**Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für geförderte Einrichtungen und**

**ihre Bündnispartner**

**Warum Presse- und Öffentlichkeitsarbeit?**

Liebe Partner\*innen,

Ihre Einrichtung ist Teil des Förderprogramms „Gemeinsam Digital! Kreativ mit Medien“ des Deutschen Bibliotheksverbandes e.V. (dbv) im Rahmen des Bundesprogramms „Kultur macht stark“.

Mit Ihrem Projekt liefern Sie ein tolles Beispiel, wie Bibliotheken und andere Einrichtungen die digitale Lesekompetenz bei Kindern und Jugendlichen auf neuartige Weise fördern. Egal ob es sich bei Ihrem Angebot um ein einmaliges, wiederkehrendes oder dauerhaftes Projekt handelt – in jedem Fall ist es sinnvoll, mit gezielter Pressearbeit darauf aufmerksam zu machen.

Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit können Sie nicht nur zur Bewerbung Ihres

Projektes, sondern auch zur stärkeren Sichtbarmachung Ihrer Einrichtung nutzen.

Denn das Programm “Kultur macht stark“ stößt sowohl bei Politik und Presse als auch bei Bibliotheken und anderen Einrichtungen auf großes Interesse. Nutzen Sie dieses Interesse, um die breite Öffentlichkeit von Ihrer Arbeit zu überzeugen, Ihre Einrichtung in Ihrer Kommune noch bekannter zu machen und neue Nutzer\*innen sowie Kooperationspartner zu gewinnen.

Zur Unterstützung Ihrer Presse- und Öffentlichkeitsarbeit haben wir für Sie einige

Informationen zusammengestellt.

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg bei der Umsetzung Ihrer Maßnahme und stehen Ihnen

für Rückfragen gerne zur Verfügung!

Ihr Programmteam von „Gemeinsam Digital!“

1. **Allgemeine Hinweise zur Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**

Als geförderte Einrichtungen sind Sie aufgefordert, in geeigneter Weise für eine

angemessene Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zu sorgen.

Bei der Öffentlichkeitsarbeit ist folgender Förderhinweis zu

verwenden:

*Ein Projekt von „Gemeinsam Digital! Kreativ mit Medien“ des Deutschen Bibliotheksverbands e.V. (dbv) im Rahmen von „Kultur macht stark“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF).*

Bitte reichen Sie alle Veröffentlichungen wie Presseankündigungen, Presseberichte, Veranstaltungsberichte oder weitere Dokumentationen über die geförderten Projekte dem dbv zu Dokumentationszwecken spätestens mit dem Verwendungsnachweis ein. Wir würden uns über eine Weiterleitung direkt nach Veröffentlichung freuen.

1. **Hinweise zur Logoverwendung**

Bitte bilden Sie bei allen Aktionen der Öffentlichkeitsarbeit, Publikationen sowie bei allen öffentlichen Äußerungen, die im Zusammenhang mit Ihrem geförderten Projekt stehen, neben dem Förderhinweis bitte stets die folgenden Logos ab:

1. des Förderprogramms „Gemeinsam digital!“
2. des Deutschen Bibliotheksverbandes sowie
3. die Absendermarke des Fördergebers bestehend aus der „Kultur macht stark“-Wortmarke und dem Logo des Bundesministeriums für Bildung und Forschung

Die entsprechenden Dateien übersenden wir Ihnen nach Vertragsabschluss. Bitte verwenden Sie die Logos ebenfalls bei allen Veröffentlichungen im Internet.

1. **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit: An wen kann ich mich wenden?**

Multiplikator\*innen:

• Kulturreferate der Kommunen

• themenverwandte Einrichtungen (z.B. Stadtteilzentren, Kulturprojekte, Jugendclubs)

• themenverwandte Webportale

Journalist\*innen:

• regionale Tageszeitungen, Fernsehen und Radio

• Internetredaktionen

• Stadtmagazine

• Anzeigenblätter

• Fachzeitschriften aus dem bibliothekarischen Umfeld, z.B. BuB, Oebib (siehe dazu

auch Bibliotheksportal)

• Nachrichtenagenturen

• Termindienste

Verbreitungsformat

Wie transportieren Sie Ihre Botschaft?

• Pressemitteilung

• Presseveranstaltung, Fototermin

• Interview-Termine

• Best-Practice-Berichte

Verbreitungskanäle

Welche Kanäle können Sie nutzen?

• Website Ihrer Einrichtung, Website der Stadt oder Ihres Trägers

• Ihre Facebook-Präsenz oder andere Social-Media-Kanäle Ihrer Einrichtung oder der Partnereinrichtungen (siehe Kapitel zu Social Media)

• Blog Ihrer Einrichtung und der Partnereinrichtungen

• Newsletter Ihrer Einrichtung und der Partnereinrichtungen

1. **Die Pressemitteilung**

Die Pressemitteilung (PM) ist ein starkes Instrument der Pressearbeit und die gängige Form, Medienvertreter\*innen über aktuelle Themen und Ereignisse Ihrer Einrichtung zu informieren. Durch Pressemitteilungen erhalten Journalist\*innen Themenvorschläge, Hintergrundinformationen, Zitate und Fotos. Eine Pressemitteilung bietet sich an, wenn Sie z.B. über die Bewilligung des Förderantrags oder die Ergebnisse zum Projektabschluss berichten möchten.

Bausteine einer PM

Überschrift informativ, verständlich, prägnant

Vorspann wichtigste Botschaft in zwei Sätzen

Hauptteil wesentliche Informationen, beantworten die W-Fragen: Wer (hat etwas getan)? Was? Wo? Wann? Wie? Warum? Tipp: Zitate machen den Text lebendiger

Abbinder Pressekontaktinformationen zum Absender Ihrer PM:

Name, Funktion, Telefonnummer, E-Mailadresse

Logos Logo ihrer Einrichtung sowie die Programmlogos

Eine Word-Vorlage für eine Pressemitteilung finden Sie in unseren Dokumenten zur Pressearbeit.

**Veröffentlichung der Pressemitteilung**

Versenden Sie **Pressemitteilungen** (Nachrichten) tagesaktuell, d.h. sobald Sie mit einem Projekt offiziell starten (z.B. zum Anmeldetermin für eine Teilnahme o.ä.).

Achten Sie beim Versand von **Presseeinladungen** auf den nötigen zeitlichen Vorlauf (ca. eine Woche).

E-Mail-Versand

• Achten Sie auf eine aussagekräftige Betreffzeile.

• Fügen Sie den Text direkt in das E-Mail-Fenster ein. Ggf. können Sie die Pressemitteilung zusätzlich noch als pdf-Datei in den Anhang der Email setzen.

• Versenden Sie die Mail im HTML-Format.

• Meiden Sie viele Anhänge, verweisen Sie lieber per Link auf Downloadbereiche Ihrer Website.

Pressebereich Ihrer Website/der Partner-Website

• Sortieren Sie Ihre Pressemitteilungen chronologisch.

• Richten Sie (wenn möglich) einen Downloadbereich für Pressemitteilungen und Bilder ein.

**Bildmaterial**

* Stellen Sie digitales Bildmaterial zur Verfügung (Druckauflösung 300 dpi, Web-Auflösung 72 dpi)
  + verschiedene Bildformate (quer und hochkant)
  + verschiedene Bildinhalte (Menschen in Aktion, Orte, wichtige Details)
* Bildunterschriften nicht vergessen
* Dateibenennung inklusive Copyright-Hinweis
* Klären Sie die Rechte am Bild: Die Abgebildeten (und/oder deren Eltern) müssen schriftlich ihr Einverständnis zur Veröffentlichung geben!
* Bilder am besten im Downloadbereich der Website zur Verfügung stellen.

1. **Social Media**

Soziale Netzwerke sind eine niedrigschwellige Möglichkeit, Informationen, Termine oder schöne Resultate mit der Öffentlichkeit zu teilen. Nutzen Sie daher Ihre Social Media Kanäle wie Facebook, Twitter, Mastodon oder Instagram. Bitte beachten Sie dabei: Diese Social Media-Kanäle brauchen eine gewisse Kontinuität, um eine gute Reichweite und Aufmerksamkeit bei der Zielgruppe zu bekommen. Dies erfordert etwas Kreativität und Zeit, denn jede Plattform hat auch ihre Eigenheiten. Zudem ist die Kommunikation nach außen viel direkter, daher sollten Sie sich nicht davor scheuen, Kommentare und persönliche Nachrichten zeitnah zu beantworten.

Tags und Hashtags

In den Sozialen Medien werden Tags und Hashtags (#) verwendet. Nutzen Sie folgende Hashtags und Kanalnamen für Ihre Kultur-macht-Stark-Öffentlichkeitsarbeit auf Facebook, Instagram und Twitter etc.:

Generell:

Verlinkung/Taggen zu : dbv, BMBF, KMS

Facebook:

• @deutscherbibliotheksverband

• @kulturmachtstark.bmbf

• #GemeinsamDigital

Instagram:

• @bibliotheksverband

• #GemeinsamDigital

• #kulturmachtstark

• #Bibliotheksverband

• #Bibverband

• #dbv

Twitter dbv:

• @bibverband

• @BMBF\_Bund

• #GemeinsamDigital

• #KulturMachtStark

• #Bibliotheksverband

Mastodon dbv:

• [openbiblio.social/@bibverband](https://openbiblio.social/@bibverband)

• #GemeinsamDigital

• #KulturMachtStark

• #Bibliotheksverband

**Zum Weiterlesen:**

• [Bibliotheksportal zu Social Media-Marketing](https://bibliotheksportal.de/ressourcen/management/marketing-baukasten/operatives-marketing/social-media-kommunikation/)

• [Trapp, Markus (2017): Instagram für Bibliotheken. Nutzernähe, Aufmerksamkeit und viele Möglichkeiten zur Vernetzung](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwj9s8zxl7_8AhV0QvEDHWRsDOEQFnoECA0QAQ&url=https%3A%2F%2Fopus4.kobv.de%2Fopus4-bib-info%2Ffiles%2F14079%2F2017-02_132_135.pdf&usg=AOvVaw1K0mSX5QJjG3NbHteDfHZw)

Webinare und Tutorials von Netzwerk Bibliothek Medienbildung:

• [Mitschnitt Webinar mit Marlene Neumann zu Öffentlichkeitsarbeit mit Social Media für Bibliotheken](https://www.bibliotheksverband.de/oeffentlichkeitsarbeit-mit-social-media-bibliotheken)

• [Mitschnitt Webinar mit Alexander Maier und Dr. Tilmann Wesolowski zur erfolgreichen Pressearbeit in kleineren Öffentlichen Bibliotheken](https://www.bibliotheksverband.de/erfolgreiche-pressearbeit-kleineren-oeffentlichen-bibliotheken)

• [Tutorial „Als Bibliothek erfolgreich auf Instagram“ mit Marlene Neumann](https://www.youtube.com/watch?v=dlnZh4Aupxk&list=PLjA2CPQcrNFAPX7uC7rXEGvKqWO_Tv-Hz&index=21)

• [Tutorial „Bibliotheksblog mit Leben füllen“ mit Marlene Neumann](https://www.youtube.com/watch?v=elFLaavviQw&list=PLjA2CPQcrNFAPX7uC7rXEGvKqWO_Tv-Hz&index=26)

1. **Good Practice**

**Presseartikel**

Sind Presseartikel über Ihre Veranstaltung erschienen?

Geben Sie dem Projektteam im dbv einen kurzen Hinweis, wir freuen uns darüber.

**Fotos**

Sie haben Ihre Veranstaltung dokumentiert?

Wir freuen uns über Bilder zur Veröffentlichung auf unserer Website.

Das schriftliche Einverständnis der abgebildeten Personen ist notwendig! Nutzen Sie dafür die Muster-Dokumente vom dbv.

**Beispiele aus der Praxis**

Gerne bereiten wir das von Ihnen gesandte Material (Fotos, Texte) für die „Gemeinsam Digital!“-Website auf und veröffentlichen Ihr Projekt als „Good Practice“-Beispiel. Kontaktieren Sie uns.

Stand: 15. Februar 2023