

Checkliste Öffentlichkeitsarbeit Events

Wen sprechen wir warum, wann und wie an?

Öffentlichkeitsarbeit für Events

Grundsätzliche Überlegungen

- Wer ist die Zielgruppe des Events?

- Was sind die Facts rund um den Event (Dauer, Ort, Gästeanzahl, Zweck, ...)?

- Wieviel Vorlaufzeit haben wir für die Kommunikationsmaßnahmen zur Verfügung?

Kommunikationsmaßnahmen

- Wer ist für uns ein interessanter/relevanter Verteiler/Multiplikator?
Politiker, Unternehmen, Funktionäre, Multiplikatoren, Zielgruppe des Events ...

Wie und wann kündigen wir die Veranstaltung an? (Drucksorten, Social Media, Email Aussendungen, ...)

- Ankündigung via _____ am _____

 Welche Drucksorten werden benötigt?

- Typ: Plakate – Karten – Folder - Werbematerial – Pressemappe
- Wer bereitet die Drucksorten auf?
- Wann ist der späteste Liefertermin (in Hinsicht z.B. auf Packzeiten).

 Presseaussendung

- Was ist das Ziel der Presseaussendung? Eine Neuigkeit verbreiten oder zu einer Veranstaltung einladen?
- Existiert eine Verteilerliste?
- Was ist der Aufhänger der Presseinformation?
- Stellen sie die inhaltlich korrekte Aufmachung sicher:
Aussagekräftige Überschrift - konkrete Einleitung – spannende Fakten
- Vermitteln Sie die Facts rund um den Event und halten Sie diese für journalistische Anfragen bereit.

 Pressekonferenz

- Zuallererst: Ist das Thema so interessant für Journalisten, dass sie auch kommen würden? Wenn ja, dann zu den weiteren Schritten:
- Wann wird die Aussendung zur PK durchgeführt?
- Inhalte/Gestaltung Pressemappe bestimmen (USB, Download, Link, Printmaterial,...)
- Wer kann uns im Vorfeld unterstützen?
- Wer ist die Ansprechperson für Interviews für Journalisten? Erreichbarkeit via Telefon und Email sicherstellen.
- Faktensammlung zum Event für die Presse aufbereiten. Dies ist besonders nützlich für die Nachberichterstattung. Es erleichtert den Journalisten das Schreiben der Berichte.
- Fotos vorbereiten. Gutes Bildmaterial überzeugt.

 Social Media

- Welche Social Media Kanäle werden verwendet?
- Wer postet Text und Bild?
- Wann wird veröffentlicht?
- Gibt es gutes Bildmaterial für Social Media?

Sponsoren

- Welche Firmenpartner kommen in Frage?

- Welche Institutionen können uns unterstützen?

- Können wir Sponsoringpakete anbieten? Wenn ja, welche?

- Wer fragt bei wem und wann an?

- Aufwendige Sponsorings brauchen eine Übersicht zu:

- Welche Leistungen erhalten die jeweiligen Sponsoren?
- Kontrolle der Zahlungseingänge.
- Wer informiert die Sponsoren über den Ablauf der Veranstaltung (Präsenzzeiten, Überreichung Preise, Dankesworte, etc.)?
- Dankeschreiben nach der Veranstaltung mit Bildergalerie.

Dokumentation und Evaluierung

- Nachbesprechung Organisation
- Feedback der Beteiligten.
 - Was ist besonders gelungen?
 - Wo gibt es Verbesserungspotential?

- Nachbearbeitung PR

- Sammlung der Presseberichte, um die Resonanz zu sehen.
- Wurde den Partnern gedankt?
- Welche Kommunikationsmaßnahmen haben am besten gewirkt?