

# Ziele der Öffentlichkeitsarbeit

## Kommunikation nach innen

### **Gleichen Kenntnisstand für die Aktiven schaffen durch Informationen über**

- inhaltliche Schwerpunkte
- Attac-Positionen
- Angebote
- geplante Aktionen

### **Mobilisierungspotenzial ausschöpfen**

- für die Teilnahme an bundesweiten Kampagnen
- für die Teilnahme an Großveranstaltungen
- für Aktionen vor Ort
- für Infotische vor Ort
- für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit vor Ort

## Kommunikation nach außen

### **Information über Attac**

- zur Teilnahme an Veranstaltungen motivieren
- um Spenden werben
- Mitglieder und UnterstützerInnen gewinnen
- kompetenten und sympathischen Eindruck machen

### **Werbung für die politischen Überzeugungen von Attac**

- Interesse für die inhaltlichen Schwerpunkte wecken
- Wertschätzung für die Ziele erzeugen
- Verhaltensänderung bewirken
- öffentlichen Druck schaffen
- Multiplikatoren gewinnen

## Voraussetzungen für die (erfolgreiche) Öffentlichkeitsarbeit

### Beziehung zur Bundesebene

Wissen, was inhaltlich in Attac-D läuft

- um an der inhaltlichen Arbeit anknüpfen zu können
- um sich an bundesweiten Kampagnen zu beteiligen

wissen, was Attac-D anbietet

- um das Weiterbildungsangebot wahrnehmen zu können
- um sich an wichtigen Punkten Unterstützung und Rat holen zu können (Aktionen, Presse, Öffentlichkeitsarbeit)
- Zentrale Info-Quelle ist der Attac-Gruppen-Infobrief den ihr hier ([www.attac-netzwerk.de/kommunikation/maillinglisten](http://www.attac-netzwerk.de/kommunikation/maillinglisten)) abonnieren könnt

### Strukturen zwischen Gruppen

Wissen, was in anderen Gruppen läuft

- um von Erfolgen und Fehlern anderer zu lernen
- um ähnliche Aktionen zeitlich zu koordinieren
- um größere Events gemeinsam zu planen
- um Wissen und Fähigkeiten auszutauschen

### Strukturen innerhalb der Gruppe

»Info-Flow« entwickeln

- um niemanden von wichtigen Informationen abzukoppeln
- um nicht jeden zu zwingen, jede Liste zu abonnieren

Beauftragte für bestimmte Gebiete (Presse- und Öffentlichkeitsarbeit,

Vorbereitungsgruppe, Infotischbeauftragte, Infomultiplikatoren, Finanzen, Internet) bestimmen

- um den persönlichen Bedürfnissen (Zeit, Interesse, Talent) der Einzelnen entgegen zu kommen
- um Verantwortung zu übernehmen
- um Verantwortung abzugeben
- um effektiver arbeiten zu können

## Wünschenswerte Fähigkeiten Einzelner

### **Inhaltlich fundiertes Wissen, das über das Basiswissen hinausgeht**

- um der Presse einen kompetenten Ansprechpartner zur Seite stellen zu können
- um auch auf schwierigere Nachfragen Interessierter locker antworten zu können
- um die inhaltliche Konzeption eigener Veröffentlichungen zu unterstützen

### **Sicherer Umgang mit dem Internet bzw. mit Mailinglisten**

- um den »Info-Flow« zu sichern
- um den eigenen Internetauftritt zu gestalten

### **Gute Kenntnisse und Erfahrung im journalistischen Schreiben**

- um Veröffentlichungen professioneller zu formulieren
- um peinliche (Rechtschreib-)Fehler zu vermeiden

Gute Kenntnisse in der Bildbearbeitung (z.B. Photoshop)

- um ein gutes Bild für den Druck zu optimieren

Gute Kenntnisse in einem Layoutprogramm (z.B. PageMaker, XPress, CorelDraw)

- um druckfähige und ansprechende Veröffentlichungen basteln zu können

## Mittel der Öffentlichkeitsarbeit

### Internet

#### E-Mailings

- Verteiler für die Aktiven
- Verteiler für Interessierte
- Presseverteiler

#### Homepage

- Informationen über spezifische Arbeit vor Ort
- Informationen über lokale Bezugspunkte zur politischen Arbeit von Attac
- Kontaktadressen, Treffpunkte

#### Links und Banner

- Tausch mit regionalen Kooperationspartnern
- Tausch mit Gruppen im Umkreis

### Drucksachen

#### Plakate

- Aufmerksamkeit lenken auf kommendes Ereignis / laufende Aktion
- optische Präsenz der lokalen Attac-Gruppe

#### Flugis

- Unterstützung einer Aktion
- Ankündigung weiterer Ereignisse
- Ansprechpartner und Treffpunkte kommunizieren

#### Faltblätter & Broschüren

- inhaltliche Vertiefung der laufenden Aktion / Kampagne
- Infotischmaterial

## **Zeitschriften & Bücher**

- Infotischmaterial
- Einnahmequelle

## **Werbung**

### **Anzeigen**

- Ankündigung von Aktivitäten
- regionale Bezüge zu Attac-Themen kommunizieren

### **Veranstaltungskalender**

- regionale Medien zur Ankündigung von Veranstaltungen nutzen  
Radio, Kino & TV
- mit Spots und Trailern für regionale Themen mit Attac-Bezug sensibilisieren

## **Aktivitäten**

### **Veranstaltungen**

- öffentliche Präsenz der regionalen Gruppe steigern
- Bekanntheitsgrad von Attac steigern
- Attac-Themen vertiefen
- MitstreiterInnen für Attac gewinnen
- UnterstützerInnen für regionale Projekte finden

### **Aktionen**

- Attac-Themen greifbar machen
- Neugier der »Out-Group« wecken
- der Presse eine Nachricht liefern
- gute »Bilder« schaffen
- Bekanntheitsgrad von Attac steigern