

Tools für Öffentlichkeitsarbeit und Dissemination



EINLADUNG ZUM
SALON essBAR
INFOVERANSTALTUNG

Mo., 18. MÄRZ 2019, 18 UHR

YELLA-YELLA!

MARIA-TUSCH-STRASSE 2/1/5
1220 WIEN



Bild: Flyer für den 1. SALON essBAR, Szabolcz Rimanoczy

Ein partizipatives Projekt lebt davon, dass Menschen davon erfahren und sich informieren können. Medien sind breitenwirksam und stellen Informationen für viele Menschen zur Verfügung. Für gelungene Öffentlichkeitsarbeit brauchen Projektbetreiber*innen ein klares Verständnis davon, was die Ziele und Inhalte des Projekts sind und welche Personengruppen davon einen Nutzen haben können. Ansprechende Aufmachung mit gleich bleibendem Design (Logo, Farben, Schrift) und eine inhaltlich gute Darstellung des Projekts gehören dazu, klare Kommunikations-Absichten sowie passende Texte und Fotos. Achtung auf Bildrechte! Frei verfügbare Bilder gibt es auf Pixabay, freeimages etc.

- Projektwebseite
- Newsletter
- Social Media
- Präsentationen
- Dissemination
- Online Karte
- Foodtrail
- Kurzfilme



Projektwebsite

Eine Projekthomepage stellt das Projekt nach außen vielseitig dar. Mittels Texten und Fotos ist die Basis gegeben, weiter können Videos, Downloads, Kalender, Online-Karte und Newsletter verwendet werden. Ideal zur Darstellung von Hintergründen, Vorhaben, Crew, Angebote und Termine darstellen, sowie der Projektfortschritt oder aktuelle Stand. Die Homepage ist je nach Komplexität auch zu warten und stets aktuell zu halten. Professionelles grafisches Auftreten und Authentizität hilft, positiv aufgenommen zu werden. Wordpress als Basis ist einfach zu bedienen und lässt mit verschiedenen Plug-ins dennoch viele Möglichkeiten frei. Beispiel: <http://essbareseestadt.at>

Newsletter

Seine Reichweite kommt über die lokale Ebene hinaus und die Nachrichten erreichen alle Stakeholder und Interessent*innen, die eingetragen sind. Nützliche Informationen können leicht kommuniziert werden und je nach anfallenden Neuigkeiten alle 1-3 Monate ausgesendet werden. Mögliche Inhalte: Einladungen zu Projekt-Terminen, thematisch passende Veranstaltungen, Umfragen, Anregungen, Mitmach-Möglichkeiten, gute Ideen, erste Projektergebnisse etc. Die Mailadressen werden in einem Mailprogramm angelegt (kostenfreie Versionen zB Mailchimp; Newsletter2go) und passende Inhalte können gleich online gestaltet werden. Mailadressen können zB im Rahmen einer Umfrage gesammelt werden, sowie bei jeder Veranstaltung sowie mittels selbst-Eintrag auf der Webseite (Formular). Eine Person, die den Newsletter erstellt, braucht entsprechende Zeitressourcen (ca 4-5h pro Newsletter). Beispiel: [NL essbare Seestadt Mai 2020](#)

Social Media

Social Media (Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, Whatsapp/ Signal/ Telegram, Slack ...) stehen als Plattform für lebendigen Austausch und Verbreitung von Veranstaltungen, sowie dem Gewinnen neuer interessierter Personen zur Verfügung. Hier ist die regelmäßige 'Fütterung' mit neuen Inhalten essentiell und die Pflege von Kontakten zum Umfeld. Fotos und Texte sollten einem Mindestmaß an grafischem und kommunikativem Anspruch entsprechen.

Die 'Fütterung' unserer FB-Gruppe übernahmen 3-4 Personen, die bereits auf facebook aktiv waren. Bewusster Umgang mit Postings ist wichtig, denn 1x ungut ausgestrahlt wirkt sich in dieser Welt sehr schnell negativ aus: positive Messages, keine hohlen Phrasen, authentisch, aber offen und informativ schreiben, ansprechende Bilder (Bildrechte!). Auch thematisch verwandte Gruppen sollten bespielt werden um zB Veranstaltungen im 3er-Takt einzuspeisen: 1 Monat zuvor, 1 Woche und dann 1-2 Tage zuvor. Plattformen die wir selbst nicht benutzen, haben wir auch nicht bedient, denn niemand wollte den Mehraufwand betreiben.

Präsentationen

Ist ein Projekt für außenstehende Menschen interessant oder detaillierte Information für mehr Menschen wünschenswert, helfen bei Veranstaltungen Präsentationen. Sie können mittels Projektion gezeigt werden (PPP) oder zB auf großen Plakaten sichtbar aufgehängt sein und erläutert werden. Die Präsentationen helfen, Interessierte, Teilnehmende und Stakeholder*innen auf gleichen Informationsstand zu bringen um anschließend mit ihnen in Kontakt zu treten. Bildreiche Projektpräsentationen bei Veranstaltungen informieren zu



anfang über das Projektvorhaben, zwischendurch über den Stand des Projekts und bieten am Ende die Möglichkeit zurückzublicken und zusammenzufassen was passiert ist. So helfen sie Erfolge zu feiern und Bewältigung von Herausforderungen darzustellen. Es ist in solchen Veranstaltungs-Rahmen auch sinnvoll, gleich Fragen zu beantworten, Lob, Sorgen oder Bedenken der Zuschauer*innen zu sammeln.

Dissemination

Dissemination bezeichnet die Verbreitung und Publikation von Forschungs-Ergebnissen. Klassische Verbreitungskanäle sind wissenschaftliche Publikationen in (peer-reviewed) Journals, Ergebnisberichten, Buchpublikationen sowie Präsentationen auf wissenschaftlichen Tagungen und Kongressen. Auch im Rahmen von universitären Veranstaltungen wie (Pro-)Seminaren und Vorlesungen sowie im Rahmen von Abschlussarbeiten können Forschungsergebnisse verbreitet werden.

Neben wissenschaftlichen Kanälen dienen Beiträge in Populär-Medien dazu, eine größere Öffentlichkeiten zu erreichen: Beiträge in Zeitschriften, Zeitungen, Journalen, Radio, Fernsehen, Podiumsdiskussionen, um nur einige zu nennen. Natürlich können sämtliche Instrumente für Öffentlichkeitsarbeit auch zur Verbreitung von Forschungsergebnissen genutzt werden.

Online-Karte

Für den Überblick über die essbaren, bunten und begrünten Orte oder Stationen. Die Karte wird auf der Webseite eingebettet und Marker mit Foto und Beschreibung erstellt. [Link zum Tool](#)

Foodtrail

Erkunde die essbare Stadt entlang des Themenpfades, der die schönsten Stationen miteinander verbindet. Ein Pfad zum Kennenlernen, Inspirieren und Nachmachen. [Link zum Tool](#)

Kurzfilme

2-Minuten-Portraits sind einfache und wirksame Formate, für die Sichtbarkeit von Lokalheld*innen, die leicht umgesetzt werden können. [Link zum Tool](#)

