

BIEP – Bleibeperspektiven im ländlichen Raum*

PR-Konzept

1

ALLGEMEINER ABLAUF DER PR-KAMPAGNE



Regelkreis: Analyse – Vorgehensweise/Strategie – Umsetzung

Ein solches Konzept enthält immer konkrete Handlungsanleitungen für Analyse, Ziele und Zielgruppen (Anspruchsgruppen), Strategie und Maßnahmenplan, Erfolgskontrolle (siehe Schritt 1 bis 3).

Schritt 1: PR-Arbeit beginnt immer mit einer ausführlichen Analyse der Marketingziele. In unserem Fall der Verbreitung der Inhalte des Curriculums für die Bleibeperspektiven im ländlichen Raum.

- ✓ Welche Produkte und Dienstleistungen sind aus dem BIEP-Projekt entstanden und können angeboten werden. Sind alle Produkte in einem einheitlichen Design, so dass es einen Wiedererkennungswert für jedes einzelne Produkt gibt?
- ✓ Jedes Land/ jede Organisation muss für sich analysieren, welche internen und externen Umfeldler vorhanden sind und für die PR-Kampagne zum Curriculum für Bleibeperspektiven genutzt werden können. Daraus werden dann die Entscheidungen getroffen.
- ✓ Welcher Informationsbedarf ist im Land/ in der Region vorhanden?
- ✓ Mit welchen Bezugsgruppen arbeiten die einzelnen Organisationen bereits zusammen? Wo besteht schon Kontakt zu den Bezugsgruppen und gibt es bei den bisher durchgeführten Kommunikationsmaßnahmen welche, die wieder genutzt werden können?

Schritt 2: Strategie der eigentlichen Kampagne zur Öffentlichkeitsarbeit: Ziele, Zielgruppen, Botschaften, Maßnahmen und Positionierung sowie strategischer Kräfteinsatz.

- ✓ Ziele: präzise, messbar und terminiert (Gliederung: zeitlich, nach Zielhierarchie oder nach Teilzielen)

- ✓ Zielgruppen (beinhalten auch Aussagen über die Erreichbarkeit der Zielgruppen): Wer soll in erster Linie erreicht werden und welche sonstigen Multiplikatoren müssen berücksichtigt werden?
- ✓ Botschaften/Positionierung: Kommunikationsinhalte zielgruppenspezifisch aufbereiten. Auf die unterschiedlichen Umsetzer im Land zugehen.
- ✓ Maßnahmenbündel zu den Zielen und Zielgruppen: Welche Formen der Ansprache, Präsentationen sind geeignet, um welche Zielgruppen anzusprechen?
- ✓ Timing: In welchem Zeitraum sollen die Ziele erreicht werden?

Schritt 3: Nach der Kampagne: Realisation, Zielerreichung und Controlling

- ✓ Treffen Sie sich nach der Kampagne mit allen Beteiligten und Partnern und sprechen Sie über Ergebnisse, Begleitumstände, modifizierte Veränderungen, Kommunikationsinstrumente, Erfolg der Kampagne und Verbesserungsvorschläge.
- ✓ Die Ergebnisse werden benutzt um eine Feinabstimmung des Konzeptes vorzunehmen und zu verbessern.

Grundsätzlich Stolpersteine bei der Einhaltung des dreistufigen Regelkreisschemas beachten:

- ✓ Die Faktenanalyse enthält nur die selektierten Informationen, die den kommunikativen Kontext problemorientiert beschreiben.
- ✓ Oft wird zu viel analysiert und zu wenig Handlungsanleitung gegeben.
- ✓ Eine weitere typische Falle im Konzeptionsprozess entsteht, wenn die Aufgabenstellung auf der gleichen Ebene wie die Zielsetzung steht, die Ziele also nicht ausreichend konkret und terminiert formuliert sind, sondern die Aufgabenstellung lediglich wiederholen.
- ✓ Unterschied zwischen Strategie und Taktik: Planungsprozess und andererseits der darauf aufbauenden Maßnahmenplanung.
- ✓ Roter Faden
- ✓ Eine Konzeption ist kein starres Gebilde

2

VOR DER KAMPAGNE



PR-Analyse (Vorhandene Informationen sichten und Ist-Situation analysieren)

Deutschland: Verteiler/Veröffentlichung

Deutschland	Zielgruppe	Medium der Zielgruppe	Kontakt
Städte- und Gemeindebund	Kommunale Politik und Verwaltung	Kommunalreport / Newsletter	Hauptgeschäftsstelle Marienstr. 6 12207 Berlin Tel.: +49 (0)30/773 070 E-Mail: dstgb@dstgb.de
Landkreistag	Kommunale Politik und Verwaltung	Kurzmeldungen	Deutscher Landkreistag Ulrich-von-Hassell-Haus Lennéstraße 11 D-10785 Berlin Telefon: +49 (0)30 / 59 00 97 - 3 09 E-Mail: Presse@Landkreistag.de
SIKOSA- Studieninstitut für kommunale Verwaltung Sachsen-Anhalt	Kommunale Politik und Verwaltung	Offen (Nachfragen)	Studieninstitut für kommunale Verwaltung Sachsen-Anhalt e.V. Albrechtstrasse 7 39104 Magdeburg Telefon +49 (0)391/ 5 65 40-0 E-Mail: post(at)sikosa.de
Studieninstitut für kommunale Verwaltung	Kommunale Politik und Verwaltung		In anderen Bundesländern
Stabsstelle Demografische Entwicklung Sachsen-Anhalt	Interessierte Öffentlichkeit	Jährlicher Demografiekongress Sachsen-Anhalt	Ministerium für Landesentwicklung und Verkehr des Landes Sachsen-Anhalt Stabsstelle für demografische Entwicklung und Prognosen Turmschanzenstr. 30 39114 Magdeburg Telefon: +49 (0)391/ 567 3513 E-Mail: ines.heidler@mlv.sachsen-anhalt.de
Deutsche Leader Vernetzungsstelle	Leader-Gruppen	News auf Webseite	Deutsche Vernetzungsstelle Ländliche Räume (DVS) in der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) Deichmanns Aue 29 53179 Bonn Tel. +49 (0)228 6845/3722 E-Mail: DVS@ble.de
Bundesverband der Regionalbewegung e.V.	Regionale Initiativen	Newsletter/ Webseite	Bundesverband der Regionalbewegung e. V. Hindenburgstraße 11 91555 Feuchtwangen Tel: +49 (0)9852/13 81 E-Mail: info@regionalbewegung.de
Netzwerk Zukunft Sachsen-Anhalt e.V.	Regionale Initiativen	Newsletter/ Webseite	Netzwerk Zukunft Sachsen-Anhalt e.V. Olvenstedter Straße 10 39108 Magdeburg Tel. +49 (0)391/ 5433861

Finnland: Verteiler/Veröffentlichung

Finnland	Zielgruppe	Medium der Zielgruppe	Kontakt
Regional Council of South Karelia (Regionalrat der Provinz Südkareliens)	Kommunale Politik und Verwaltung	Kommunalreport/ Newsletter	Kauppakatu 40 FIN-53100 Lappeenranta Tel.: +358 (0)30/773 070 E-Mail: jari.lantta@ekarjala.fi
Stadt Lappeenranta	Kommunale Politik und Verwaltung	Kurzmeldungen	Stadt Lappeenranta Villimiehenkatu 1 FI-53100 Lappeenranta Telefon: +358 (0)30 / 59 00 97 - 3 09 E-Mail: krista.huovila@lappeenranta.fi
Gemeinden Lemi, Luumäki, Savitaipale, Taipalsaari	Kommunale Politik und Verwaltung	Kurzmeldungen	Einzelne Gemeinden, Bürgermeister und Gemeinderäte
Village Action Association of Finland	Interessierte Öffentlichkeit	Kurzmeldungen	Village Action Association of Finland Lupajantie 1 FI-25500 Perniö E-Mail: info@kylatoiminta.fi
Finnische Leader Vernetzungsstelle	Leader-Gruppen	News auf Webseite	Finnische Vernetzungsstelle Ländliche Räume Postfach 405 FI-60101 Seinäjoki Tel. +358 (0)295312454 juha-matti.markkola@maaseutu.fi www.rural.fi , www.leadersuomi.fi
Leader Länsi-Saimaa ry	Regionale Initiativen	Newsletter/ Webseite	Leader-Länsi-Saimaa ry Kellomäentie 1 FI-54920 Taipalsaari Tel: +358 (0)407343053 E-Mail: toimisto@lansi-saimaa.eu
Etelä-Karjalan Kylät ry	Regionale Initiativen	Newsletter	Etelä-Karjalan Kylät ry Kellomäentie 1 FI-54920 Taipalsaari Tel. +358 (0)409394099

Niederlande: Verteiler/Veröffentlichung

Niederlande	Zielgruppe	Medium der Zielgruppe	Kontakt
Vereniging van Nederlandse gemeenten	Kommunale Politik und Verwaltung (Nationaler Ebene)	Newsletter / Webseite	Vereniging van Nederlandse Gemeenten Postfach 30435 2500 GK Den Haag Tel.: +31 (0)70 3738393 E-Mail: informatiecentrum@vng.nl
Vereniging Groninger gemeenten	Kommunale Politik und Verwaltung (Provinz Ebene)	Newsletter / Webseite	Vereniging Groninger Gemeenten Hendrik Westerstraat 4 9791 CT Ten Boer Tel: +31 (0)50 3039797 E-Mail: secretariaat@groningergemeenten.nl
Kennisnetwerk Krimp Noord-Nederland	Interessierte Öffentlichkeit (Provinz Ebene)	Kurse und symposia / Newsletter / Webseite	Kennisnetwerk Krimp Noord-Nederland Postfach 3037 9701 DA Groningen Tel: +31 (0)622290559 E-Mail: vanwingerden@kennisnetwerkkrimp.nl
Netwerk Platteland	Interessierte Öffentlichkeit und Leader-Gruppen (Nationaler Ebene)	Symposia / Newsletter / Webseite	Netwerk Platteland Posbus 2755 3500 GT Utrecht Tel: +31 (0)30 2756909 E-Mail: info@netwerkplatteland.nl
Vereniging Groninger Dorpen	Regionale Initiativen (Provinz Ebene)	Newsletter / Webseite	Vereniging Groninger Dorpen Hendrik Westerstraat 24 9791 CT Ten Boer Tel: +31 (0)50 3062900 E-Mail: info@groningerdorpen.nl
Onderzoeksbureau Elles Bulder	Regionale Initiativen (Provinz Ebene)	Webseite	Onderzoeksbureau Elles Bulder Stationsstraat 30 9679 ED Scheemda Tel. +31 (0)597 593464

Österreich: Verteiler/Veröffentlichung

Österreich	Zielgruppe	Medium der Zielgruppe	Kontakt
Gemeindebund	Gemeinden	Website, Newsletter, Publikationen (Zeitschrift „Kommunal“ u.a.)	Österreichischer Gemeindebund Löwelstraße 6, 1010 Wien Telefon: 01 - 512 14 80 Fax : 01 - 512 14 80 - 72 E-Mail: office(at)gemeindebund.gv.at www.gemeindebund.at
Städtebund	Städte	Website, Newsletter,	Österreichischer Städtebund Rathaus, Stiege 5, Hochparterre

		Publikationen	A-1082 Wien Tel.: 01 4000-89980 Fax: 01 4000 99 89980 E-Mail: post(at)staedtebund.gv.at Web: www.staedtebund.gv.at
Institut für Kommunalwissenschaften	Mitglied im Städtebund	Publikationen, Website	Institut für Kommunalwissenschaften, A-4020 Linz, Pfarrgasse 14, 0732/77 16 70, 0664 60 795 2080, Fax 0732/7070-54-9243, friedrich.klug@ikw.linz.at, http://www.ikw.co.at, http://www.linz.at/bildung/IKW.asp
Netzwerk Land (LEADER Vernetzungsstelle)	LEADER-Regionen	Website, Newsletter, Magazin „ausblicke“	Agrar.Projekt.Verein Verein zur Förderung von Regional- und Agrarprojekten (APV) Dresdner Straße 68a A-1200 Wien Tel: +43 1 3321338 11 office@agrarpromjektverein.at http://www.netzwerk-land.at/
Regionalmanagements u.ä. der Bundesländer	Gemeinden, Unternehmen, Initiativen, etc.	Website, Facebook	www.rm-austria.at Mostviertelplatz 1, 3362 Öhling https://www.facebook.com/RMOesterreich
Universität für Bodenkultur – diverse Institute	Forschung, Studierende	Website, Facebook, Publikationen	www.boku.ac.at

Polen: Verteiler/Veröffentlichung

Polen	Zielgruppe	Medium der Zielgruppe	Kontakt
FAPA	Landwirtschafts Ministerium, Zentrale Verwaltung	Biulletin Agroekspres	Centrum Informacji i Dokumentacji FAPA 00-930 Warszawa ul. Wspólna 30 p. 17 tel. 022 623-10-09, 623-23-23 fax 022 623-17-51 jkp@fapa.com.p
URZĄD MARSZAŁKOWSKI WOJEWÓDZTWA MAZOWIECKIEGO W WARSZAWIE	Kommunale Politik und Verwaltung in Mazovien	Bulletin/ Newsletter	Presse Marta Milewska ul. Jagiellońska 26, parter tel. 22 59 07 602 tel. kom.: 510 591 974 e-mail: rzecznik@mazovia.pl

KSOW (Leader Vernetzungsstelle)	Leader-Gruppen	Biuletyn/ Newsletter	Zespół Krajowej Sieci Obszarów Wiejskich i Komunikacji Biuro Pomocy Technicznej Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi ul. Wspólna 30 00-930 Warszawa tel. (22) 623-16-37 fax (22) 623-21-44 ksow@minrol.gov.pl
KRAJOWE STOWARZYSZENIE SOŁTYSÓW	Kommunale Politik und Verwaltung und Regionale Initiativen	Zeitung/ Gazeta Sołecka/ Web Newsletter	Ryszard Bilski ul. Świętokrzyska 30/149, 00-116 Warszawa tel/fax. (022) 826 36 50 solecka@gazetasolecka.pl www.gazetasolecka.pl
Fundacja Wspomagania Wsi	Regionale Initiativen	Web Newsletter/ Witryna wiejska	psubotkiewicz@fww.org.pl ul. Bellottiego 1 01-022 Warszawa tel. 22 636-25-70 do 75 fax 22 636-62-70 fww@fww.org.pl redakcja@fww.org.pl
Centrum Doradztwa Rolniczego w Brwinowie	Regionale Initiati- ven	e-Biuletyn Informacyjny CDR	05-840 Brwinów, ul. Pszczelińska 99 centrala: tel. 22 729 66 34 do 38, fax 22 729 72 91, sekretariat 22 729 59 37 e-mail: sekretariat@cdr.gov.pl
Instytut Rozwoju Wsi i Rolnictwa	Regionale Initiativen	Więś i Rolnictwo journal (4 mal im Jahr ausgedruckt) auch e-Version auf Webseite	Nowy Świat 72, 00-330 Warszawa tel. (22) 826-94-36, (22) 826-63-71 fax. (22) 657-27-50 e-mail: irwir@irwirpan.waw.pl
Europejski Fundusz Rozwoju Wsi Polskiej	Regionale Initiativen	Webnews	ul. Miedziana 3A 00-814 Warszawa Email: efrwp@efrwp.com.pl Presse Justyna Łyżcka, Tel.: 22 250 49 20, 698 444 432 Email: justyna_zycka@itbc.pl
Fundacja na rzecz Rozwoju Polskiej wsi	Regionale Initiativen	Webseite/News	ul. Gombrowicza 19, 01-682 Warszawa Tel.: 22 864 03 90, fax: 22 864 03 61 e-mail: fdpa@fdpa.org.pl http://fdpa.org.pl/
LGD Zielone Mosty Narwi	Regionale Initiativen	Newsletter/ Webseite	Al. Jana Pawła II nr 1 06-121 Pokrzywnica Tel. 23 691 88 55 e-mail: biuro@zielonemostynarwi.pl

3

INHALT UND STRATEGIE DER PR-KAMPAGNE



• PR-Ziele und Zielgruppen

Ziel des Projektes (BIEP) ist es, Bleibe- und Rückkehrperspektiven für den ländlichen Raum zu entwickeln. Die verschiedenen Sichtweisen, Ausgangslagen und Rahmenbedingungen tragen dazu bei, mögliche facettenreiche Bildungsangebote (bestehend aus landesspezifischen Bausteinen) für Verwaltung, Politik, Initiativen und NGO zu entwickeln und werden sich auch in den PR-Kampagnen der Länder hierzu spiegeln.

Die Konzepte für Bleibe- und Rückkehrstrategien wurden in den Handlungsfeldern Experimentierräume für regionale Wertschöpfung und Kreativität, multidimensionale Nahversorgung in Dorfzentren, Ökolandbau und Tourismus, Mobilität in Regionen sowie Potentiale des Tourismus und der Ausbildung entwickelt. Dabei wird von den Partnern ein multidimensionaler Ansatz favorisiert. Dieser nimmt den Arbeits- und Lebenszusammenhang der einzelnen in den Fokus und zielt auf die Verbesserung der gesamten Daseinsvorsorge. Durch die sektorübergreifende Partnerschaft ist eine integrative Perspektive gegeben, die dem multidimensionalen Ansatz sehr entgegenkommt.

Nun gilt es, das zu diesen Themenfeldern gemeinsam entwickelte Curriculum „Integrative und multidimensionale Gemeinde(neu)entwicklung“ zu vermarkten. Der Lehrplan dient dazu, Angehörige von Verwaltungen, Vereinen und Initiativen zu Gemeindeentwicklern fortzubilden, die die verschiedenen Dimensionen von Bleibefaktoren und Rückkehrstrategien zusammenführen. Diese regen Menschen an, in den/die ländlichen Regionen zu bleiben, zu kommen oder zurückzukehren. Die entwickelten Bildungsangebote geben den Gemeindeentwicklern ein Know-how an die Hand, mit dem sie gemeinsam in der Lage sind mit den Menschen vor Ort erfolgreiche Strategien für Bleibe- und Rückkehrperspektiven zu schaffen.

Zielgruppen für das Land definieren: Welche Kreise der Bevölkerung sind für uns als Umsetzer für unsere Botschaft bzw. für das Curriculum wichtig? - Welche Gruppen müssen wir zusätzlich ansprechen? – Welche Gruppen erreichen wir direkt? – Welche Gruppen sind Multiplikatoren und Meinungsbildner für uns? Wer kooperiert schon mit uns? Mit welchen Organisationen, Verbänden, Institutionen verbinden uns gemeinsame Ziele und vergleichbare Strategien? Welche Möglichkeiten zur gemeinsamen Kommunikation gibt es? Wer kann uns durch professionelle Vermittlung von Informationen und Meinungen auf breiter Basis helfen (Journalisten, Medien)?



• Strategie und Maßnahmenplanung

- ✓ Für jedes Handlungsfeld und jedes Land/ jede Organisation müssen/können verschiedene Zielgruppen festgelegt werden.
- ✓ Zusammenstellung der Argumente und Botschaften, Inhalte und Aussagen

- ✓ Mittel und Methoden: Welche Medien passen zu den Inhalten? Wie sollen daher unsere Mittel und Methoden der Öffentlichkeitsarbeit aussehen?
- ✓ Stichworte zur Aufbereitung der Medien: Motivation, Information, Steuerung, Rationalisierung etc.
- ✓ Bereits bestehende eigene Medien und Publikationen bzw. Medien der Zielgruppen nutzen
- ✓ Auswahl der Medien der Öffentlichkeitsarbeit (siehe Punkt Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit)



• Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit

Methoden- und Ideenliste

- **Interne Kommunikation:** z.B. Konferenz, Rundschreiben, Fortbildungsangebote, Motivation der Mitarbeiter
- **Direktwerbung:** z. B. direkte Ansprache per Mail oder Brief, Anschreiben mit/ohne Flyer, Veranstaltungsplakat, Anzeige, Direkt-Mailing
- **Presse- und Medienarbeit: z.B.** Pressemitteilung, Bürgerfunkbeitrag, Journalisten für Pressegespräche, Pressekonferenzen auswählen und einladen, Zeitungs- oder andere Medienpartnerschaften, O-Ton-Beiträge
- **Einsatz der projekteigenen Publikationen:** z.B. Curriculum, Website, Referentenkatalog, Begriffe des Wörterbuchs etc.
- **Veranstaltungen und Aktionen:** z.B. Podiumsdiskussionen, Bürger-Treff, Kabarett, Aktionstag
- **Gremienarbeit und politisches Engagement:** z.B. Fachtagung, Netzwerk, Schulungsservice und Weiterbildungen anbieten



• Organisation und Zeitplan

- ✓ Wer macht was, bis wann? Wann sollen die einzelnen Mittel und Maßnahmen optional eingesetzt werden? Festlegung von Meilensteinen!



• Terminkontrolle und Erfolgskontrolle nach der Kampagne

*Dieses Projekt wurde mit Unterstützung der Europäischen Kommission finanziert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung (Mitteilung) trägt allein der Verfasser; die Kommission haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben.