

Wissen kompakt

**ÖFFENTLICHKEITSARBEIT  
AUF GEMEINDEEBENE  
INKL. NEUE MEDIEN**

(Stand 1999)

*VerfasserInnen:*

Dr. Manfred Bauer

Georg Walter

DI<sup>in</sup> Michaela Krämer

*Kontakt:*

Wallenberger & Linhard Regionalberatung GmbH

3580 Horn, Florianigasse 7

Tel.: 02982/4521, Fax: 02982/4521-10

E-Mail: [office@regionalberatung.at](mailto:office@regionalberatung.at)

[www.regionalberatung.at](http://www.regionalberatung.at)

## **Inhaltsverzeichnis**

INHALTSVERZEICHNIS .....	2
<b>1 ZIEL UND ZWECK DER ÖFFENTLICHKEITSARBEIT .....</b>	<b>4</b>
<b>2 KONZEPT FÜR EINE EFFIZIENTE KOMMUNIKATION .....</b>	<b>5</b>
2.1 DIE 10 GEBOTE EINER WIRKSAMEN ÖFFENTLICHKEITSARBEIT FÜR DIE KOMMUNE .....	5
2.2 PERSÖNLICHER KONTAKT .....	5
2.3 PRINT- UND NEUE MEDIEN .....	6
<b>3 UMSETZUNG DES KONZEPTES .....</b>	<b>7</b>
3.1 VERFASSEN EINER NACHRICHT .....	7
3.2 INFORMATIONSBROSCHÜRE .....	7
3.3 DER KONTAKT ZUR PRESSE UND DIE GESTALTUNG EINER PRESSEAUSSENDUNG (BZW. EINES ZIELGRUPPENBRIEFES) .....	8
3.4 ORGANISATION EINES PRESSEGESPRÄCHS .....	9
3.5 GESTALTUNG EINER HOMEPAGE .....	9
<b>4 DIE WERKZEUGE DER VISUELLEN KOMMUNIKATION .....</b>	<b>10</b>
4.1 SCHRIFT .....	10
4.2 BILDER .....	11
4.3 FARBEN .....	11
4.4 FORMAT .....	12
<b>5 ANFRAGE UND ANGEBOT FÜR EINEN DRUCKAUFTRAG .....</b>	<b>13</b>
<b>6 VERVIELFÄLTIGUNG VON INFORMATION .....</b>	<b>15</b>
6.1 KONVENTIONELLE DRUCKVERFAHREN .....	15
6.2 KOPIERVERFAHREN .....	15
6.3 SONDERDRUCKFORMEN .....	15
VERFASSEN .....	16

In unserer sich rasant entwickelnden Zeit wird Wissen zum Kapital der nachindustriellen Gesellschaft.

Mittels neuer Technologien und Informationsnetze wird der Zugang zu einer weltumspannenden Informationsgesellschaft Wirklichkeit. Zur Informationsbeschaffung von Kundenbedürfnissen, Wettbewerbsentwicklung und Marktsituationen bedarf es daher eines professionellen externen und internen Informations-„Managements“.

Die Wallenberger & Linhard Regionalberatung GmbH geht nicht davon aus, dass man Wissen „managen“ kann, sondern dass ein praxisbezogenes Lernen mit Menschen, die sich ähnlichen Herausforderungen stellen müssen oder möchten, dazu führt, dass:

**Wissen wirksam wird  
(www)**

und die Leserinnen und Leser für sich und ihre Arbeit neue Netzwerke erschließen können.

Weiterführende Unterlagen zu wichtigen Themen finden Sie auf unserer Homepage:  
[www.regionalberatung.at](http://www.regionalberatung.at)

Für unser Team (9 MitarbeiterInnen) ist Regionalentwicklung mehr als nur ein Job: Aus eigener Erfahrung, aus Verbundenheit mit den Regionen und aus Freude an einer aufbauenden Arbeit mit Menschen ist Regionalberatung unsere Mission.

Wir produzieren keine Papierkonzepte, sondern unterstützen, begleiten und coachen Lern- und Entwicklungsprozesse in Projekten, Unternehmen, Organisationen und in der Verwaltung

- ◆ fachlich kompetent
- ◆ methodisch innovativ
- ◆ praxisnah und spürbar engagiert

Ihr Beratungsteam steht Ihnen in folgenden Schwerpunktbereichen zur Verfügung:

- ◆ Standort- und Stadtmarketing
- ◆ Gemeindeentwicklungsprojekte
- ◆ Strategie- und Politikberatung
- ◆ Konzeption und Umsetzung von regionalen Entwicklungsprogrammen
- ◆ Konzeption und Aufbau von Kooperationsprojekten
- ◆ Integrierte Energieprogramme
- ◆ Regionale Tourismusprogramme
- ◆ Projekte im Bereich Telematik und Neue Medien
- ◆ Landwirtschaftliche Kooperationsprojekte

## Ziel und Zweck der Öffentlichkeitsarbeit

### 1 Ziel und Zweck der Öffentlich- keitsarbeit

Zu Beginn jeder Öffentlich-  
keitsarbeit ist es wichtig fol-  
gende Fragen zu beantworten:

#### Was?

Zielformulierung: Was möchte  
ich erreichen? Was möchte ich  
vermitteln?

#### Wozu?

Kommunikationsarbeit führt  
zu verstärkter **Integration**  
und **Motivation** der ange-  
sprochenen Gruppe. In Projek-  
ten kann gezielte **Informati-  
on** zu einer gesteigerten **I-  
dentifikation** und Verantwor-  
tung führen. Nur gut infor-  
mierte Personen können zu  
aktiven Beteiligten werden.

#### Für Wen?

- ◆ Bevölkerung
- ◆ Relevante Medien
- ◆ EntscheidungsträgerInnen  
und Institutionen
- ◆ MitarbeiterInnen
- ◆ Beteiligte bzw. Betroffene

#### Wodurch?

Welche Medien sind geeignet,  
meine Zielgruppe zu errei-  
chen?

#### Mit Wem?

Wo sind die eigenen Grenzen?  
Ab wann muss professionelle  
Hilfe in Anspruch genommen  
werden?

Jeder wird mit Information  
überflutet. Diese wird gefiltert  
und meist nicht mehr als Ge-  
samtes wahrgenommen. Da-  
her ist zielgruppenspezifisch  
aufgebaute Information (Sprache,  
Stil, Verständlichkeit,  
Interessenslage) entscheidend  
dafür, welche Inhalte bei der  
Empfängerin bzw. beim Emp-  
fänger aufgenommen werden.

*Gesagt ist noch nicht gehört,  
gehört ist noch nicht verstan-  
den, verstanden ist noch nicht  
gemerkt.*

Die Öffentlichkeitsarbeit dient  
dazu, die Aktivitäten nach  
außen zu transportieren und  
ist eine Bringschuld der Ver-  
antwortlichen. Sie sollte zu-  
gänglich für alle, leicht ver-  
ständlich, kurz und übersicht-  
lich vermittelt werden. Bei der  
externen Information ist es  
besonders wichtig, Aufmerk-  
samkeit zu erregen und die  
Lust auf mehr zu wecken.