

# Grundlagen der Öffentlichkeitsarbeit – Botschaften, Darstellung und (neue) Formen

Fachtagung

Professionalisierung kommunaler Alkoholprävention

Helmut Dirschner / Sylvia Kolbe

Hannover, 13.04.2016



PRÄVENTION WIRKT ...

**Prävention wirkt...**

... wenn sie die **richtige**  
**Zielgruppe** erreicht!

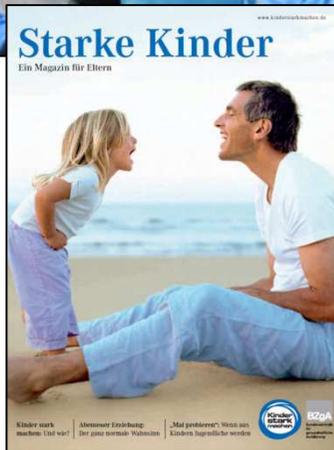


PRÄVENTION WIRKT ...

**Prävention wirkt...**

**... wenn die Botschaft im  
Informationsdschungel  
Gehör findet!**

# Prävention braucht Kommunikation



Grundlagen der Öffentlichkeitsarbeit – Fachtagung – 13.04.2016

**Connect**  
AGENTUR FÜR SOZIALE KOMMUNIKATION

# Prävention braucht Kommunikation



# Prävention braucht Kommunikation



**„Alkohol? Kenn dein Limit.“ ist 2015 unterwegs in diesen Städten:**

29./30.06.	Hofheim	Festival des Sports (Freitag)
27./28.06.	Berlin	Jugendbeiratskammer des DRV
05.07.	München	Münchner Sportfest
18./19.07.	Stuttgart	Förder- und Jugendfest
31.07.-02.08.	Kiel	U19-Basketball-Meisterschaften
15./16.08.	Worms	Deutsche Beachvolleyball-Meisterschaften
20.08.	Berlin	Sport im Olympiapark
02./03.10.	Frankfurt	Fest zum Tag der Deutschen Einheit

**ALCOHOL? Kenn dein Limit.**  
www.kenn-dein-limit.de

**EVENTS 2015! SPORT-BEACH-FUN**  
\*\*\* HOFHEIM \*\*\* BERLIN \*\*\* MÜNCHEN \*\*\* STUTTGART \*\*\*  
\*\*\* KIEL \*\*\* WORMS \*\*\* FRANKFURT \*\*\*

**ALCOHOL? Kenn dein Limit. GEWINNSPIEL**  
Kreuz die richtige Antwort an und rief die Karte in die Box an unserer Infostelle!

- Welches Getränk enthält mehr Alkohol – ein Longdrink (0,2 l) oder ein Shot (Weißer Whisky) (0,06 l)?  
 Longdrink  Shot
- Wer hat nach einem Mixgetränk einen höheren Alkoholgehalt?  
 Männer  Frauen  Beide Getränke enthalten etwa gleich viel Alkohol
- Welche Wirkung hat Alkohol, wenn er nach dem Sport austrinken?  
 Alkohol hemmt den Muskelaufbau und kann den Körper (so) ausdornen  
 Salpate der Alkohol nach dem Sport getrunken wird, da Körper sich besser ertönen
- Was hat mehr Kalorien?  
 Apfelsaft (0,2 l)  
 Biermagerbier (0,33 l)  
 Beide haben gleich viele Kalorien
- Welche Promille dreizeh bis 16, Fahrdfinger in der Probezeit?  
 0,8 Promille  0,5 Promille  0,6 Promille

Die Gewinnerinnen und Gewinner werden schriftlich benachrichtigt. Der Bierweg ist drangeschrieben.  
 Die Gewinnerinnen und Gewinner werden schriftlich benachrichtigt.  
 Die Gewinnerinnen und Gewinner werden schriftlich benachrichtigt.

offizieller Spielfeld-Champion League 2015

PKV BZgA

Grundlagen der Öffentlichkeitsarbeit – Fachtagung – 13.04.2016

# Prävention braucht Kommunikation



# Prävention braucht Kommunikation



# Öffentlichkeitsarbeit ist...

... die **systematische** Beziehungsarbeit einer Organisation

- mit ausgewählten Zielgruppen
- über Informations- und Kommunikationsangebote
- mit dem Ziel der Bekanntheit, des Vertrauens oder der Unterstützung

# Systematische Kommunikation

- basiert auf einer Konzeption
- ist kontinuierlich (Jahresplanung)
- ist zielgruppenspezifisch
- ist Chefsache – personelle und finanzielle Ressourcen

## Die 6 wichtigsten Ziele von ÖA / PR

- Aufbau eines positiven Erscheinungsbildes
- Erhöhung der Bekanntheit in der Öffentlichkeit
- Förderung des Ansehens in der Öffentlichkeit
- Attraktivitätssteigerung als Arbeitgeber
- Verbesserung der internen Kommunikation über Aufgaben und Ziele
- Motivationssteigerung der Mitarbeiter

## Mögliche Kommunikationsziele eines Präventionsrats / einer Präventionsstelle

- **Sichtbar werden** für die Bürgerinnen und Bürger
  - Schwerpunkte setzen: „Präventionsbotschaften“
  - Partner gewinnen
  - Politik einbinden: Schirmherrschaften
- 1x im Jahr ein „Leuchtturmprojekt“:  
Aktionstage, Stadtteilst, Schultour...

## Gesellschaftliche und mediale Rahmenbedingungen für Präventionsthemen

- + höheres Gesundheitsbewusstsein in der Bevölkerung
- +/- geändertes Verhalten in der Mediennutzung
- Misstrauen gegen staatl. „Bevormundung“ wächst
- + Onlinekommunikation
- Flüchtlingsthema kannibalisiert andere soziale Themen / schmälert Ressourcen

## Kommunikationsanlässe schaffen & nutzen

- Medienrelevante Tage, z. B. Weltnichtrauchertag, Weltkindertag, Tag des Ehrenamts
- Aktuelle Studien (lokalen Bezug herstellen)
- Rechtliche Entwicklungen (z. B. Jugendschutzgesetz)
- Jubiläum
- Veranstaltungen, z. B. Tag der offenen Tür
- Projektpatenschaften und Schirmherrschaften
- Stellungnahmen zu aktuellen regionalen Geschehnissen (erfordert schnelles Handeln)

# Presse Beispiele

**MK** kreiszeitung.de Jobs Immo Trauer Tickets  
Lokales Werder Sport läuft! Events Leben Märkte Zeitung ≡ Mehr

Landkreis Oldenburg > Oldenburg > Trend geht nun eher zu illegalen Drogen

**Trend geht nun eher zu illegalen Drogen**

**Komasaufen: Fallzahlen sinken erneut**

18.02.16

**Vechta - Von Normann Berg.** Das sogenannte Komasaufen bei Kindern und Jugendlichen scheint aus der Mode zu sein. Im zweiten Jahr in Folge sank die Zahl der registrierten Fälle in den Landkreisen Vechta und Cloppenburg deutlich, diesmal zusammen um 17 Prozent, wie aus Daten des Statistisches Bundesamtes und der Krankenkasse DAK hervorgeht. Im Landkreis Oldenburg sind die Zahlen deutlich höher.

Im Landkreis Vechta mussten den Angaben zufolge im Jahr 2014 insgesamt 46 Kinder und Jugendliche im Alter zwischen zehn und 20 Jahren wegen akuten Alkoholmissbrauchs stationär in einem Krankenhaus behandelt werden. 2013 waren es noch 56, 2012 sogar 68. Im Zwei-Jahres-Vergleich entspricht das einem Minus von 32 Prozent.

FACEBOOK  
E-MAIL  
TWITTER  
GOOGLE+  
FEEDBACK

**Badische Zeitung** Suchbegriff

Montag, 11. April 2016 BZ Auktion Jetzt mitbieten!

START | **LOKALES** | NACHRICHTEN | SPORT | MEINUNG | FREIZEIT | RATGEBER | ABO

Freiburg | Breisgau | Emmendingen | Ortenau | Schwarzwald | Lörrach & Dreiland | Waldshut | Elsas

STATISTIK

## Zahl der Alkoholvergiftungen bei Jugendlichen steigt

**Saufen bis zur Bewusstlosigkeit: Entgegen dem Landestrend mussten in der Ortenau 2011 mehr Jugendliche wegen Alkoholvergiftung behandelt werden.**



188 Jugendliche mussten in der Ortenau 2011 mit Alkoholvergiftung in die Notaufnahme. Foto: dpa

OFFENBURG. Dass Jugendliche nach zu starkem Alkoholkonsum ins Klinikum eingeliefert werden – solche Fälle haben in der Ortenau zugenommen. Während landesweit in dieser Woche ein Rückgang des "Komasaufens" gemeldet wurde, geht allein die AOK für die Ortenau von einer Zunahme um 20 Prozent aus. Allein im Ortenau-Klinikum in Offenburg wurden 88 Jugendliche im vergangenen Jahr wegen Alkoholvergiftung behandelt.

# Presse Beispiele

BERATUNGSSTELLE D...

## Alkohol ist immer noch die Droge Nummer 1

23.10.2013



Jana Valentin

Die Drogenberatungsstelle DROBS in der Umfassungsstraße stellt sich heute bei einem Tag der offenen Tür vor.

[www.volksstimme.de](http://www.volksstimme.de)

Die Drogenberatungsstelle DROBS in der Umfassungsstraße stellt sich heute bei einem Tag der offenen Tür vor. Rainer Schweingel fragte vorab bei der Diplomsozialpädagogin Jana Valentin (Foto) von der DROBS-Fachstelle für Suchtprävention nach.

**Volksstimme:** DROBS gibt es seit 21 Jahren. Wie hat sich die Beratung gewandelt?

**Jana Valentin:** Früher gab es den "klassischen" Drogenabhängigen, der entweder Cannabis oder Alkohol oder Kokain nahm. Heute haben wir es zunehmend mit Mehrfachkonsumenten zu tun, die Speed nehmen, um hochzukommen und Cannabis brauchen, um wieder runterzukommen. Außerdem werden die Konsumenten leider immer jünger.

**Volksstimme:** Welche Drogen sind am stärksten verbreitet?

**Jana Valentin:** Der Alkohol ist immer noch die klare Nummer 1 unter den Drogen. Er ist frei verkäuflich und deshalb für jeden leicht zu haben. Stark zugenommen hat aber auch die Einnahme von Cannabis, Speed, Crystal und Kokain.

...

## Aktiv handeln und Service bieten

- Selbst Themen entdecken / entwickeln
- Medienrelevanz der laufenden Projekte überprüfen
- Sich als Experte den Medien anbieten  
(z. B. Thema Jugendschutz)
- Festen Ansprechpartner für die Presse benennen
- Presseinfos auf der Homepage

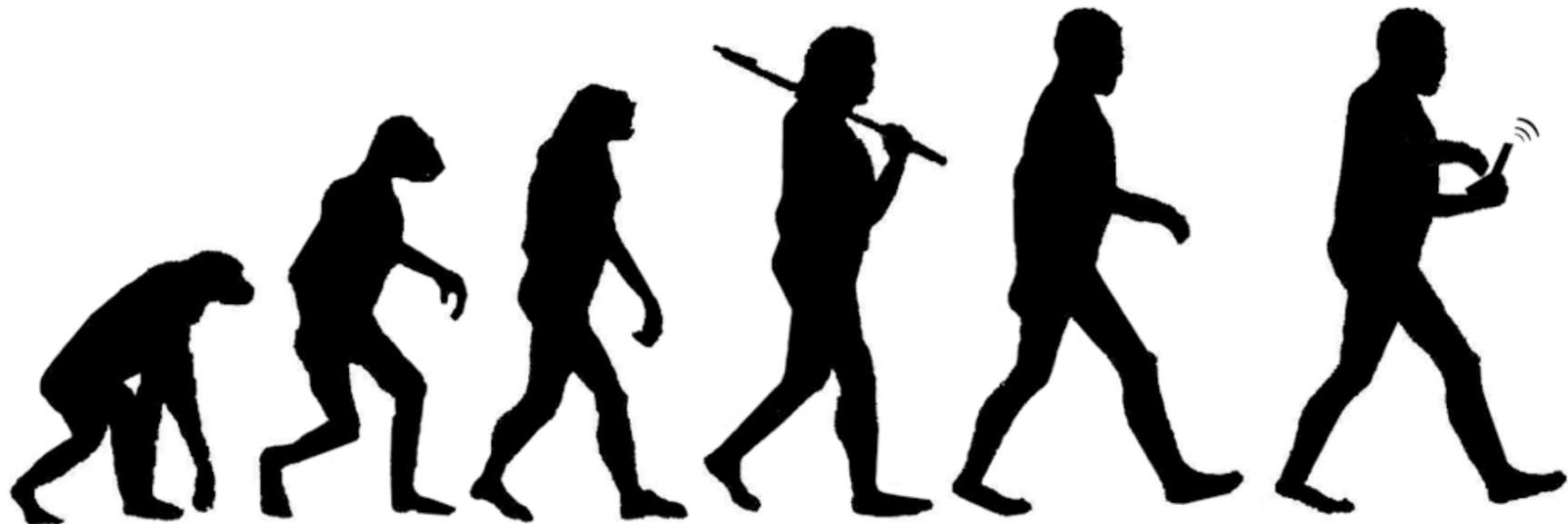
**Professionalität schafft Vertrauen!**

# Medienlandschaft im Wandel

- Niedergang der Printmedien
- Lokale Zeitung bleibt wichtig für Ältere und Multiplikatoren
- Bilder, Bilder, Bilder
- Regionaler Hörfunk: guter Werbepartner für Veranstaltungen

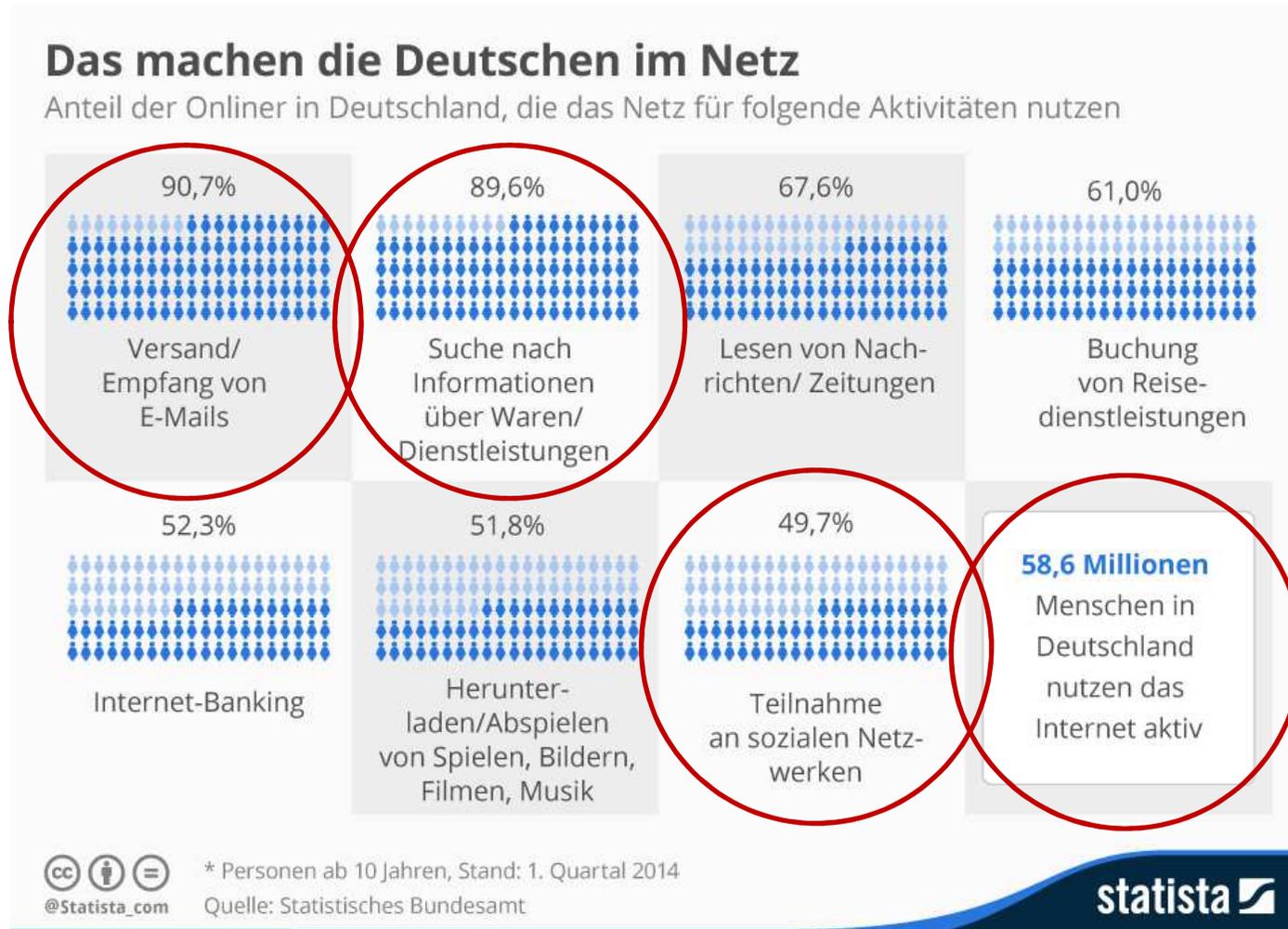
**Onlinekommunikation ist Gegenwart und Zukunft**

# Mediennutzer im Wandel



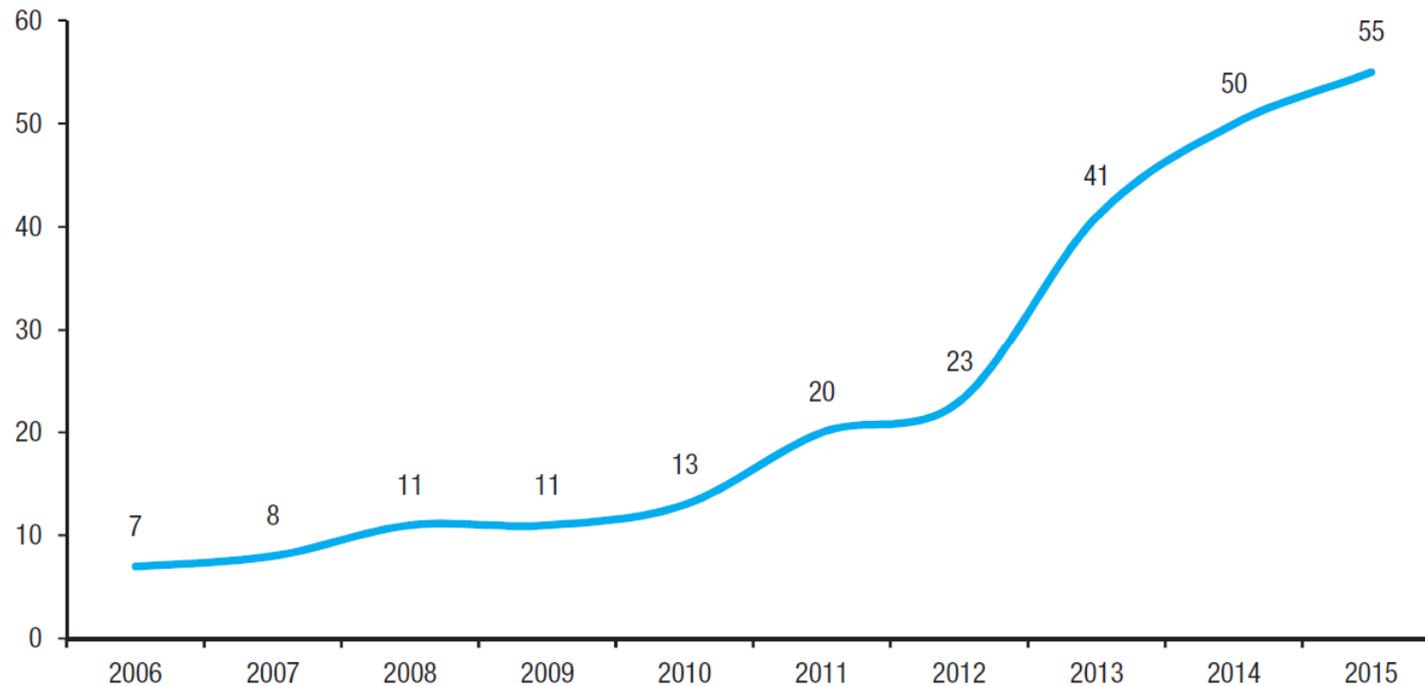
Copyright: Ibrahim Evsan, 2008

# Aktivitäten im Internet



# Internetnutzung unterwegs

**Abb. 1 Internetnutzung unterwegs 2006 bis 2015**  
zumindest seltene Nutzung, in %



Basis: Bis 2009: Deutsche Onlinenutzer ab 14 Jahren, ab 2010: Deutschspr. Onlinenutzer ab 14 Jahren (2015: n=1 432).

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudien 2006-2015.

# Verweildauer im Internet

**Tab. 7 Häufigkeit und Dauer der Onlinenutzung nach mobilem Zugang 2015 im Vergleich zu 2014**

		Gesamt	gehe ins Internet über Smartphone, Tablet, MP3-Player ...	
			ja	nein
Häufigkeit der Onlinenutzung pro Woche (in Tagen)	2014	5,9	6,3	5,1
	2015	6,0	6,3	5,1
tägliche Internetnutzung (in %)	2014	74	84	53
	2015	79	87	59
Verweildauer (in Min./Tag)	2014	166	195	108
	2015	160	176	114

Basis: Deutschspr. Onlinenutzer ab 14 Jahren (2014: n=1 434; 2015: n=1 432).

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudien 2014 und 2015.

# Online Kommunikation

Webseite = Visitenkarte im Internet

- Nutzerfreundlich durch responsives Webdesign
- Attraktivität durch Inhalt: „Content is king“

# Responsives Webdesign



# Responsives Webdesign

**Responsive Design** TEST

**INFORMATIONEN**  
zum responsive design

**TECHNIK**  
des responsive designs

**TIPPS**  
zum responsive design

**TEST**  
eines responsive designs

**WEBSITE ÜBERPRÜFEN**  
BITTE GEBEN SIE DIE URL IHRER WEBSITE EIN

**GO**



**Web Design Website**  
Schönes Webdesign mit Funktion, für PC, Tablet, Smartphone!

[www.responsive-design-test.de](http://www.responsive-design-test.de)

# Attraktive Inhalte

- Kommunikationsanlässe nutzen & schaffen
- ungewohnte Einblicke in Ihre Institution bieten  
(„Blick hinter die Kulissen“)
- Mitarbeiter/innen vorstellen
- komplexe Sachverhalte mit interaktiven Elementen o. Infografiken visualisieren
- Bewegtbild einbinden  
→ z. B. Interviews, Kongress-Dokus, Erklärvideos



# Erklärvideo „Alkoholfrei Sport genießen“



Abrufbar unter der Webadresse:  
[www.alkoholfrei-sport-geniessen.de](http://www.alkoholfrei-sport-geniessen.de)



Oder durch Scannen  
des QR-Codes

# Social Media

- Social Media = neue Entwicklungsstufe internetbasierter Kommunikation
- Sender-Empfänger-Modell wird abgelöst durch neue Beziehungskonstellationen
- jeder Akteur kann Sender und/oder Empfänger sein

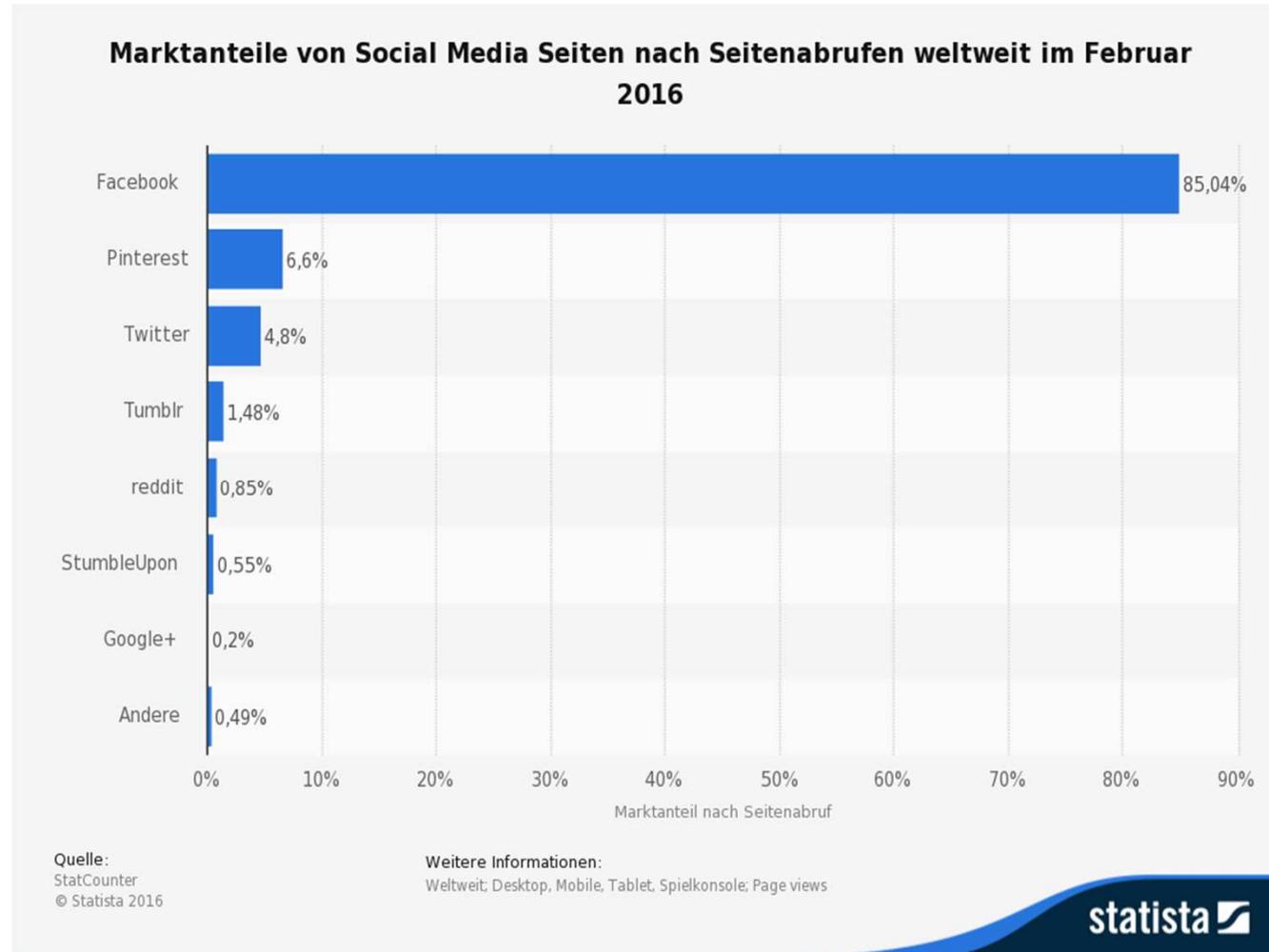
# Social Media

Entwicklung ist äußerst schnelllebig:

Plattformen kommen und gehen

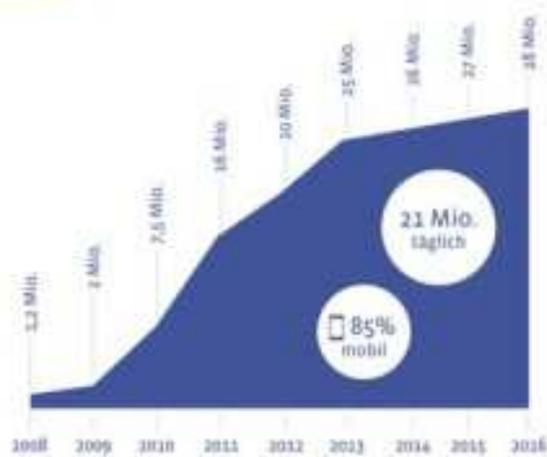
→ Platzhirsch: Facebook

# Seitenaufrufe von Social Media Seiten



# Fakebook Nutzer in Deutschland

 **28 Millionen Deutsche nutzen Facebook**



**24 Millionen Deutsche nutzen Facebook mobil**



[www.allfacebook.de](http://www.allfacebook.de)

# WhatsApp



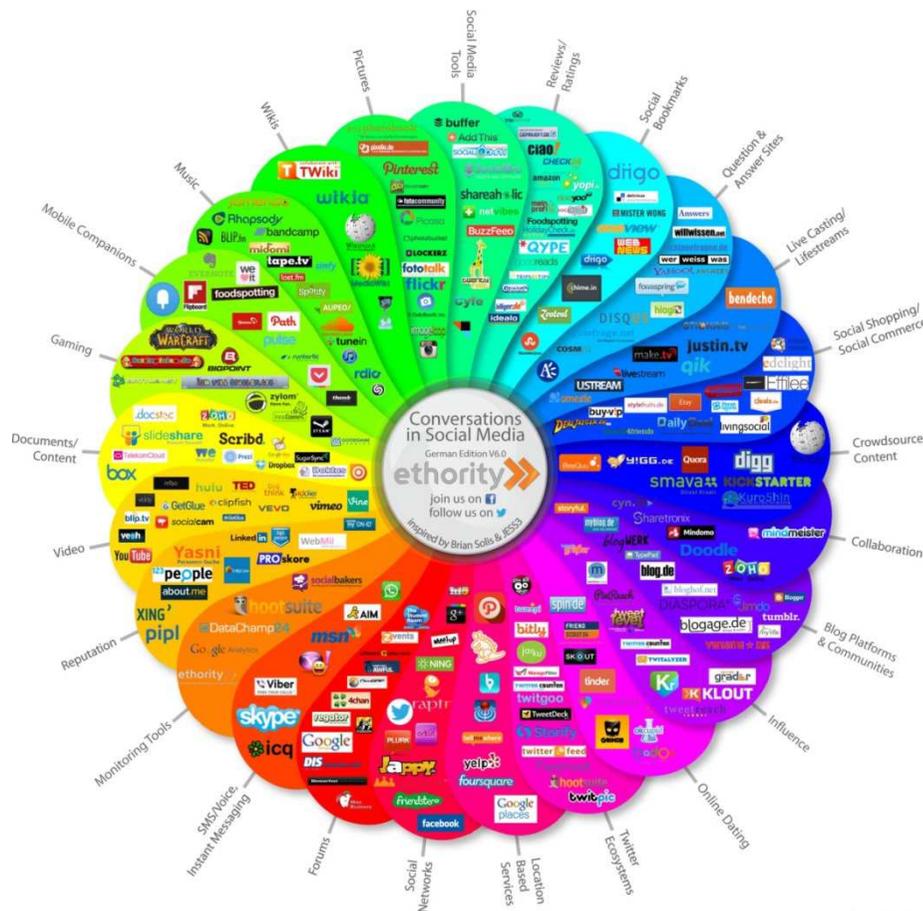
[www.allfacebook.de](http://www.allfacebook.de)



Soll ich mit meiner  
Einrichtung auf Facebook  
& Co. aktiv werden?

**Ja, weil...**

# Social Media ergänzt die bisherige Kommunikation



& erreicht Zielgruppen dort, wo sie sich gerade aufhalten.

# Social Media ergänzt die bisherige Kommunikation

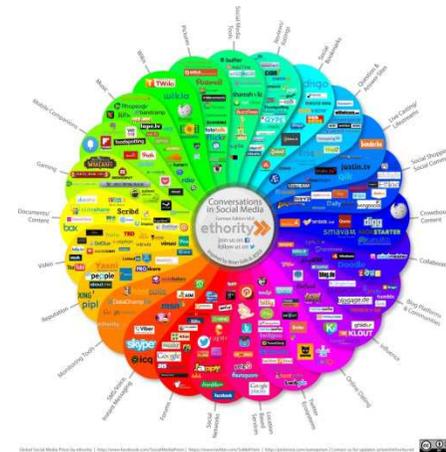
Ein Artikel auf der eigenen Webseite

...wird bei Twitter angeteasert

...wird bei Facebook mit den Fans diskutiert

...weiterführende Informationen werden als Präsentation auf Slideshare hinterlegt

...auf YouTube findet sich ein Interview



# Social Media ergänzt die bisherige Kommunikation

## Ein Fachbeitrag in einem Magazin

...wird um ein Experten-Interview  
auf YouTube angereichert

und via QR-Code verlinkt.

# Social Media ergänzt die bisherige Kommunikation

**Ein lokaler TV- oder Radiobeitrag z.B. über eine Veranstaltung in Ihrem Haus**

...wird über einen FB Post oder Tweet angekündigt

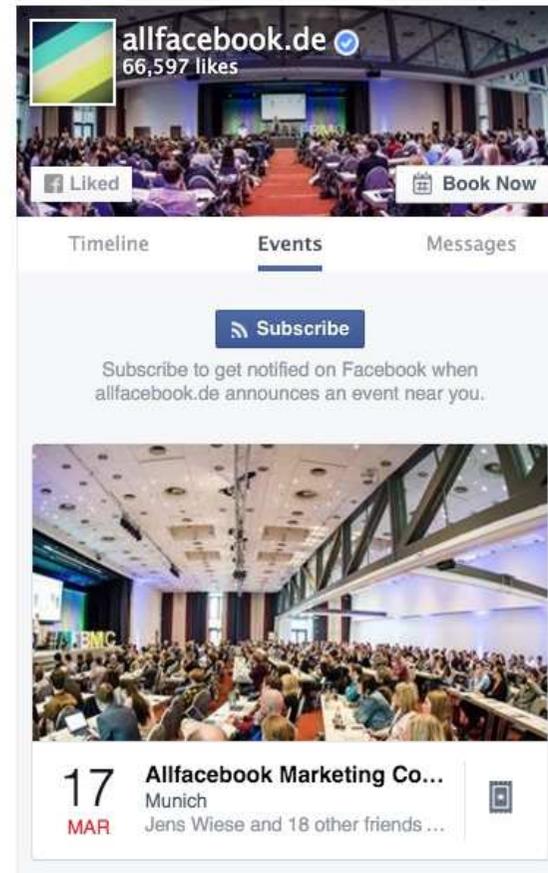
... oder als Link zum Podcast oder zur Mediathek beworben



# Social Media ergänzt die bisherige Kommunikation

## Eine Veranstaltung, z. B. Elternseminar

... wird auch als Veranstaltung  
auf Facebook erstellt  
und im Newsfeed ggf. durch  
Anzeigen zusätzlich beworben



[www.allfacebook.de](http://www.allfacebook.de)



Soll ich mit meiner  
Einrichtung auf Facebook  
& Co. aktiv werden?

**Ja, aber...**

## Social Media: Was ist zu bedenken?

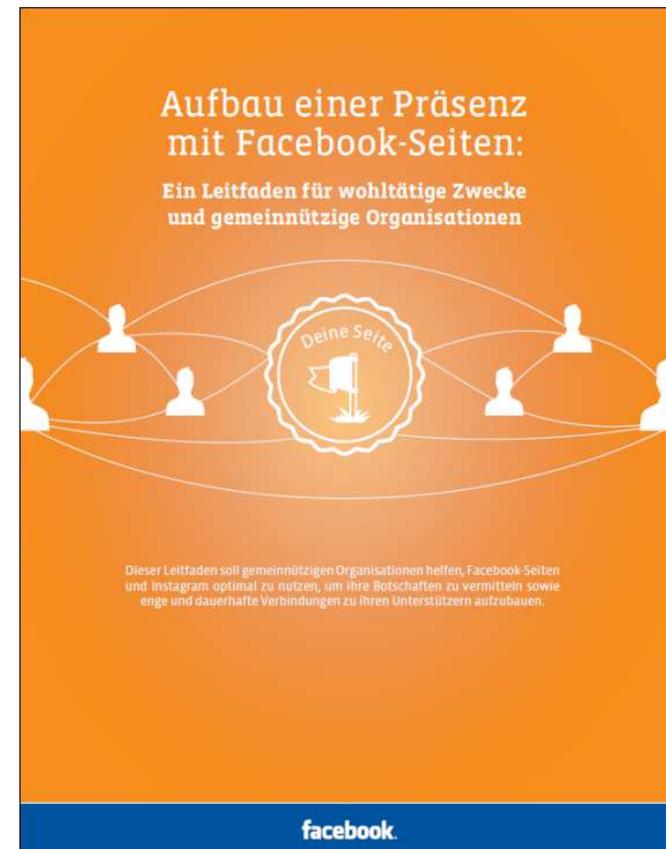
- Zeit & personelle Ressourcen
- Leidenschaft fürs Web 2.0
- Kompetenzen & Abstimmungsprozedere
- Sensible Themen

## Resümee: Onlinekommunikation & Social Media

- Webseite = Herzstück für Zielgruppenerreichung
- Nutzerfreundlich-optimierte Webseiten  
+ attraktiver Content sind die Basis für neue und wiederkehrende Seitenbesucher
- Klassische Kommunikationswerkzeuge und Online-Quellen werden durch Social Media Kanäle nicht verdrängt sondern ergänzt und bereichert

## Ein letzter Tipp

- Weitere Informationen zu den Themen Online-Kommunikation und Social Media bieten u.a. kostenlose Leitfäden im Internet
- Zu empfehlen: Online-Schulungen / Webinare



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

&

Auf Wiedersehen im Workshop II.

*Connect*  
AGENTUR FÜR SOZIALE KOMMUNIKATION