffentlichkeitsarbeit

- **Inhalte** produzieren: „Verschiedene Formate. Was spricht wen am besten an? Was entspricht meiner Botschaft?“
- **Veröffentlichung** planen: „Multiplikatoren und Netzwerke nutzen“.
- **Interaktion**sstrategie umsetzen: „Zu Rückmeldungen ermuntern, auf Rückmeldungen der Zielgruppe reagieren“
- **Nachverfolgung** nutzen: „Wurde Reichweite erzielt? Gibt es Wirkungseffekte? Kann ich z.B. Umfragen nutzen?“
- **Krisenkommunikation**splan erstellen: „Können negative Effekte entstehen? Plan, negative Entwicklungen einzufangen?“
- **Verbesserungen** initiieren: „Was funktioniert (nicht)? Passen Sie an“

Welche Aspekte sind für die Öffentlichkeitsarbeit zur Armutsprävention von Kindern und Jugendlichen besonders bedeutsam?

Stellen Sie sich diese Frage vor dem Hintergrund

- des **Handlungsbedarfs**
- der **Herausforderungen**
- der **Handlungsansätze** oder guten Erfahrungen
- Ihrer **eigenen Öffentlichkeitsarbeit**
- der Möglichkeiten des **steps.rv Präventionsnetzwerks**

Ideen der ÖA für steps.rv

Welche **Unterstützungsbedarf** sehen Sie für Ihre eigene Öffentlichkeitsarbeit?

Wie können wir im Netzwerk **voneinander profitieren**?

Wollen wir das **Thema vertiefen** (AG, Anlässe nutzen, z.B. „Mach Dich stark Tage“, Workshop mit ÖA-Experten/in, ….?)

Welche Öffentlichkeitsarbeit sollte **steps.rv als gemeinsames Netzwerk** umsetzen?

Welche gemeinsamen Aspekte sollten dabei **im Vordergrund** stehen?

Könnten bestimmte **Infos/Inhalte** über steps.rv **gebündelt** werden?

(Gegenseitige) Informationen

stepS.rv

Online-Infotreffen am
Mi. 15.10. um 17 Uhr

passt.rv

stepS.rv

AG Übergänge am
Do. 06.11. von 15 – 17 Uhr
PH Weingarten

https://www.mach-dich-stark.net/mds-tage/
Vom 17. – 23.11.2025

Öffentlichkeitswirksame Aktionen in der Region?

MACH DICH STARK

LANDKREIS RAVENSBURG