

# Praktische Öffentlichkeitsarbeit für Vereine

 Förderprogramm „Integration durch Qualifizierung IQ“

## Impressum

### Herausgeber:

IQ Netzwerk Mecklenburg-Vorpommern, FABRO e.V., Waldemarstraße 33, 18057 Rostock



### Autorin:

Franka Pannwitz

Alle Rechte vorbehalten

©2022

Das Förderprogramm „Integration durch Qualifizierung (IQ)“ wird durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales gefördert.



In Kooperation mit:



# Grundlagen der Öffentlichkeitsarbeit für Vereine

Vereine bestehen aus freiwilligen Mitgliedern, die sich in einer Vereinssatzung einem oder mehreren gemeinsame Zielen verschrieben haben. In der Regel arbeiten die Vereinsmitglieder ehrenamtlich. Sie treiben gemeinsam Sport, führen Veranstaltungen und Aktionen durch oder bieten Lehrgänge an.

Nach der Vereinsgründung stecken sie häufig viel Kraft in die gesteckten Aufgaben. Dabei ist es nicht ganz einfach, auch im Blick zu behalten, dass die Vereine in ihre Bekanntheit investieren müssen. Denn neben den satzungsmäßigen Aufgaben, gibt es weitere – es müssen:

- neue Mitglieder geworben werden
- Spendengelder gesammelt oder Sponsoren gefunden werden
- Veranstaltungen publik gemacht werden.

Dafür gibt es die Möglichkeit, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zu machen.

## Was unterscheidet Pressearbeit von Öffentlichkeitsarbeit?

Durch Pressearbeit möchte man in etablierten Medien dargestellt werden – in Zeitungen, Zeitschriften, im Radio, im Fernsehen. Diese Medien sind weit verbreitet, haben oft eine treue Leser- oder Zuhörerschaft und genießen bei vielen Menschen Vertrauen in eine seriöse Berichterstattung. Mit der Pressearbeit wendet man sich an Journalisten, die diese Medien gestalten und ist damit auch von deren Interesse abhängig.

### Pressearbeit

Pressemitteilung  
Pressemappe  
Pressegespräch / Hintergrund  
Pressekonferenz  
Interview  
Kontaktpflege zu Journalisten

Mittels Öffentlichkeitsarbeit können Vereine hingegen direkt kommunizieren. Um das erfolgreich zu tun, sollte man wissen:

- was man erreichen möchte (die Ziele festlegen)
- wen genau man ansprechen möchte (die Zielgruppe definieren)
- wodurch man sich von anderen Vereinen unterscheidet (Was macht uns einzigartig?)
- wie man nach aussen in Erscheinung treten möchte (Vereins-Identität).

# Öffentlichkeitsarbeit

## Offlinemedien

### Druckmedien

Flyer  
Plakate  
Vereinszeitung  
Postkarten  
Broschüre

Briefbogen  
Visitenkarte

### Werbung

Werbebeschenk  
Zeitungsannonce  
Plakatwand

Influencer

Vereinskleidung

### Stadt und Raum

Vereinsschild  
Wegweiser  
Orientierungssystem  
Banner, Fahnen  
Rollup

### Danke sagen

Brief, Einladung,  
Geschenk

### Veranstaltungen

Tag der offenen Tür  
Feste  
Wettkämpfe

Beteiligung an oder  
gemeinsame Planung  
von Events mit anderen  
Institutionen

Infostände  
Mitgliederversammlung  
Podiumsdiskussion  
Vortrag, Seminar

## Onlinemedien

### Bildschirmmedien

Website  
Blog

Fotogalerie  
Video  
Podcast  
TV-Spot

### Soziale Medien

Instagram  
Facebook  
Youtube  
Twitter etc.

Bewertungen, Foren,  
Likes

### Messenger

WhatsApp  
Facebook Messenger  
Instagram Messenger  
etc.

E-Mail

## **Bestandsaufnahme**

### **Das ist mein Verein**

Mit welchen Themen beschäftigt sich mein Verein?

Welche Mitglieder hat mein Verein und welche Fähigkeiten bringen sie mit?

Was macht uns besonders?

### **Das sind unsere Ziele**

Welche Ziele möchten wir mit der Öffentlichkeitsarbeit erreichen?

Die Projektziele nach der SMART-Regel formulieren:

S – spezifisch, M – messbar, A – attraktiv, R – realistisch, T – terminiert

### **Wen möchten wir erreichen? Unsere Zielgruppe**

Demografische Merkmale: Alter, Geschlecht

Sozioökonomische Merkmale: Bildungsstand, Einkommen

Psychografische Merkmale: Meinungen, Wünsche, Motivation, Werte, Lebensstil

Warum genau diese Zielgruppe?

Wie können wir die Zielgruppe erreichen?

### **Ist-Zustand der Öffentlichkeitsarbeit**

Wer kümmert sich um die Öffentlichkeitsarbeit in meinem Verein?

(Welche Personen mit welchen Fähigkeiten?)

Was machen wir schon?

Wie viel Zeit investieren wir dafür?

Wie erfolgreich sind wir damit?

Messbar – wie können wir den Erfolg messen?

Social-Media-Likes, Website-Statistiken, Mitgliederanmeldungen ...

Was läuft gut und soll beibehalten werden?

Was könnten wir ändern?

### **Welche Themen kann mein Verein kommunizieren?**

Was macht mein Verein regelmäßig?

Welche konkreten Ziele verfolgen wir gerade?

Welche langfristigen allgemeinen Ziele verfolgen wir?

Was für besondere Veranstaltungen oder Aktionen planen wir gerade?

# Öffentlichkeitsarbeit in der Praxis

## Canva – Design für alle

Das Online-Programm *Canva* ermöglicht es allen Menschen, zu gestalten. Der Name des Programms leitet sich von „Canvas“ ab, auf Deutsch „Leinwand“.

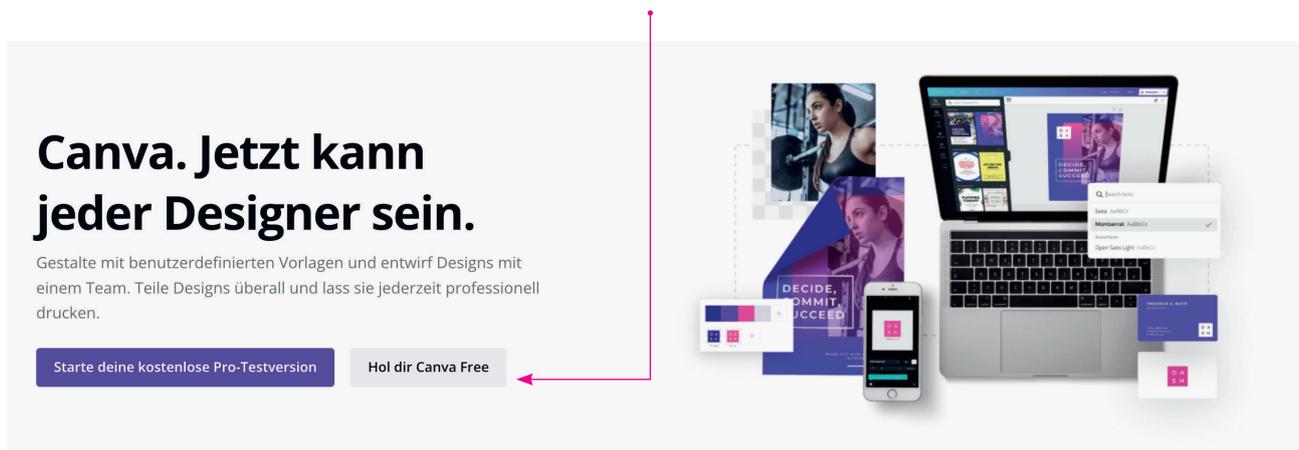
Viele Funktionen sind in dem Programm integriert: Man kann damit Kompositionen gestalten, Bilder bearbeiten, Texte einfügen und formatieren, man erhält Zugriff auf tausende Fotos, Illustrationen und Schriften und kann seine Arbeiten mit einem Klick veröffentlichen.

Ein Großteil der Funktionen ist kostenlos. Damit ist das Programm ganz besonders für die Öffentlichkeitsarbeit von gemeinnützigen Vereinen geeignet.

## Das Programm Canva kennenlernen

Ein Rundgang durch das Programm und seine Möglichkeiten – [www.canva.com](http://www.canva.com)

Um mit Canva kostenlos arbeiten zu können, melden Sie sich an über den Button „**Hol dir Canva Free**“.



## Canva ist intuitiv und integrativ gestaltet.

Intuitiv: Man versteht es ohne Anleitung.

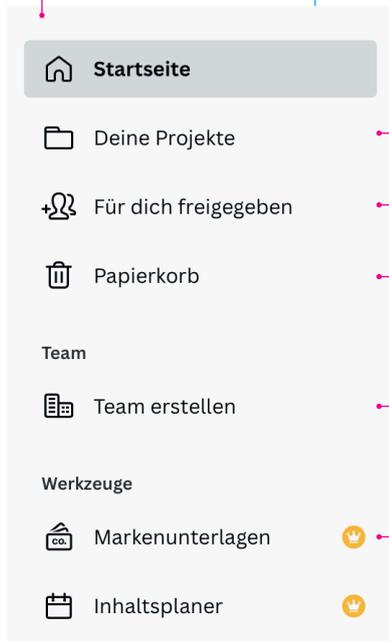
Integrativ: Es gibt unterschiedliche Zugänge zu den Inhalten. Man kann über die Suchfunktion zugreifen, über Textmenüs, über Icons oder über verlinkte Fotos.

Oben befindet sich das Hauptmenü:



Hamburger-Menü – dahinter verbirgt sich das Seitenmenü mit den personalisierten Funktionen:

Ihre Konto-Informationen sind bei dem Zahnradsymbol hinterlegt.



Hier sind Ihre Designs gespeichert, Ihre Ordner und Bilder.

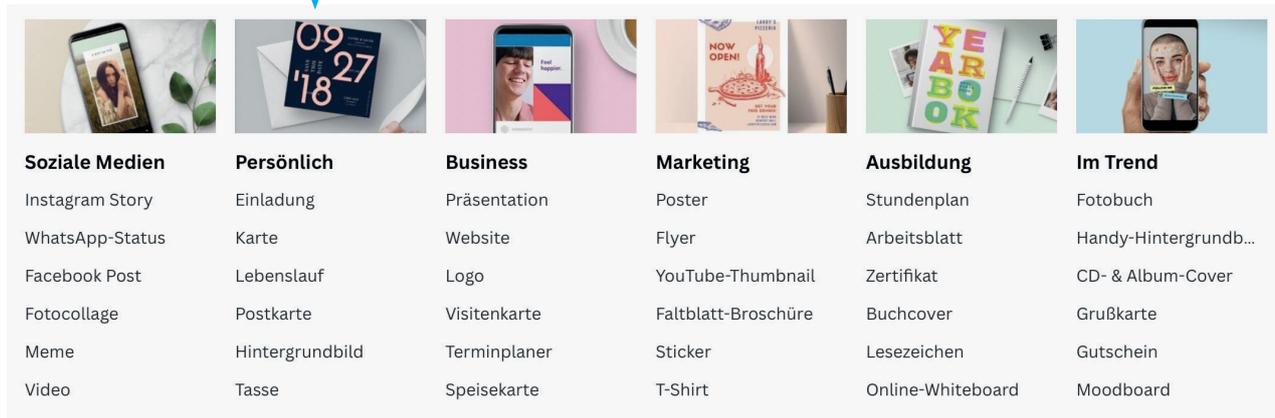
Hier finden Sie Projekte, an denen Sie mit anderen zusammenarbeiten.

Aus Versehen gelöscht? Kein Problem, vom Papierkorb aus lässt sich alles wiederherstellen. Oder endgültig löschen.

Hier können Sie Mitglieder Ihres Vereins zur Teamarbeit einladen.

Die goldene Krone bedeutet, dieses Angebot ist kostenpflichtig.

Das Mega-Menü zeigt alle Inhalte nach Themen sortiert.



## **Canva Vorteile**

Canva hat tausende Vorlagen für nahezu jede Art von Projekt. Die Vorlagen enthalten Beispielbilder und Beispieltexte. Diese sind grafisch anspruchsvoll gestaltet und sehr einfach anzupassen. Es gibt vorgefertigte Textblöcke, Illustrationen, Fotos, Videos und Sounds.

Mit Canva gestalten ist einfach. Das Programm ist intuitiv und integrativ gestaltet, es gibt viele Anleitungen, in Videos und als Texte. Die Hilfe-Funktion findet man unter der Leinwand bei jedem Projekt.

Fast für jedes denkbare Medium können Sie gestalten und veröffentlichen. Ob für den Druck oder für den Bildschirm, für verschiedene Social-Media-Anwendungen gibt es Vorlagen und die direkte Möglichkeit der Veröffentlichung.

Gemeinnützige Organisation können kostenfreien Zugriff auf Premium-Funktionen beantragen. Sie können mit anderen Mitgliedern des Vereins an Projekten zusammenarbeiten und Materialien für andere Mitglieder zur Verfügung stellen.

Mit Canva spart man viel Geld – beispielsweise für die Anschaffung von Software oder für das Kaufen von Bild- und Schriftlizenzen.

## **Canva Nachteile**

Die Vielzahl der Funktionen macht es schwer, unter den Vorlagen den Überblick zu behalten. Obwohl es im Grunde alles gibt, erfordert es Zeit, genau die passende Vorlage zu finden.

Auch wenn es tausende Vorlagen gibt, kann es passieren, dass jemand anderes die gleiche Vorlage verwendet. Es besteht Verwechslungsgefahr.

Wenn die Vorlage nicht genau auf die eigenen Inhalte passt, wird die Anpassung komplizierter und erfordert doch ein geschultes Auge.

Viele Videos und Tutorials gibt es nur auf Englisch.

Auch wenn Canva kostenfrei ist, an einigen Stellen entstehen doch Kosten – spätestens, wenn Sie Ihre Entwürfe drucken lassen möchten. Einige Bilder sind mit einem Wasserzeichen versehen, um sie zu nutzen, muss erst eine Lizenzgebühr bezahlt werden.

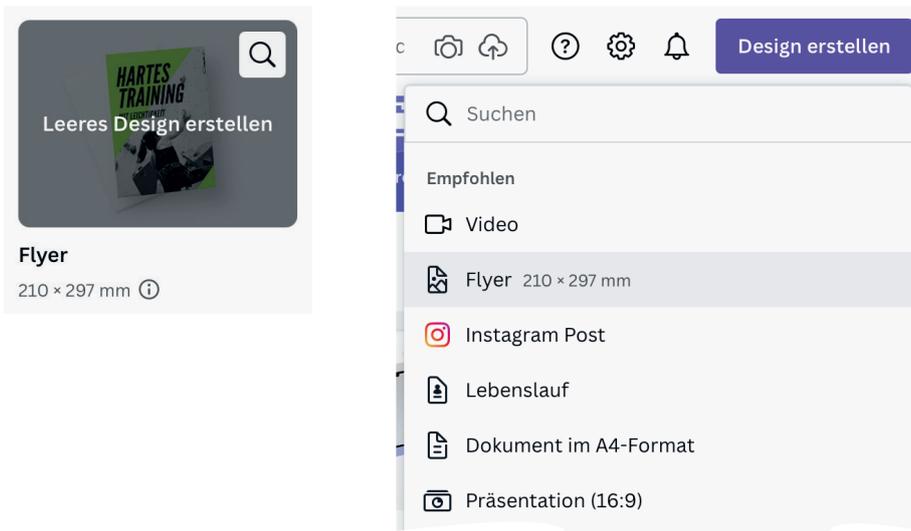
Zusammenfassend kann man sagen, dass die Vorteile überwiegen.

# Erstellung eines Flyers in Canva auf Grundlage einer Vorlage

## – gemeinsam Schritt für Schritt

### ► Auswahl einer Vorlage

Zwei von vielen Möglichkeiten, um zu den Flyer-Vorlagen zu gelangen:



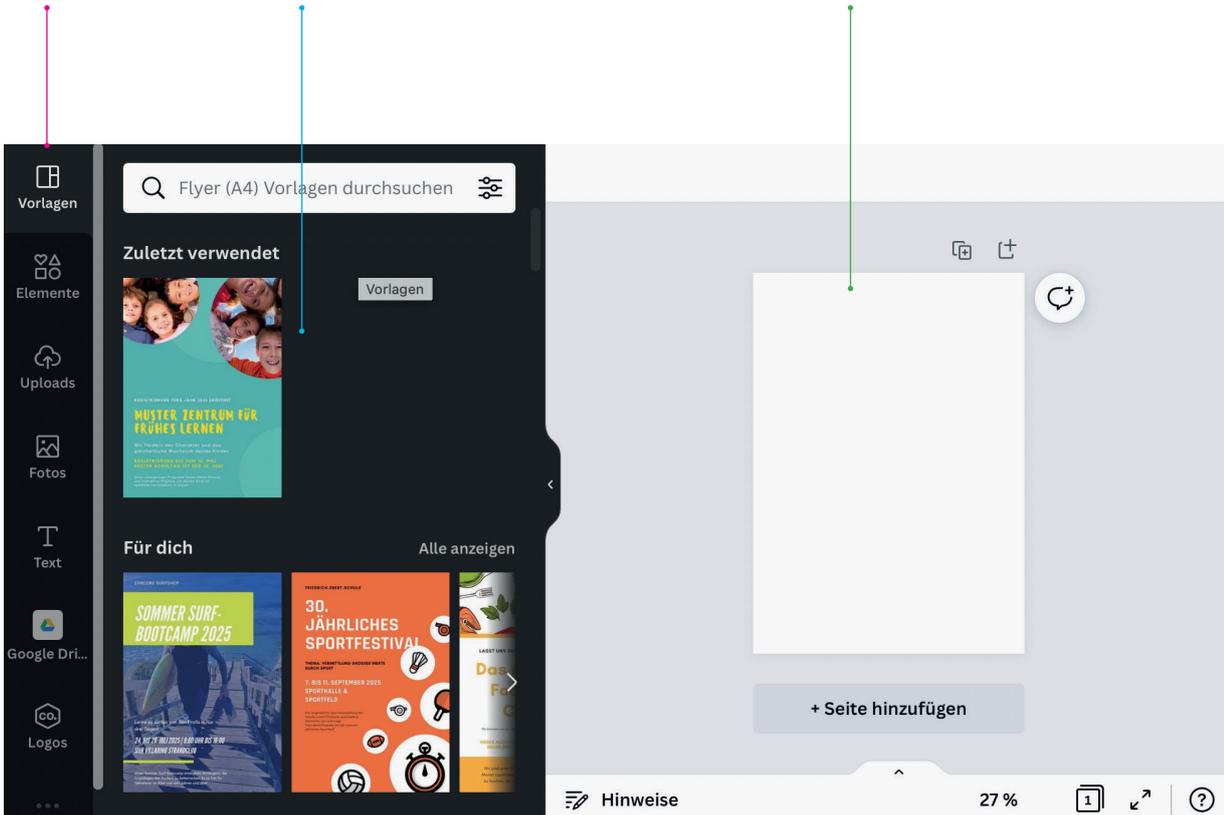
Die Oberfläche besteht aus drei Spalten:

Menü

Bibliothek

und

Leinwand.



Wählen Sie eine Vorlage aus, klicken und ziehen Sie diese auf die leere Leinwand. Eine Gestaltung besteht aus Linien, Flächen, Farben, Bildern, Formen und Texten. Alle diese Elemente können gelöscht und bearbeitet werden.

### ► Elemente bearbeiten

Um ein Element zu löschen wählen Sie es aus und klicken dann die Löschen-Taste.

Um ein Element zu bearbeiten, wählen Sie es zuerst aus. Es wird dann türkis umrahmt:



Um seine Position zu ändern klicken und ziehen Sie gleichzeitig.

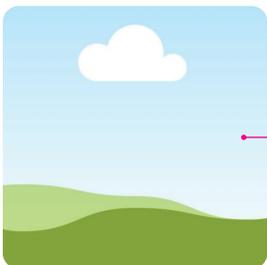
Um seine Größe zu ändern klicken Sie auf die Eckpunkte und ziehen.

Um es zu drehen klicken und ziehen Sie das Symbol mit den gebogenen Pfeilen.

### ► Bildmaterial einfügen

In der Menüleiste links unter „Elemente“ finden Sie umfangreiches Material – neben Fotos, Grafiken und Videos auch Audio-Dateien. Aber auch Diagramme, Tabellen, Formen und Raster ...

Leere Rahmen enthalten zunächst das Bild einer Landschaft mit Himmel. Klicken Sie auf ein Bild in der Bibliothek und ziehen Sie es in den Bildrahmen. Mit einem Doppelklick auf das Bild können Sie es innerhalb des Rahmens neu positionieren.



Um ein eigenes Bild einzufügen klicken Sie auf das Element und wählen in der Leiste links „Uploads“. Es öffnet sich ein Menü. Über den violetten Button können Sie Bilder von der Festplatte Ihres Computers hochladen.

## ► Texte verändern

Mit der Auswahl eines Textes wird über der Leinwand das Textmenü eingeblendet.



Damit können Sie:

Eine andere Schriftart auswählen

Eine andere Schriftgröße wählen

Die Farbe verändern

Den Text fett oder kursiv stellen

Die Ausrichtung ändern – zentriert, linksbündig, rechtsbündig

Eine Aufzählung gestalten

Dem Text Effekte hinzufügen

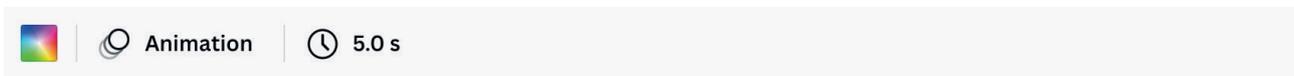
...

und den Text löschen.

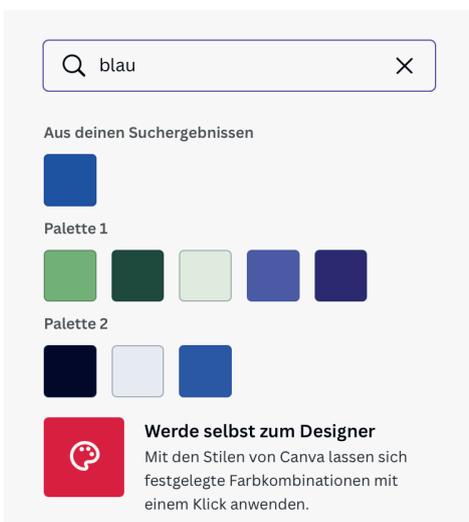
## ► Farben bearbeiten

Mit der Auswahl einer Form wird über der Leinwand ein neues Menü eingeblendet.

Über das Quadrat links können Sie die Farben bearbeiten.



Im Suchfeld der Farbpalette können Sie einen Begriff eingeben. Zum Beispiel „blau“. Angezeigt werden nun Farben, die zum blauen Farbspektrum gehören.



## ► Bilder bearbeiten

Bei Auswahl eines Bildes wird über der Leinwand das Bildbearbeitungsmenü eingeblendet:

Bild bearbeiten

Zuschneiden Umdrehen i Animation ...

Bild bearbeiten

Effekte suchen

Hintergrundentferner Entferne den Hintergrund deines Bildes mit einem Klick.

Anpassen Alle anzeigen

Helligkeit

Kontrast

Sättigung

Filter Alle anzeigen

Epic Festive Summer

Bei Verwendung der Zuschneiden-Funktion werden Hilfslinien eingeblendet, die das Positionieren erleichtern.

## ► Projekte speichern

Canva speichert automatisch. Das Symbol einer Wolke mit einem Häkchen drin zeigt an, dass der aktuelle Zwischenstand gespeichert wurde:



Die gespeicherten Projekte finden Sie im Seitenmenü der Startseite unter „Deine Projekte“. Unter Menü „Datei“ können Sie die Projekte auch manuell speichern.

## ► Projekte veröffentlichen

Einen Flyer können Sie direkt über Canva drucken lassen: „Flyer drucken“. Sie können die Daten auch herunterladen und der Druckerei Ihres Vertrauens geben.

Startseite Datei Größe ändern Registrierung fürs Jahr ... Canva Pro au... Teilen Flyer drucken ...

# Typische Vorgehensweise

## Der Gestaltungsprozess Schritt für Schritt

### Zielbestimmung

Können Sie diese drei Fragen beantworten?

- Was machen wir?
- Warum machen wir es?
- Wie machen wir es?

1

2

### Recherche

Können Sie diese drei Fragen beantworten?

- Für wen machen wir es?  
(Unsere Zielgruppe und ihre Eigenschaften)
- Wer hat ein ähnliches Angebot?  
(Unsere Mitbewerber und ihre Öffentlichkeitsarbeit)
- Was haben wir und was brauchen wir?  
(Unsere Materialien/Ressourcen: Bilder, Texte, Finanzen ...)

### Ideenfindung

Hier ist Kreativität gefragt. Kennen Sie diese Techniken?

- ABC-Liste  
(Sammeln von Begriffen zum Thema)
- Mindmap  
(Assoziationsketten bilden, Verbindungen erkennen)
- Brainstorming  
(Neue Blickwinkel durch Zusammenarbeit finden)

3

4

### Entwurf

Jetzt geht es an die Umsetzung. Wie soll es aussehen?

- Inspiration finden  
(Beispiele ansehen, über den Tellerrand schauen)
- Gestalten  
(Anordnen, Kombinieren, Addieren und Reduzieren)
- Korrigieren  
(Feedback einholen, Lektorat – Ändern und Verbessern)

### Realisierung

Die Daten werden veröffentlicht

- Vorbereitung für den Druck  
(Bildbearbeitung, Vorgaben der Druckerei)
- Teilen auf Social Media  
(Hashtags und Links einfügen etc.)
- Auf Website veröffentlichen  
(Mit Social Media und Partnerseiten verlinken)

5

6

### Verwendung

Die Medien werden in Umlauf gebracht

- Gedruckte Medien verteilen und später wieder abholen  
(Orte kennen, Partner und Mithelfer einbeziehen)
- Reichweite erhöhen auf Social Media  
(Andere Beiträge liken und kommentieren)
- Pressearbeit  
(Pressebericht schreiben, Journalisten ansprechen)

### Erfolgskontrolle

Wurde das Ziel erreicht? Prüfen, Analysieren, Auswerten

- Wie wurden die Druckmedien angenommen/mitgenommen  
(Auflage, Rücklauf vergleichen)
- Zugriffe und Likes auf Social Media, Website Zugriffe  
(Analyse-Tools nutzen)
- Teilnehmerzahlen, Feedback  
(Anmeldungen, Einnahmen, Nachrichten, Umfragen ...)

7

## Das Erscheinungsbild des Vereins

### Was ist ein Erscheinungsbild und wozu dient es?

Ein Erscheinungsbild ist mehr, als nur das Äussere. Es transportiert die Werte eines Vereins und seine „Persönlichkeit“. Wer sind wir, was macht uns aus, wie interagieren wir mit anderen, wie sprechen wir, wie kleiden wir uns.

Sind wir zum Beispiel spielerisch oder ernsthaft?  
Sind wir jugendlich oder erwachsen?

Mit dem Erscheinungsbild gelingt es uns, diejenigen Menschen anzusprechen, die wir erreichen möchten – unsere Zielgruppe.

Das Erscheinungsbild macht Vorgaben für die Gestaltung. Durch diese Vorgaben erreichen wir, dass alle Medien ähnlich aussehen. Menschen sollen so auf einen Blick erkennen, wer das Medium publiziert hat. Durch diese Ähnlichkeit oder auch Konsistenz erreichen wir, dass unser Verein als verlässlich wahrgenommen wird.

### Welche Bestandteile hat ein Erscheinungsbild?

Ein Erscheinungsbild macht Vorgaben für einzelne Gestaltungselemente, es legt also fest, wie etwas aussehen soll:

- Welche Farben verwenden wir?
- Welche Formen verwenden wir?
- Welche Schriftarten verwenden wir?
- Welche Größenverhältnisse und Kompositionen sind für uns typisch?
- Was ist unsere Bildsprache?
- Verwenden wir Fotos oder Illustrationen? In welchem Stil?
  
- Wie formulieren wir? Duzen oder Siezen wir?
- Wie klingen wir?
- ...

### Wie wirken diese Gestaltungselemente auf unsere Zielgruppe?

Um genau zu wissen, wen man ansprechen möchte, die eigene Zielgruppe also einzugrenzen, lohnt es sich, eine Stellvertreter-Person herauszukristallisieren. Um erfolgreich mit dieser Person zu kommunizieren, betrachten wir sie als einen Freund. Wir versetzen uns in sie hinein und erraten ihre Bedürfnisse. Wir können uns vorstellen, was dieser Person gefällt und wir wir sie auf uns aufmerksam machen können.

# Die Zielgruppe – Stellvertreter-Personen (Archetypen)

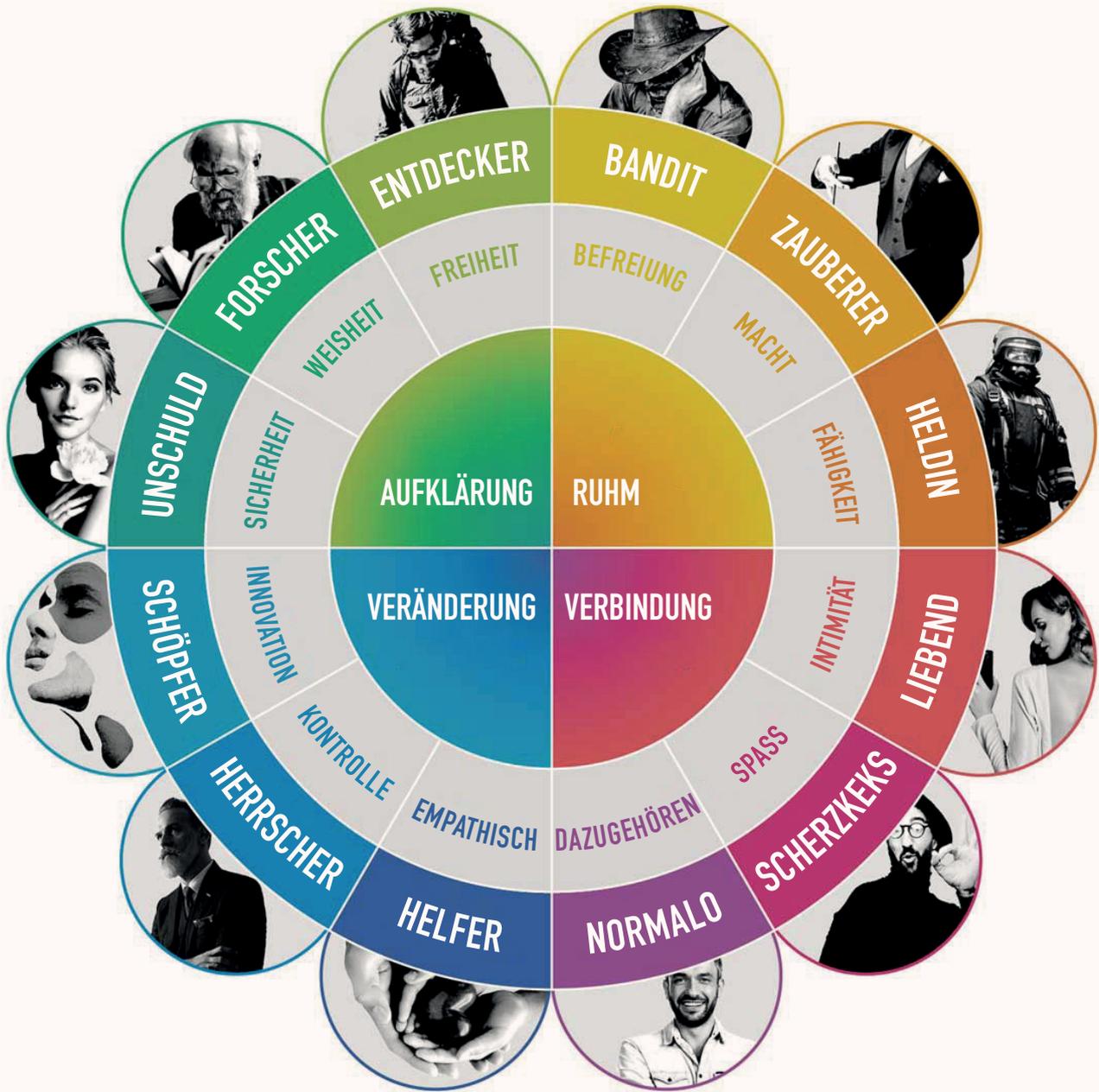


Illustration: [iconicfox.com.au/brand-archetypes](http://iconicfox.com.au/brand-archetypes)

# Teamwork in der Öffentlichkeitsarbeit für Vereine

## Zusammen für ein gemeinsames Ziel

Manche Dinge lassen sich am schnellsten und unkompliziertesten alleine erledigen. Aber Öffentlichkeitsarbeit besteht aus vielen kleinen Schritten und es kann sich lohnen, alle dabei einzubeziehen. Und am Ende den gemeinsamen Erfolg zu feiern.

Mit Canva kann man unkompliziert an einem Projekt von unterschiedlichen Standorten aus zusammenarbeiten.

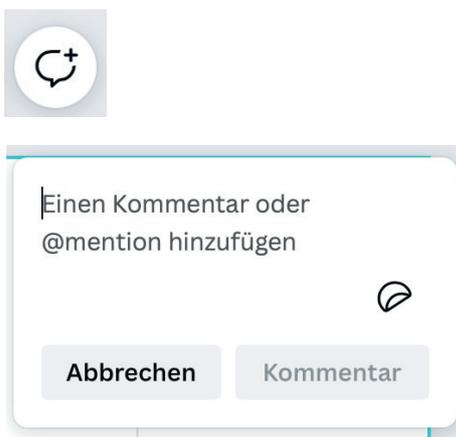
### ► In Canva zusammenarbeiten

- ein Projekt öffnen
- den Button „Teilen“ in der Menüleiste anklicken



- in der sich öffnenden Dialogbox eine eMail-Adresse eingeben
- alternativ: – den Button „Link kopieren“ anklicken
- den kopierten Link per Mail versenden

- Der Empfänger erhält die eMail mit dem Link.
- beim Anklicken des Links gelangt man sogleich in den Ordner „Für Dich freigegeben“.
- Dort sieht man jetzt das Projekt und kann es sogleich bearbeiten.
- Gedanken kann man über die Chatfunktion austauschen.



## Canva für gemeinnützige Organisationen

Canva bietet gemeinnützigen Organisationen Zugriff auf die Pro-Werkzeuge und Materialien. Damit erhält man alle Medien in der Bibliothek – Fotos, Audiodateien, Videos – kostenlos. Man kann Markenunterlagen erstellen und dadurch mit vordefinierten Farben, Logos und Schriften einen einheitlichen Auftritt gestalten. Erweiterte Bildbearbeitungswerkzeuge sind ebenfalls freigeschaltet.

Teilnahmeberechtigt sind:

- Eingetragene gemeinnützige Organisationen
- Organisationen mit sozialem Engagement, deren Ziele dem öffentlichen oder gesellschaftlichen Gemeinwohl dienen
- Organisationen des öffentlichen Gesundheitswesens sowie Behörden, die das öffentliche Gesundheitswesen unterstützen

[https://www.canva.com/de\\_de/canva-fuer-non-profit-organisation/zulassungskriterien](https://www.canva.com/de_de/canva-fuer-non-profit-organisation/zulassungskriterien)

A promotional banner for Canva for Nonprofits. The background shows a woman in a blue t-shirt with a globe logo and a 'VOLUNTEER' lanyard talking to others outdoors. The text on the banner reads: 'Canva for Nonprofits', 'Das Design-Werkzeug für gemeinnützige Organisationen! Entdecke einfache Möglichkeiten, um wirkungsvolle Grafiken und Marketingmaterialien für soziale Medien zu erstellen. Melde dich jetzt an und nutze alle Premium-Funktionen von Canva kostenlos.', a purple button 'Jetzt kostenlos bewerben!', and a link 'Richtlinien zur Teilnahmeberechtigung'.

[https://www.canva.com/de\\_de/canva-fuer-non-profit-organisation/](https://www.canva.com/de_de/canva-fuer-non-profit-organisation/)

## Sich als gemeinnützig bewerben

Mit der Teilnahme an Canvas Nonprofit-Programm erklärt man sich einverstanden, Fragen von Canva bezüglich der eigenen Nonprofit-Organisation zu beantworten. Damit gewährt man zugleich Canva das Recht, diese Informationen weltweit zu nutzen.

Bei der Bewerbung werden der Name, der Name der Organisation und – optional – eine Webadresse abgefragt. In einem zweiten Schritt wird das Hochladen eines Dokuments verlangt, das den gemeinnützigen Status der Organisation belegt.

[www.iq-mv.de](http://www.iq-mv.de)  
[www.fabro-interkulturell.de](http://www.fabro-interkulturell.de)

 Förderprogramm „Integration durch Qualifizierung IQ“