

Ihr macht ein Projekt?

Tipps zur Öffentlichkeitsarbeit für junge Projektmacher:innen

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

Ihr habt euch mit Freunden und Freundinnen zusammengetan, um in eurem Viertel etwas zu verändern und zu gestalten. Öffentlichkeitsarbeit macht euer Engagement sichtbar. Sicherlich möchtet ihr zeigen, was ihr auf die Beine gestellt und bewirkt habt. Vielleicht braucht ihr auch noch weitere Mitsstreiter:innen für euer Projekt. Oder ihr wollt euch mit anderen vernetzen und Unterstützung gewinnen.

Ein Beispiel: Eine Gruppe von Jugendlichen hat in ihrem Viertel eine „Breakdance-Werkstatt“ ins Leben gerufen, an der andere Workshops besuchen können. Natürlich müssen die Workshop-Termine bekannt gegeben werden. Außerdem sucht die Gruppe Kontakt zu anderen erfahrenen Breakdancer:innen. Damit die Gruppe auch von außen als Gruppe erkennbar wird, soll ein:e Sponsor:in für gemeinsame T-Shirts gefunden werden.

2. Wie fangt ihr an?

a. 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:innen oder die Lokalzeitung heranzutreten.

Für unser Beispiel heißt das: „Wir können breakdancen und wollen das anderen Jugendlichen beibringen.“

b. Wem möchtet ihr das zeigen?

Interessent:innen 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 gern von der neu gegründeten Breakdance-Werkstatt.

Wer greift das Thema bereits auf?

Werft einen Blick in den Stadt-/Dorfplan, ins Gemeinde oder Stadtteilblatt oder ins Internet.

Wer könnte hilfreich sein?

Fragt im Freundes- und Bekanntenkreis nach.

c. 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, könnt ihr zur feierlichen Film Premiere einladen. Macht ihr Fotos oder malt Bilder, könnt ihr eine Ausstellung im Rathaus organisieren. Aus Rezepten entsteht vielleicht ein Kochblog, aus einem Pflanzprojekt eine Videoreihe. Euren Ideen sind keine Grenzen gesetzt!

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 die Bürgermeisterin eingeladen werden. Außerdem produzieren die Jugendlichen fortlaufend

kleine Videoclips von ihren Moves, die sie auf ihren Social Media Kanälen und auf YouTube veröffentlichen.

3. Wie könnt ihr den Leuten davon erzählen?

Oft funktioniert Mund-zu-Mund-Propaganda am besten. Erzählt einfach allen Freund:innen, Bekannten und euren Familien von dem Projekt. Wenn die eure Idee 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 weitere Möglichkeiten, um auf euch aufmerksam zu machen:

- Im Internet könnt ihr einen eigenen Blog oder Podcast gestalten. Informiert über Neuigkeiten aus eurem Projekt, ladet Videos und Fotos hoch, gewinnt Insta-Likes und haltet eure Chatgruppen auf dem Laufenden.
- Flyer und Plakate sind ein einfaches Instrument, um eure Veranstaltungen und Aktionen bekannt zu machen. Denkt daran, genügend Zeit für den Druck einzuplanen. Die Druckpreise können sehr unterschiedlich sein. Holt deshalb mehrere Angebote ein und vergleicht die Preise bei Druckereien im Internet (z.B. flyeralarm.de, flyerpilot.de, print24.com).
- Auch Pressearbeit kann viel erreichen. Hilfe beim Aufsetzen von Einladungen und Pressemitteilungen könnt ihr euch von Lehrkräften oder Freiwilligenagenturen o.ä. vor Ort holen und sprecht damit Stadtteilblätter, Schülerzeitungen und Radiosendern aus der Region an. Gerade lokale Medien berichten gerne über Neues aus ihrem Umfeld.

4. Was ist sonst noch wichtig?

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 10 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 haben immer den Überblick über alle Aktivitäten. 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	Aug
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	Druck bis 30.05.			
Workshops im Blog/ auf Facebook verkünden	Daniel		10.06.	Reminder am 08.07.	
Breakdance-Battle usw.					14.08.

Diese Tipps entstanden im Rahmen vom DKJS-Programm *Think Big*.