

Arbeitskreis Öffentlichkeitsarbeit der LSVB

Berzirksversammlung Oberfranken
11.07.2017

Christian Margulies

Inhalt

1. AK Mitglieder
2. Aufgabenstellung
3. Vorgehensweise
4. LSVB Zielgruppen
5. Arbeitsschwerpunkte
6. Sofortmaßnahmen AKÖ bisher
7. Aktuelle Maßnahmen AKÖ
8. Offene Themen
9. Vision

1. AK Mitglieder

- Henning Ilmer, Bad Wörishofen
- Christian Marguliés, Nürnberg (AK-Sprecher)
- Hanka Schmitt-Luginger, Gilching
- Heinz Schreiner, Taufkirchen/Vils
- Jürgen Wilhelmi, Nürnberg
- Renate Reyer-Gellert
- (bis Okt. 2017: Franz Wölfl)

2. Aufgabenstellung

- Ergebnis aus dem LSVB Zukunftsworkshop vom 08.12.14:
 - Gründung eines AK Öffentlichkeitsarbeit LSVB
 - Erster Workshop am 21.01. 2015
 - Seitdem 12 halbtägige Workshops und Treffen in München
- Ansatzpunkte:
 - die in den Seniorenbeiräten bestehenden Interessen aller Senioren in Bayern schlagkräftig bündeln
 - es geht um den Bekanntheitsgrad der LSVB als Ganzes
- Aufgabe/Thema: **Darstellung der LSVB in der Öffentlichkeit**
- **Nach Neuformierung des Vorstands und Entwicklung der neuen Vision aus der Vorstandsklausur offen: Klärung der Ausrichtung und Positionierung der Öffentlichkeitsarbeit der LSVB und des AK**

3. Vorgehensweise

bisher erarbeitet:

- Ist-Analyse (Faktensammlung, 2015)
- Bewertung (Stärken/Schwächen; Chancen/Risiken, 2015)
- Zielsetzung, Zielgruppenbestimmung (2016); Wissensaneignung und Vertiefung von praktischer Pressearbeit in einem Seminar der Hans-Seidel-Stiftung in Kloster Banz (2016)
- Sofortmaßnahmen (laufend und Schwerpunkt; bisher im Hintertreffen blieb aber die eigentliche Positionierung und daraus abzuleitende Schwerpunkte der Öffentlichkeitsarbeit
- Daher: **noch weiterzuverfolgen in 2017/18:**
 - Konkretisierung der künftigen Ziele und Positionierung der Öffentlichkeitsarbeit der LSVB
 - Setzung von Schwerpunkten
 - Daraus abzuleitende Maßnahmen

4. LSVB Zielgruppen

- Die Untersuchungsgegenstände der **Ist-/Faktenanalyse** und der **Bewertung** der untersuchten Faktoren wurden schon in der **LDV letztes Jahr in Nürnberg** dargestellt (Von LSVB-Nachrichten, Internet, Messen etc. bis hin zu Finanzen)
- Inzwischen erarbeitet: künftig anzugehende **Zielgruppen** in der Öffentlichkeitsarbeit der LSVB. Wesentliche Schwerpunkte:
 - Kommunen
 - Für LSVB relevante politischen Mandatsträger
 - Seniorenorganisationen auf Bundes-/Landesebene
 - Medien
 - Bayerische Wirtschaft
 - Religionsgemeinschaften auf Landesebene

(offen: endgültige Klärung mit dem LSVB Vorstand)

5. Arbeitsschwerpunkte


- Aus der Vorstandsklausur des neuen Vorstands vom 16./17.02. 2017 auf Schloss Hirschberg haben sich folgende Schwerpunktaufgaben ergeben:
 - Erarbeitung und Werbung für ein bayerisches Landes-Senioren-Mitwirkungsgesetz (2018)
 - Soziale Sicherheit (2018)
 - Gesellschaftliche Teilhabe (2018)
 - Gesundheit und Pflege (mittelfristig)
 - Wohnen im Alter (mittelfristig)

6. Sofortmaßnahmen AKÖ bisher

- Medienreferentin auf Tagesbasis, Vorschlag einer ständigen externen Pressereferentin nicht genehmigt
- Aktualisierung/Korrektur/Ergänzung bestehender Medien im Tagesgeschäft
- Unterstützung bei der Grobüberarbeitung der Gründungsbroschüre sowie eines Gründungsflyers und weiterer Arbeitsmaterialien zur Öffentlichkeitsarbeit
- Unterstützung bei Aufgaben im Tagesgeschäft: Vorschlag Rückmeldebogen
- Klärung Organisation Messeauftritte; Unterstützung Messe 66; Messecheckliste zur Messenvorbereitung (siehe Beispiel)
- Seniorenkino-/Filmangebote über Landesmediendienst
- Redaktionelle Unterstützung bei den LSVB-Nachrichten
- Im Sinne der Vision „Zusammenarbeit stärkt“ Initiierung eines Infotisches an der LV mit Infoblättern/Broschüren der Mitglieder als Anregung für Entwicklung und Optimierung eigener Infomaterialien

Beispiel Rückmeldebogen

Rückmeldung Anfragen/Adresskorrekturen	
Lfd. Nr.	<input type="text"/>
Datum	<input type="text"/>
Adressangaben	
Vorname	<input type="text"/>
Nachname	<input type="text"/>
Funktion/Stellung	<input type="text"/>
Einrichtung/Firma	<input type="text"/>
Straße, Hausnr.	<input type="text"/>
Telefon - gesch.	<input type="text"/>
- privat	<input type="text"/>
- mobil	<input type="text"/>
- Fax	<input type="text"/>
Email	<input type="text"/>
Hintergrundinformationen	
Adresskorrektur	<input type="checkbox"/>
Neuaufnahme	<input type="checkbox"/>
Interesse Gründ. Sen.Beirat	<input type="checkbox"/>
Interesse Mitgliedsch. LSVB	<input type="checkbox"/>
Interesse Sonstiges	<input type="text"/>
Anforderung - LSVB Flyer	<input type="checkbox"/>
- Gründ.Flyer	<input type="checkbox"/>
- Grd.Brosch.	<input type="checkbox"/>
- Sonstiges ...	<input type="text"/>
Kontaktaufnahme seitens LSVB wünschenswert	
durch (Name) - telefonisch	<input type="text"/>
- Email/schriftl.	<input type="text"/>
Bearbeiter/in Meldebogen	<input type="text"/>

 LSVB <small>LandesSeniorenVertretung Bayern e.V.</small>	Schellingstraße 155 80797 München	Telefon: 089 954756990 Fax: 089 954756999 www.lsvb.info	Geschäftszeiten: Mo./Di.: 09.00 – 16.00 Uhr Mi./Do.: 09.00 – 13.00 Uhr
--	--------------------------------------	---	--

Beispiel Checkliste Messebeteiligung I

A	Im Vorfeld der Messe
1.	Entscheidung zur Messebeteiligung
2.	Zielsetzung
3.	Festlegung des Messebudgets
	Erstellung eines Kostenplans
a.	Standmiete (15-20% d. Gesamtkosten)
b.	Standgestaltung (40-60% d. Gesamtkosten)
c.	Standabbau (5-10% d. Gesamtkosten)
d.	Versicherung Stand
4.	Berechnung des Zeiteinsatzes
5.	Berechnung des Personaleinsatzes
I.	Überprüfung der Entscheidung einer Messebeteiligung
6.	Festlegung des/der Präsentationsschwerpunkte
7.	Zusammenstellung der Werbemittel
a.	vorhandene
b.	neue
	Zusammenstellung der Werbegeschenke
a.	vorhandene
b.	neue
8.	Kalkulation
a.	Werbung im Vorfeld der Ausstellung
b.	Standkosten, Anmietungen, Messebeteiligung
c.	Personalkosten
d.	Versicherungen (Anfahrt, Abfahrt Personal)

Beispiel Checkliste Messebeteiligung II

9. Abschluss mit dem Veranstalter	
10. Messedramaturgie festlegen	
	Exponate; Vorträge, Vorführungen, Quiz etc.
	Presserundgang
	Messerundgang (VIPs)
11. Briefing	
a.	Verantwortlichkeiten klären
b.	Beteiligte/Helfer informieren
c.	konkrete Terminplanung erstellen
12. Information der Öffentlichkeit	
a.	persönlich (Einladung)
b.	in den Medien
13. Standortprüfung	
a.	wo stehen wir:
	Eckplatz, Mittelplatz, nahe an Präsentationsflächen, nahe an anderen Lärmquellen)
b.	Beschriftung
c.	Licht
d.	Ton
e.	Nebengassen, Hauptwege
f.	Leerflächen (ganz schlecht oder nach Nutzung fragen)
III. Abschluss der Messevorbereitung	

Beispiel Checkliste Messebeteiligung III

B	Während der Messe
a.	Aufnahme (und Aufarbeitung) von Besucherwünschen
b.	Terminvereinbarungen
c.	Bei Ablösungen Zwischenstandsbericht
d.	Auf Presse achten; nur autorisierte Partner benennen
e.	eventuell Zwischeninformation an Medien
C	Nach der Messe
a.	Standabbau (Personall)
b.	Kostenabrechnung und Abgleich mit der Kalkulation
c.	Nachbesprechung
d.	Erfolgskontrolle
	Besucherstruktur auf der Messe
	Besucherstruktur am Stand
	Hauptinteressen der Besucher
	Meinungen der Besucher
	Anregung von Besuchern
	Auswertung Presseberichterstattung

7. Aktuelle Maßnahmen AKÖ I

- Redaktionelle Begleitung der LSVB-Nachrichten:
 - Die Hauptarbeit erfolgt in der Geschäftsstelle, aber Unterstützung bei der Lieferung und Bündelung von Beiträgen zu den LSVB-Nachrichten sowie deren Redigierung
 - LSVB Nachrichten II/2017: Redaktionsschluss 01.10., Erscheinungstermin vorläufig 01.11
- Bewertung bisheriger Messeauftritte
 - Analyse bisheriger Auftritte und Ableitung von Optimierungsansätzen
 - Weitere Messebeteiligungen und/oder Änderungen im Standkonzept Diskussion im Vorstand (SL)
- Schwerpunkt Überarbeitung Internetauftritt zusammen mit der Geschäftsstelle

7. Aktuelle Maßnahmen AKÖ II

- Zielsetzungen Internet:
 1. LSVB suchen und finden
 2. LSVB Auftritt
 3. Forum für Mitglieder (Intranet)

Zu 1)

- In den Suchsystemen nach vorne rutschen (Aufbau Homepage, Begrifflichkeiten, Schlagworte...)
- Einen externen Berater nehmen (Programme zur Optimierung der verwendeten Begriffe, Erfahrung im Google Algorithmus); Kosten vorauss. 250 bis 500 €
- Vorhandene Möglichkeiten des Website Tools von 1und1 ausloten (Vorarbeit Geschäftsstelle)
- Ausschlaggebend prioritär Homepage und am meisten aufgerufene Interseiten (Check Geschäftsstelle)
- Beeinflussend: Check alle Verlinkungen und dort besonders häufig genutzte Partner Websites (Geschäftsst.)

Zu 2)

- Vorhandene Möglichkeiten des Website Tools von 1und1 ausloten (Vorarbeit Geschäftsstelle)
- Falls nicht ausreichend, Anbieterwechsel, Spezialprogramm od. Auftragsvergabe an Websitegestalter
- Konkurrenzvergleich (gute Dinge abgucken GO)

7. Aktuelle Maßnahmen AKÖ III

Zu 3) Intranet

- Vorhandene Möglichkeiten des Website Tools von 1und1 ausloten (Vorarbeit Geschäftsstelle)
- Upgrade/Tool „Intranet“: für mitgliederinterne Infos (z.B. Sitzungseinladungen, Protokolle, Termine, Planungen/Ziele/Maßnahmen, Mitgliederverzeichnis mit internen Adressbestandteilen,...) GO prüft, ggfs. auch komplett neues Programm
- Upgrade/Tool „Intranet“: für mitgliederinterne Infos (z.B. Sitzungseinladungen, Protokolle, Termine, Planungen/Ziele/Maßnahmen, Mitgliederverzeichnis mit internen Adressbestandteilen,...) GO prüft, ggfs. auch komplett neues Programm

Ergänzend zu 1) Brainstorming; erste Beispiele Stichwortideen zum Webranking:

- (Bayerische) Seniorenvertretung
- Seniorenhilfe
- (kommunale) Seniorenpolitik
- Senioren
- Senioren in Not
- Alter (sfragen)
- Demografie
- Alt und jung
- Seniorenheim
- Seniorenpflege...

8. Offene Themen

- Weitere **Erarbeitung und Konkretisierung der Positionierung der LSVB** in Bayern und damit der Öffentlichkeitsarbeit der LSVB und der daraus abzuleitenden Strategie und Maßnahmen
- **Bezirksversammlungen als Schalthebel (?)**
 - Frage an die Regionen, was diese wollen
 - Stärkere Einbeziehung und Vernetzung
- **Bessere Vernetzung** mit anderen Seniorenvertretern

9.Vision

Der Arbeitskreis ist erfolgreich, wenn er die mit Engagement angegangenen Ziele und Maßnahmen zur Umsetzung bringt und die Vision des Vorstands im Sinne einer besseren Vernetzung der Mitglieder untereinander mit Leben erfüllt und damit den Bekanntheitsgrad der LSVB in Bayern erhöht. Denn:

Zusammenarbeit stärkt!

