

Tipps für die Öffentlichkeitsarbeit

Dieses Lernheft ist Begleitmaterial zur gleichnamigen
Online-Schulung „Tipps für die Öffentlichkeitsarbeit“.



Einleitung

Ältere Menschen kommunikativ zu erreichen und die passende Ansprache zu finden, gestaltet sich in der Praxis manchmal schwierig. So werden zum Beispiel Menschen in Altersarmut, mit Mobilitätseinschränkungen oder einsame Senior:innen oft nicht durch Bildungsträger erreicht (vgl. Klein et al. 2021).

In diesem Lernheft geben wir Ihnen Tipps, wie Sie Ihre Öffentlichkeitsarbeit zielgerichtet gestalten können, um Senior:innen über verschiedene Medien für Ihre (Digitalisierungs-)Angebote gewinnen zu können.

Sie erfahren mehr über folgende Fragestellungen:

- Welche Grundlagen sollten Sie bei der Öffentlichkeitsarbeit beachten?
- Welche Ansprache sollten Sie bei der Zielgruppe der Senior:innen wählen?
- Welche Medien sind sinnvoll, um Senior:innen zu erreichen? Welche Besonderheiten bestehen im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit?
- Welche Aspekte sind bzgl. des Datenschutzes und der Verwendung von Fotos zu berücksichtigen?

Inhalt

1. Grundlagen der Öffentlichkeitsarbeit	4
1.1 Analyse der Ist-Situation	4
1.2 Ihre Zielgruppe(n) definieren und kennen	4
2. Ansprache der Zielgruppe	5
3. Medienvielfalt	6
3.1 Pressearbeit	7
3.2 Soziale Medien	8
3.2.1 Facebook	9
3.2.2 Instagram	10
3.2.3 YouTube	10
3.2.4 Weitere soziale Medien	10
3.3 Website	11
4. Urheberrecht und Datenschutz	11
4.1 Verwendung von Fotos	11
4.2 Datenschutz	13
5. Quellenverzeichnis und Empfehlungen	14
6. Impressum	15

1. Grundlagen der Öffentlichkeitsarbeit

Durch eine zielgerichtete Öffentlichkeitsarbeit können Sie die Angebote Ihrer Einrichtung bekannter machen und Senior:innen hierfür gewinnen. Zur Öffentlichkeitsarbeit zählen die Arbeit mit digitalen Medien (beispielsweise über soziale Medien) sowie die Presse- und Lobbyarbeit.

1.1 Analyse der Ist-Situation

- Was bieten Sie an?
- Wie viele Personen können sich in welchem Umfang um die Öffentlichkeitsarbeit kümmern?
- Welche Ziele verfolgen Sie?
- Wie viele Teilnehmende erwarten Sie oder möchten Sie gewinnen?
- Wie finanzieren Sie Ihre Angebote?
- Welche Presse- und Netzwerkkontakte liegen vor?
- Sind Sie schon in den Medien präsent? Welche digitalen Kanäle nutzen Sie bereits? Welche Materialien haben Sie?
- Wie ist die Konkurrenzsituation (vergleichbare Projekte und deren Öffentlichkeitsarbeit)?

1.2 Ihre Zielgruppe(n) definieren und kennen

Als Zielgruppe(n) verstehen wir die Gruppe(n) von Menschen, die Sie mit Ihrem Angebot erreichen wollen. Je besser Sie Ihre Zielgruppe(n) kennen, desto besser können Sie Ihr Angebot bei diesen Menschen bewerben. Beachten Sie, dass nicht alle Senior:innen Zugang zum Internet haben.

Machen Sie sich zudem Gedanken zu folgenden Fragestellungen:

- An wen richten Sie Ihr Lernangebot?
- Welche Bedürfnisse hat die Zielgruppe Ihrer Meinung nach?
- Welche Bedürfnisse können Sie hiervon bedienen?
- Welche Kenntnisse sollen die Teilnehmenden durch Ihr Angebot gewinnen?
- Wo beschaffen Sie sich lokale/regionale Informationen?

Zur Definierung der Zielgruppe sollten Sie diese Kenntnisse mitbringen:

- _____
- _____
- _____
- _____

2. Ansprache der Zielgruppe

Bei der Ansprache Ihrer Zielgruppe sollten Sie Folgendes beachten:

- keine defizitäre Ausrichtung verwenden, z. B. „Lerngruppe digitale Probleme“ oder „Selbsthilfegruppe Einsamkeit“
- klare Kommunikation der wesentlichen Informationen
- Ansprache: ressourcenorientiert, persönlich, auf Augenhöhe
- Alltagsnutzen in der Ansprache und Bewerbung, Beispiele:
 - _____
 - _____
 - _____

Mit einer vertrauensvollen Lernatmosphäre und niedrigschwelligen Angeboten erreichen Sie die Senior:innen ([s. Lernhefte zu Lernen im Alter](#))

und Planung und Durchführung von altersgerechten Lernangeboten).

Auch durch die Begleitung von Übergängen z. B. vom Erwerbsleben in den Ruhestand, die Kooperation mit anderen Einrichtungen oder die Einbeziehung der Kommunen können Sie ältere Menschen ansprechen.

Denken Sie an die vorhandenen regionalen Strukturen und Netzwerke: Mit welchen Institutionen und Organisationen möchten Sie sich vernetzen, um Sichtbarkeit für Ihre Angebote zu schaffen?

- _____
- _____
- _____

3. Medienvielfalt

Um Senior:innen zu erreichen, können Sie verschiedene Medien einsetzen, z. B.:

- Presse: Amtsblätter, Zeitungen
- Aushänge: Flyer, Plakate, Angebots- und Veranstaltungspläne
- Soziale Medien: Facebook, WhatsApp-Gruppen, Instagram, TikTok
- Nachbarschaftsplattformen: z. B. nebenan.de
- Kommunen: z. B. Brief von Bürgermeister:in zum Geburtstag
- Internetseiten: Eigene, Freiwilligenagentur
- Kooperationspartner/ Schlüsselpersonen zur Weitergabe von Informationen/ Flyer
- Veranstaltungen: Ehrenamtsbörsen, regionale Feste, Messen
- Aufsuchende Arbeit: Straßenakquise, Fahrdienste, präventive Hausbesuche

Es ist ratsam, Schlüsselpersonen einzubeziehen, die Ihre Informationen weitergeben können. Machen Sie sich Gedanken, welche Personen für die zusätzliche Bewerbung Ihres Angebotes geeignet wären.

- _____
- _____

3.1 Pressearbeit

Die (lokale) Presse ist ein unverzichtbares Medium zur Bewerbung Ihrer Angebote, da viele Senior:innen Tageszeitungen, Wochenblätter oder Amtsblätter lesen. Bevor Sie mit der Pressearbeit starten, sollten Sie relevante Themen definieren. Hierbei sollten Sie folgende Grundsätze befolgen:

- Aktualität der Themen
- Relevanz für die Leser:innen (regional und emotional)
- Drama und Spannung (kurios, originell, emotional und einmalig)

Welche Themen sind für Ihr Angebot relevant?

- _____
- _____

Um die Pressearbeit gut zu organisieren, empfehlen wir Ihnen einen Kalender zu erstellen. Es ist ratsam, die eigene Medienarbeit an Terminen zum Thema Digitalisierung auszurichten, zum Beispiel eine Aktion am jährlichen Safer Internet Day.

Wenn Sie Materialien wie Flyer oder eine Website für die Pressearbeit auswählen, überlegen Sie, welche Materialien wie Fotos oder Videos bei Ihnen bereits vorhanden sind:

- _____
- _____
- _____

Um geeignete Texte zu erstellen, sollten Sie diese Tipps berücksichtigen:

- eine Botschaft formulieren
- kurze Sätze und Überschriften verwenden
- volle Namen und Funktionen nennen
- Zitate verwenden
- weitere Informationen zur Institution wie Links aufführen und Ansprechperson mit Kontaktdaten nennen
- sorgfältig Korrektur lesen

Muster-Pressemitteilungen finden Sie unter

- www.digital-kompass.de/materialien/expertentipps-fuer-erfolgreiche-oeffentlichkeitsarbeit
- www.seniorenbueros.org/wp-content/uploads/2020/06/121019_Pressemitteilung.pdf

3.2 Soziale Medien

Neben der Pressearbeit ist auch die Öffentlichkeitsarbeit in den sozialen Medien ratsam. Sie bietet Ihnen diese Mehrwerte:

- Ausbau Ihres Netzwerkes
- neue Kontakte knüpfen und über Angebote informieren;
- Ehrenamtliche gewinnen
- Ältere ggf. auch durch Schlüsselpersonen gewinnen, die bei sozialen Medien aktiv sind

Um Neugierde zu wecken, sollten Sie Ihrer Zielgruppe einen Einblick in Ihren Arbeitsalltag geben. Ein Blick hinter die Kulissen schafft Nähe und Vertrauen.

Tipps für die Nutzung von sozialen Medien:

- Netzwerk(e) passend zur Zielgruppe und Zielsetzung wählen
- Impressum und Datenschutzerklärung verlinken
- vollständige Informationen zu Ihrer Einrichtung (inklusive Telefonnummer und Webadresse) aufführen
- ansprechendes Profil-/Titelbild: keine verpixelten Logos verwenden
- relevante und abwechslungsreiche Themen überlegen
- zuständige Person für die Beiträge („Posts“) festlegen
- Inhalte vorplanen durch monatlichen Redaktionsplan
- ansprechende Bilder/ Videos verwenden
- auf Qualität vor Quantität achten
- wertschätzende und transparente Kommunikation anwenden
- Beiträge von anderen Profilen kommentieren, „ liken“ („gefällt mir“ drücken) und teilen, andere Profile verlinken

Im Folgenden erfahren Sie mehr über die Besonderheiten einer Auswahl an sozialen Medien.

3.2.1 Facebook

Facebook ist ein soziales Netzwerk des US-amerikanischen Unternehmen Meta Platforms. Es ist das am meisten genutzte soziale Netzwerk in Deutschland. Jüngere Menschen nutzen jedoch inzwischen häufiger die Plattformen TikTok und Instagram (Koch 2022). Jede:r Nutzer:in verfügt über eine Profilseite, auf der Texte, Fotos und Videos hochgeladen werden können. Nutzer:innen können z. B. Gruppen einrichten, um ein Thema zu diskutieren.

3.2.2 Instagram

Instagram ist ein soziales Netzwerk mit dem Fokus auf Foto- und Videoinhalte und gehört ebenfalls zum US-amerikanischen Unternehmen Meta Platforms. Die Foto-/Videobeiträge sollten kurzweilig sein und einen starken visuellen Eindruck hinterlassen. Das Suchen und Kategorisieren der Beiträge erfolgt durch Hashtags (#). Mit Stand 2022 ist Instagram das am meisten genutzte soziale Netzwerk unter jungen Menschen zwischen 14 und 29 Jahren in Deutschland (Koch 2022).

3.2.3 YouTube

YouTube ist ein 2005 gegründetes Videoportal des US-amerikanischen Unternehmens YouTube, LLC und seit 2006 eine Tochtergesellschaft von Google LLC. Die Nutzer:innen können auf dem Portal kostenlos Videos ansehen, bewerten, kommentieren und selbst hochladen. Tipp: Dieses Netzwerk eignet sich z. B. zur Veröffentlichung von Erklärvideos.

3.2.4 Weitere soziale Medien

- **nebenan.de:** Deutsche Internet-Plattform, die Dienstleistungen zu Aufbau und Förderung von Nachbarschaften anbietet. Darunter sind Online-Communities, deren Teilnehmer:innen tatsächlich in einem bestimmten Ort oder Stadtteil wohnen, zu verstehen.
- **TikTok:** Videoportal für die Lippsynchronisation von Musikvideos und anderen kurzen Videoclips, das zusätzlich Funktionen eines sozialen Netzwerks anbietet.
- **Pinterest:** Online-Pinnwand für Grafiken und Fotos mit optionalem sozialem Netzwerk inklusive visueller Suchmaschine.
- **Xing und LinkedIn:** Soziale Netzwerke, die vor allem im beruflichen Kontext zur Vernetzung verwendet werden.

3.3 Website

Nicht alle Menschen, die im Internet unterwegs sind, nutzen soziale Medien. Mit einer eigenen Internetpräsenz können Sie Menschen unabhängig von sozialen Medien erreichen und informieren. Sie ist Ihre digitale „Visitenkarte“, mit der Sie alle wichtigen Informationen zu Ihrem Angebot teilen können. Eine Website ist – wenn sie eingerichtet ist – weniger Arbeit als die Betreuung von sozialen Medien. Dennoch sollten Sie die Inhalte Ihrer Website regelmäßig aktualisieren und vor allem Termine und Informationen zu Ihren Angeboten immer aktuell halten.

Wo sehen Sie die Vor- und Nachteile bei der Verwendung von sozialen Medien und einer Website für Ihre Öffentlichkeitsarbeit?

- _____
- _____
- _____

4. Urheberrecht und Datenschutz

Bei Ihrer Öffentlichkeitsarbeit sollten Sie die rechtlichen Aspekte hinsichtlich der Verwendung von Fotos und des Datenschutzes unbedingt beachten.

4.1 Verwendung von Fotos

Die Verwendung von Fotos ist ein wichtiger Teil der Öffentlichkeitsarbeit, da sie die Aufmerksamkeit des oder der Leser:in wecken und den Inhalt visuell ergänzen. Bei der Verwendung von Fotos sind das Urheberrecht

und das Recht am eigenen Bild zwingend zu beachten. Das **Recht am eigenen Bild** besagt, _____

Wenn Sie selbstgemachte Bilder für Ihre Öffentlichkeitsarbeit verwenden, auf denen Menschen zu erkennen sind, sollten Sie sicherstellen, dass die abgebildeten Menschen mit der Veröffentlichung einverstanden sind. Wichtig ist, dass Sie den Verwendungszweck und den Ort der Veröffentlichung deutlich machen. Ein Muster für eine schriftliche Einverständniserklärung finden Sie zum Beispiel beim Landesjugendring Brandenburg auf www.ljr-brandenburg.de/blog/arbeitshilfen-dsgvo.

Das **Urheberrecht** regelt die Verwendung von künstlerischen und geistigen Leistungen. Es gibt Urheber:innen das alleinige Recht, über die Nutzung ihrer Werke zu entscheiden. Neben Bildern und Videos gehören auch Texte und Musik zu den urheberrechtlich geschützten Werken. Wenn Sie für Ihre Öffentlichkeitsarbeit urheberrechtlich geschütztes Material wie Fotos verwenden wollen, dann brauchen Sie eine **Einwilligung** des Urhebers/ der Urheberin bzw. eine **Nutzungslizenz**. Die gute Nachricht: Eine entsprechende Lizenz muss nicht immer etwas kosten. Es gibt zahlreiche (Foto-)Plattformen mit freien Lizenzen, zum Beispiel unter www.unsplash.com, www.pixabay.com oder www.pexels.com.

Achtung: Freie Lizenzen sind zwar kostenlos, ihre Nutzung kann jedoch an bestimmte Bedingungen (u. a. Namensnennung, nicht-kommerzielle Nutzung) geknüpft sein. Überprüfen Sie mögliche Nutzungsbedingungen, bevor Sie frei lizenzierte Werke verwenden.

Tipp: PowerPoint und Word bieten Piktogramme, die Sie jederzeit verwenden können.

4.2 Datenschutz

Bei Ihrer Öffentlichkeitsarbeit müssen Sie – neben dem Recht am eigenen Bild und dem Urheberrecht – außerdem die Vorgaben der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) beachten. Wenn Sie beispielsweise einen **Newsletter** anbieten, dann dürfen Sie diesen nur an Personen verschicken, die ihre **ausdrückliche Einwilligung** hierzu gegeben haben. Da die Einwilligung jederzeit widerrufen werden kann, sollte der Newsletter bestenfalls die Option zur Abbestellung enthalten.

Wenn Sie eine **eigene Website** besitzen, dann brauchen Sie eine **Datenschutzerklärung**. Ihre Datenschutzerklärung gibt Auskunft, welche personenbezogenen Daten Ihre Website erhebt und wie diese Daten verwendet werden. Im Netz gibt es Datenschutzerklärung-Generatoren, die bei der Erstellung Ihrer Datenschutzerklärung eine große Hilfe sind. Ein Beispiel ist der kostenlose Generator der activeMind AG unter www.activemind.de/datenschutz/generatoren/datenschutzerklaerung.

Neben der Datenschutzerklärung ist ein **Impressum** ein rechtlicher Pflichtbestandteil auf Ihrer Website. Das Impressum gibt Auskunft darüber, wer für die Seite rechtlich verantwortlich ist. Bei der Erstellung Ihres Impressums können Sie zum Beispiel den kostenlosen Impressums-Generator der activeMind AG nutzen: www.activemind.de/datenschutz/generatoren/impressum

Sowohl die Datenschutzerklärung als auch das Impressum sollte auf jeder Unterseite Ihrer Website verlinkt sein.

5. Quellenverzeichnis und Empfehlungen

BAGSO (o.J.). **Wohlbefinden älterer Menschen fördern. Brücken bauen und Türen öffnen zu vulnerablen Personengruppen.** Verfügbar unter https://im-alter-inform.de/fileadmin/user_upload/4_Gesundheitsfoerderung/Kommunale_Ebene/Zugangswege_Teil_1_final.pdf

BAGSO, Deutschland sicher im Netz e.V. (2019). **Expertentipps für erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit.** Verfügbar unter www.digital-kompass.de/materialien/expertentipps-fuer-erfolgreiche-oeffentlichkeitsarbeit

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (2021). **Leitfaden Social Media für Lokale Allianzen für Menschen mit Demenz.** Verfügbar unter www.wegweiser-demenz.de/resource/blob/185088/cabaa7335bb4de36edc81b719e69d139/social-media-leitfaden-data.pdf

Klein, Merkle, Molter, Woltering (2021). **Schwierige Zugänge älterer Menschen zu Angeboten der Sozialen Arbeit.** Institut für Sozialarbeit und Sozialpädagogik e.V. (Hrsg.): Frankfurt am Main

Koch, Wolfgang (2022). **Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2022. Reichweiten von Social-Media-Plattformen und Messengern.** Verfügbar unter www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2022/2210_Koch.pdf

Kortmann, L., Hagen, C., Endter, C., Riesch, J., & Tesch-Römer, C. (2021). **Internetnutzung von Menschen in der zweiten Lebenshälfte während der Corona-Pandemie: Soziale Ungleichheiten bleiben bestehen.** DZA aktuell Heft 05/2021. Berlin: Deutsches Zentrum für Altersfragen.

Telefónica Deutschland, Stiftung Digitale Chancen (2018). **Leitfaden Digitale Kompetenzen für ältere Menschen. So plane und gestalte ich Angebote zur Unterstützung von Senioren.** 2. erweiterte Auflage. Verfügbar unter www.digitale-chancen.de/materialien/detail/leitfaden-digitale-kompetenzen-fuer-aeltere-menschen

6. Impressum

Autor:innen: Theresa Kuper, Petra Rollfing

Lektorat: Katharina Kunze

Gestaltung und Satz: Kraut & Konfetti GmbH & Co

Erscheinungsjahr: 2023, Auflage: 500

Herausgeber:

Deutschland sicher im Netz e. V.

Geschäftsführer: Dr. Michael Littger (V.i.s.d.P.)

Albrechtstraße 10 c, 10117 Berlin

+49 (0) 30 767581-500

www.sicher-im-netz.de

Projektleitung Digitaler Engel: Katharina Kunze

Mit dem Projekt Digitaler Engel vermittelt Deutschland sicher im Netz e. V. (DsiN) alltagsnah, persönlich und vor Ort die Chancen der Digitalisierung für eine digitale Teilhabe im Alter. Mit zwei Infomobilen sind die Digitalexpert:innen deutschlandweit unterwegs.

Um nachhaltige Angebote zur Kompetenzvermittlung zu schaffen, unterstützt der Digitale Engel lokale Akteure aus der Seniorenarbeit bei der Vermittlung digitaler Kompetenzen. Im Rahmen von Online-Schulungen für Wissensvermittler:innen werden Lerneinheiten zu Digitalisierungsaspekten, zum Thema Bildung im Alter, zu möglichen Lernsettings, Rahmenbedingungen und Fördermöglichkeiten angeboten.

Weitere Informationen auf www.digitaler-engel.org oder unter schulungen@digitaler-engel.org oder telefonisch unter +49 (0) 30 767581-530.

© Alle Inhalte stehen unter dem Creative-Commons-Nutzungsrecht CC-BY-SA:

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/de/>.

Ein Projekt von Deutschland sicher im Netz e. V.

Gefördert durch das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) unter dem Dach des DigitalPakt Alter.

Dieses Heft steht auch zum
Download zur Verfügung:



Gefördert vom:



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend

Ein Projekt von:



**Deutschland
sicher im Netz**