

# Stadtjournal-Tipps, um Veranstaltungen richtig anzukündigen



Bei allen anderen Organisationsfragen im Vorfeld einer Veranstaltung gerät die Öffentlichkeitsarbeit leicht in den Hintergrund. Ein Fehler, wenn anschließend der Zuspruch nicht stimmt. Schade, wenn die Einnahmen nicht stimmen, nur weil zu wenig Menschen wussten, was Sie zu bieten haben. Die Checkliste hilft Ihnen zu einer guten Öffentlichkeitsarbeit. Außerdem haben wir Ihnen nachstehend noch einige weitere "Tipps und Tricks" zusammengestellt:

## Zielgruppen definieren

- Wen wollen wir mit der Veranstaltung ansprechen?
- Wo ist diese Zielgruppe anzutreffen?
- Welche Maßnahmen müssen wir ergreifen?

## Verteilung der Arbeit

Die Veranstaltung sollte getragen werden von einigen Mitgliedern. (Als Multiplikatoren einbinden.) Stellen Sie Verbindlichkeit her durch die Vereinbarung von Terminen/Dead-Lines. Für die Verteilung von Flyer und Plakaten sind etwa zwei Stunden nötig. Für die Organisation der weiteren Öffentlichkeitsarbeit etwa zwei weitere Stunden.

## Eintrittskarten (falls notwendig)

- Nutzen Sie die Rückseite als Werbefeld für einen Sponsor oder als Hinweis auf die nächsten Veranstaltungen

## Plakate

- Haben nur eine unterstützende Wirkung („Erinnerungsfaktor“)
- Frühestens drei Wochen vor der Veranstaltung aufhängen, spätestens zwei Wochen vorher. (Sonst wirken die Plakate wie eine Tapete und sind kein Blickfang mehr.)

## Flyer

- Rückseite als Werbefeld für einen Sponsor oder als Hinweis auf die nächsten Veranstaltungen nutzen.

## Pressearbeit

- Berücksichtigen Sie den Redaktionsschluss der Presse. Gerade der Vorlauf bei Anzeigenblätter oder Monatsheften ist groß.
- Besorgen Sie sich eine Liste der Adressen der Medien (am besten: Liste der Mailadressen).
- Tipp: Das Rathaus (Vorzimmer vom Bürgermeister) hat meist eine aktuelle Presseliste.
- Unsere Redaktion erreichen Sie per Mail: [redaktion@verlag-stadtjournal.de](mailto:redaktion@verlag-stadtjournal.de) oder per Fax (06047) 9885-15.
- Tipp: Verfassen Sie im Vorfeld einen Bericht z.B. über ein Probenwochenende. Die Vorankündigung ist dann der Nebeneffekt.
- Viele Zeitungen veröffentlichen den Veranstaltungshinweis nur ein Mal. Dann muss der Beitrag relativ knapp vor der Veranstaltung platziert werden.
- Die Vorankündigung fällt mit einem Foto (z.B. Bandfoto) mehr auf.
- Überprüfen Sie, ob es ein separater Hinweis für den Veranstaltungskalender notwendig ist.
- Die Einladung gibt evt Gelegenheit, die Zeitung noch zum kurzfristigen Veröffentlichen eines „Tagestipps“ zu veranlassen.
- Meist ist die Personalplanung der Verlage aus ökonomischen Gründen sehr knapp. Denken Sie bereits vorher daran, einen eigenen Nachbericht mit Foto zu verfassen.

## Weitere Möglichkeiten:

- Wenn häufiger Konzerte/Veranstaltungen dieser Art geplant sind: Mailadressen der Besucher sammeln und die Zusendung von weiteren Informationen anbieten.
- Handelnde Personen einbinden, um in den eigenen Gruppen zu werben (Pfarrer, Chor- und Übungsleiter, Jugendleiter). Falls Sie keine Flyer haben (s.o.) einen schriftlichen Hinweis vorbereiten, damit die handelnden Personen die Weitergabe des Veranstaltungshinweises nicht vergessen.
- bei einem Kirchenkonzert: Einsortieren von Flyern in die Gesangbücher
- Gezielter Einsatz von Freikarten, z.B. zwei Stück für eigene Chöre oder Gruppen. (Multiplikatoren!)

**Tipp:** Verwenden Sie möglichst nur eine Checkliste pro Veranstaltung, um die Übersicht zu behalten und doppelte Arbeitseinteilung zu vermeiden!

# Verlag Stadtjournal GmbH

Eichbaumstr. 17b • Altstadt-Waldsiedlung • Tel. (06047) 9885-0 • Fax 9885-15 • [www.verlag-stadtjournal.de](http://www.verlag-stadtjournal.de)

# Check-Liste für Ihre Veranstaltung



Veranstaltung: \_\_\_\_\_  
 am: \_\_\_\_\_  
 in: \_\_\_\_\_

Was ist zu tun?	Bis wann?	Wer ist dafür eingeteilt?	ok?
<b>Eintrittskarten</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufstellen einer Liste der Vorverkaufsstellen</li> </ul>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organisieren des Drucks von Eintrittskarten und Werbemitteln</li> </ul>			
<b>Plakate</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufhängen in den Geschäften der Haupteinkaufsstraße(n) (kleineres Format z.B. A4)</li> </ul>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufhängen in der eigenen Einrichtungen (Kirche, Pfaarsaal, Kindergarten, Vereinsheim)</li> </ul>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufhängen in Schaukästen</li> </ul>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufhängen von Straßenplakaten an den wichtigsten Ausfall- und Einfallstraßen</li> </ul>			
<b>Flyer</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Multiplikatoren einbinden</li> </ul>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verteilen an eigene Mitglieder, Gruppen, etc.</li> </ul>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• in Apotheken, Banken, Geschäften als Auslage verteilen</li> </ul>			
<b>Pressearbeit</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Artikel im eigenen Vereinsheft bzw. Kirchenbote veröffentlichen (Achtung: Redaktionsschluss beachten. Meist langer Vorlauf!)</li> </ul>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Veranstaltungshinweise an die versch. Printmedien verfassen und versenden</li> </ul>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• dort, wo vorhanden, Rundfunk einschalten</li> </ul>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gewinnspiel mit Verlosung (Eintrittskarten oder CDs der auftretenden Gruppe) anbieten</li> </ul>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pressevertreter zur Veranstaltung einladen</li> </ul>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Veranstaltungshinweis auf eigene Homepage, in Newsletter bzw. in Mitgliederschreiben setzen</li> </ul>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fotografieren auf der Veranstaltung</li> </ul>			

Verlag Stadtjournal GmbH