

PR/Medienarbeit

Lustvoll kommunizieren

Alle Vereine kennen die Herausforderung: Wie können sie sich Gehör verschaffen? Wie neue Mitglieder gewinnen? Und wie kommunizieren sie am besten mit ihren Mitgliedern? Eine aktive und lustvolle Kommunikation ist eine der wichtigsten Aufgaben jeder BirdLife-Sektion.

Den BirdLife-Sektionen stehen heute viele Kommunikationskanäle zur Verfügung: Vereinszeitschrift, Jahresbericht, Website, Newsletter, Broschüre, Medienmitteilung, Plakat, Standaktion, Anlass, Facebook, Twitter, Instagram... Gleichzeitig versuchen jedoch auch alle anderen Vereine, Medien und Institutionen Aufmerksamkeit zu generieren. Wie können sich die Sektionen in diesem News-Überfluss Gehör verschaffen? Und welches sind die besten Botschaften und Kanäle? In diesem Dossier können wir nur ganz wenige Anhaltspunkte vermitteln – es gibt aber viele Informationsquellen für alle, die mehr dazu wissen möchten.

Einige Grundsätze

Vier besonders wichtige Dinge vorab:
1. Ohne Kommunikation geht es nicht. Wer nicht nach aussen kommuniziert

– egal, ob per Medienmitteilung, Newsletter, Postwurf oder Standaktion –, wird schlicht nicht wahrgenommen. Nur mit Kommunikation können Vereine neue Mitglieder generieren und ihren Anliegen Gehör verschaffen.
2. Jede Zielgruppe muss unterschiedlich angesprochen werden. Daher ist zu klären: Wen möchte man erreichen? Welche Sprache und welche Kanäle sind dafür am geeignetsten?
3. Die Kommunikation soll möglichst lustvoll und «anmächtig» sein. Am meisten Aufmerksamkeit generieren

Erfolgsgeschichten («Eisvogel gesichtet!») und Storys, in denen Menschen im Vordergrund stehen («Grosser Einsatz der Schulkinder im Schutzgebiet»). Sie können die Aufhänger sein, um die eigenen Anliegen zu transportieren.
4. Eindrucksvolle Bilder sagen mehr als tausend Worte. Daher immer einen Fotoapparat dabei haben und Fotos schießen. Lange Bleiwüsten lesen heute nur noch wenige; Fotostorys kommen jedoch gut an, vor allem auch im Internet.

Dossier: Stefan Bachmann



pixabay/Montage

Die wichtigsten Tipps für eine bessere Kommunikation

Die folgenden konkreten Tipps helfen, mit wenig viel zu erreichen:

Website/Newsletter

Eine Vereins-Website bringt Erfolg. Ein Profi hilft schon für Fr. 2000.–. Wichtig sind ein Anmeldeformular und ein Newsletter (siehe Seite 6). Wenn Sie die Website erneuern möchten, können Sie das auch gratis mit Hilfe von BirdLife Schweiz machen, siehe S. 11!

Medienarbeit

Durch regelmässige Artikel in der lokalen Zeitung steigt der Bekanntheitsgrad des Vereins. Schreiben Sie über

Anlässe und Projekte, aber auch über die Natur oder Naturschutz-Fragen. Ideen dazu finden Sie z.B. unter www.birdlife.ch/rat. Sie können auch unsere Medientexte ungefragt übernehmen.

Anlässe/Marktstände

Anlässe sind eine der besten Formen der Kommunikation. Man denke auch an Anlässe, die sich an die breite Bevölkerung richten, zum Beispiel regelmässige kurze Spaziergänge um das Dorf. Tipp: Offerieren Sie am Ende jeweils einen kleinen Apéro und verteilen Sie Anmelde-Flyer. Auch «anmächelige» Marktstände haben viel Potenzial.

Drucksachen/Stehplakat

Drucksachen und andere Dokumente haben mehr Erfolg, wenn sie lustvoll und professionell gestaltet sind. Tipp: Grafiker bewirken manchmal Wunder. Besonders wertvoll ist auch ein schönes Stehplakat («Roll-Up Display», Bild S. 8), das Sie an Anlässen aufstellen können. Es kostet keine Fr. 100.–.

Planung/E-Mail-Reminder

Planen Sie Ihre Kommunikationsmassnahmen im Jahresverlauf vorab. Wichtiges mehrmals kommunizieren! Senden Sie zudem vor jedem Anlass einen Reminder (Newsletter) per E-Mail.

Medienarbeit

Einen Artikel für die lokale Zeitung schreiben

Die regelmässige Präsenz in den Medien ist wichtig – nur so kann man ohne viel Aufwand ein grosses Publikum erreichen. In vielen Gemeinden gibt es Gemeindepublikationen oder lokale Zeitungen, die meist froh sind um Zuschriften. Am einfachsten ist es, gleich selber einen Text zu verfassen und den Medien zuzusenden. Alternativ kann man Journalisten an einen Anlass oder an eine Begehung einladen. Medienberichte haben vor allem dann eine Chance, wenn eine Neuigkeit oder etwas, was viele spannend finden könnten, im Fokus steht. Anhand dieser Neuigkeit kann der Verein dann weitere Anliegen transportieren. Wurde zum Beispiel in einem Naturschutzgebiet ein Biber oder eine andere spannende Art gesichtet, kann man dies als Aufhänger für einen Bericht über das Schutzgebiet und die Arbeit des Vereins nehmen. Auch wenn ein besonders aktives Mitglied zum Ehrenmitglied ernannt wird, wenn der Verein ein neues Projekt startet oder wenn eine spannende Exkursion ansteht, sind das Möglichkeiten für Zeitungsberichte. Positivmeldungen («Tolles Projekt gestartet») motivieren die Leser eher zum Mitmachen als Negativmeldungen. Alternativ zu News kann man auch Port-

räts verfassen, zum Beispiel von einer Person (keine falsche Bescheidenheit!) oder vom Verein selber. Oder man stellt einmal in einer Serie die wichtigsten Naturgebiete der Gemeinde vor.

Wie schreiben?

Das sind die allerwichtigsten Punkte, die es beim Schreiben zu beachten gilt:

1. Der Artikel (ausser ein Porträt) beginnt zwingend mit der News. Somit ist dem Leser sofort klar, wozu es geht, und er ist motiviert, es weiterzulesen. Wenn die RedaktorInnen kürzen müssen, können sie es am Schluss des Textes einfach tun.
2. Man bemühe sich um einen klaren, logischen Aufbau. Gefragt sind einfache und kurze Sätze. Besonders verpönt sind Passivsätze («Es wurde ein Anlass durchgeführt»); schreiben Sie immer aktiv, wer was gemacht hat.
3. Ein guter Text enthält immer alle folgenden Informationen: WER hat etwas gesagt/gemacht? WAS ist passiert? WANN ist es passiert? WO ist es passiert?

4. Wichtig ist es, den Verein prominent zu erwähnen, und dass er Teil des BirdLife-Netzwerks ist. Auch Kontakt-Infos, Website und weitere Infos zum Verein dürfen nicht fehlen. Sie sollten nicht in einem Kasten stehen, da dieser oft nicht übernommen wird.
5. Man füge unbedingt gute Bilder hinzu. Gratisbilder findet man unter www.pixabay.com, www.pixelio.de oder bei BirdLife Schweiz. Ansonsten auf keinen Fall Bilder mitschicken, von denen man keine Rechte hat.

Weitere Tipps finden Sie in den **Merkbältern** von BirdLife Schweiz (S. 8.)

Was zwitschert denn da im Garten?

Auch in den Wäldern in Regensdorf leben zahlreiche Vogelarten. Um diese zu beobachten, braucht es aber weit mehr als nur einen Feldstecher.



REGENSDORF. Die Vogelwelt in Regensdorf ist vielfältig. Aber wer weiss wirklich Bieseheid? Wo nistet der Eisvogel? Wieso trommelt der Specht nur im Frühling? Kreist dort ein Bussard oder ein Milan? Antworten auf diese Fragen und noch vieles mehr werden im Rahmen des Kurses des Naturschutzvereins geklärt.

Vögel an deren Stimme erkennen
Wer sich für die einheimische Vogelwelt interessiert und sich Grundkenntnisse zu diesem Thema aneignen möchte, kann am Kurs teilnehmen. Am Ende des Kurses können die Teilnehmenden die häufigsten Vogelarten der Umgebung anhand ihres Aussehens und einige sogar anhand deren Stimme bestimmen. Gleichzeitig werden Teilnehmende viel Spannendes über Lebensweise und Verhalten der einzelnen Arten erfahren. Die Anlässe finden zwischen Februar und Mai statt. Es gibt fünf Theorabende, jeweils mittwochs von 19.30 Uhr bis 21.30 Uhr, im reformierten Kirchgemeindehaus in Regensdorf an der Watterstrasse 18. Zehn Anlässe bis im Sommer. Die Exkursionen finden am darauffolgenden Samstag statt beziehungsweise einmal an einem Sonntag. Die «Einführung/Wasservogel» findet am 19. Februar statt, die entsprechende Exkursion am Samstag, 22. Februar. «Vogel im Wald» findet am Mittwoch, 11. März statt, die Exkursion dann am Samstag, 14. März. «Vögel im Siedlungsraum» findet am Mittwoch, 1. April statt, die Exkursion am Samstag, 4. April. Am Mittwoch, 6. Mai, sind «Vögel im Kulturland» Thema. Die Exkursion ist am Sonntag, 10. Mai. Der letzte Anlass heisst «Vogel im Feuchtgebiet» und ist am 3. Juni. Die entsprechende Exkursion findet am Samstag, 6. Juni statt. Ort und Zeit nach Absprache.

Feldstecher nicht vergessen
Die Kurskosten betragen 220 Franken pro Person (Mitglieder BirdLife Zürich-Sektion 180 Franken). Inbegriffen sind die Teilnahme an den sechs Anlässen und die Kursunterlagen. Als Ausrüstung ist nur wettergerechte Kleidung nötig. Zudem ist für die Exkursionen ein Feldstecher für die Beobachtungen empfehlenswert. (c)

Ein Newsletter bringt's

Fast alle Menschen informieren sich heute vor allem online. Neben der Website kann man weitere Kanäle nutzen (z.B. Facebook, Instagram). Besonders viel Sinn macht ein Newsletter, dank dem man ohne grossen Aufwand regelmässig einen Grossteil der Mitglieder informieren kann. Auch andere Interessierte können sich einschreiben und erhalten so Vereins-News. Wir empfehlen MailChimp, da es einfach zu bedienen ist und keine Probleme betreffend Spam bereitet.

Social Media

Facebook als Werbeplattform nutzen

Facebook ist für BirdLife-Sektionen wohl nicht das allerwichtigste Kommunikationsmittel, die Plattform hat jedoch einige gewichtige Vorteile. Wer mit Facebook schon Erfahrungen gesammelt hat, kann sich daher überlegen, auch einen Account für den Verein zu eröffnen. In dem Fall sollte aber mindestens ein Post pro Woche verfasst werden, was nicht viel Zeit beansprucht. Sonst findet man nicht viel Publikum. Einer der Vorteile von Facebook ist es, dass eine sehr wichtige Zielgruppe –

die 30- bis 60-Jährigen – viel Zeit darauf verbringen. Diese kann man einfach erreichen und z.B. zu Anlässen einladen. Ausserdem kann man einfach Werbung schalten und diese ohne Streuverluste nur an die Bewohner der Gemeinde senden. Für z.B. nur Fr. 20.– kann man so einige hundert Leute in der Gemeinde informieren. Werbung zu schalten ist denkbar einfach: Man schreibt einen Post mit Bild und bewirbt ihn. Zielgruppe auswählen, absenden, fertig. Anfangs muss eine Kreditkarte angegebend werden.

Interview

«Wir mussten etwas tun»

Judith Trüb vom NV Hettlingen und Benjamin Kämpfen vom NVV Zürich-Höngg haben letztlich den BirdLife-Kurs «Lustvoll kommunizieren» geleitet. Dabei haben sie von ihren Erfahrungen mit Kommunikationsmassnahmen erzählt. BirdLife Schweiz hat ihnen nochmals einige Fragen gestellt.

Judith und Benjamin, ihr seid beide in einer BirdLife-Sektion im Vorstand und konntet dank Kommunikationsmassnahmen viele neue Mitglieder werben. Weshalb habt ihr euch vertieft mit dem Thema Kommunikation auseinandergesetzt?

Wir hatten einen kontinuierlichen Mitgliederschwund und mussten etwas tun. Daher überlegten wir uns vertieft, wie wir unsere Anliegen an die Bevölkerung tragen können. Ziel war es auch, mehr Leute an unsere Anlässe einzuladen, damit sie uns kennenlernen und vielleicht Mitglied werden.

Auf den Punkt gebracht: Was habt ihr in der Kommunikation angepasst?

Wir haben gemerkt, dass wir lustvoll und positiv kommunizieren müssen, und dies häufiger und auf mehreren Kanälen. Nachdem wir der Kommunikation eine hohe Priorität eingeräumt haben, klärten wir die Ressourcen und Abläufe im Vorstand. Es ist uns wichtig, nicht zu viele Projekte gleichzeitig anzupacken, diese dafür von A bis Z gut zu planen und kompetent nach aussen zu kommunizieren. Und es soll uns Freude bereiten – diese Freude fliesst dann automatisch in die Kommunikation.

Lustvoll und positiv kommunizieren: Könntet ihr uns ein Beispiel geben?

JT: Zum einen schreiben wir vermehrt über unsere Erfolge statt über das Negative. So können wir mehr Leute motivieren, um mitzumachen. Zum ande-

ren sind uns motivierende Anlässe noch wichtiger geworden. Drucksachen, Medienberichte und die Website versuchen wir möglichst schön und klar zu gestalten. Ein gutes Beispiel ist auch unser Vereinsjubiläum 2020. Ziele sind es, Freude für den Naturschutz zu vermitteln und mehr Mitglieder und Gönner zu generieren. Dies erreichen wir durch einen charmant gestalteten Apéro für die Gemeinde, ein fröhliches Fest für die Mitglieder und die Bevölkerung, mehrere lokale Spaziergänge, einen Fotowettbewerb, ein Werbemailing sowie mehrere Publikationen in den Medien, auf der Website und im Newsletter. Da dies ein Mehraufwand ist, haben wir vor dem Jubiläumsjahr unseren Helferstamm ausgebaut.

Wenn man nur lustvoll kommunizieren soll – wie kann man dann schlechte Nachrichten wie den Verlust der Biodiversität vermitteln?

Schlechte Nachrichten haben ihren Platz und müssen auch verbreitet werden. Aber wir müssen auch aufzeigen, wo wir Erfolge erzielen. Denn wer möchte in einem Verein mitmachen, der von Erfolgslosigkeit geplagt ist?



Judith Trüb ist Präsidentin des NV Hettlingen. Benjamin Kämpfen ist Co-Präsident des NVV Höngg.

Welche Kommunikationskanäle sind für einen Verein am wichtigsten?

Ideal sind die lokalen Printmedien. Auch die Website ist zentral. Ein weiterer wichtiger Punkt ist der direkte Kontakt mit der Bevölkerung und mit anderen Vereinen und Behörden.

Zum Thema Website gab es im Info BirdLife Schweiz bereits ein Dossier. Worauf muss man eurer Meinung nach speziell achten?

JT: Die Website möglichst aktuell halten. Die Navigation soll möglichst einfach sein; immer zuerst an die Bedürf-



Dem Verein ein Gesicht geben: Marktstand des NVB Affoltern.

nisse der Nutzer denken! Schöne Bilder sind sehr wichtig; die Texte am besten möglichst kurz halten.

BK: Die Website soll auch auf den Smartphones gut aussehen. Ein Anmeldeformular ist extrem wichtig. Wir hatten nach einem Werbemailing 20 Anmeldungen über dieses Formular.

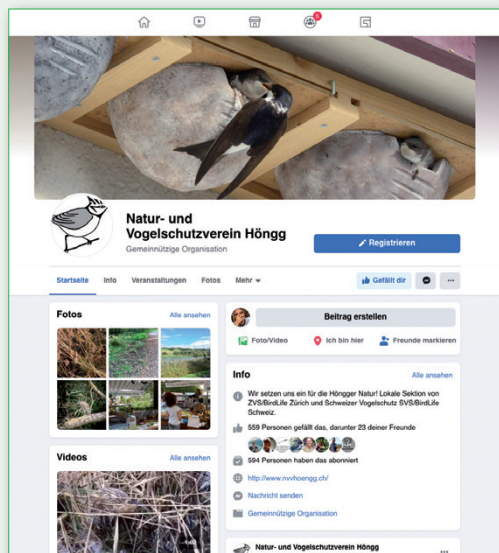
Braucht jeder Verein ein Mitteilungsblatt? Und wie kann man den Aufwand für dessen Produktion verringern?

JT: Der NVH hatte nie ein Mitteilungsblatt, publiziert jedoch fast monatlich in der Dorfzeitschrift. Zudem machen wir manchmal einen flächendeckenden Werbeversand (muss von Hand ausgetragen werden, damit auch Haushalte mit dem «Nein-danke-Kleber» erreicht werden).

BK: Für uns ist die eigene Zeitschrift wichtig – wir informieren damit unsere Mitglieder über unsere Aktivitäten. Um effizient zu sein, drucken wir auch Berichte ab, die zuvor schon auf der Website publiziert wurden. Ebenso bringen wir Texte von BirdLife Schweiz, z.B. Medienmitteilungen.

Was für Tipps habt ihr betreffend den Regionalmedien?

Am besten selber Artikel schreiben und viele Bilder beilegen. Die Fotos sollten «ans Herz gehen», und vor allem auch Menschen zeigen. Artikel von Journalisten/Reportern unbedingt gegenlesen, damit unsere Botschaft auch wirklich enthalten ist.



Braucht jeder Verein Facebook?

JT: Nicht unbedingt. Die Seite muss ja auch gepflegt werden. Wir haben nur eine WhatsApp-Gruppe für den «harten Kern», um lokale Beobachtungen auszutauschen.

BK: Für uns zahlt sich Facebook aus – wir haben damit einen unkomplizierten Zugang zu erstaunlich vielen Interessierten gefunden.

Ihr habt neu auch «Naturspaziergänge» eingeführt; kurze Exkursionen zu stets neuen Themen im Quartier, die sehr erfolgreich sind. Was haben sie gebracht?

JT: In Hettlingen gibt es pro Spaziergang etwa eine Neumitgliedschaft.

BK: Die Naturspaziergänge sind auch für Einsteiger gut geeignet, deshalb bewerben wir diese Anlässe in der Quartierzeitung, auf Facebook und mittels Aushang. Oft kommen Quartierbewohner einige Male mit und werden dann Mitglied. Für viele Mitglieder war ein solcher Naturspaziergang die erste Begegnung mit Leuten aus dem Verein. Genau beziffern können wir die Anzahl Neumitglieder nicht, aber es sind jedes Jahr einige.

Was haben Veranstaltungen sonst noch mit Kommunikation zu tun?

Die Personen, die hinter dem Verein stehen, zeigen sich und geben dem Verein ein Gesicht. Sie strahlen ihre Motivation und Begeisterung aus, und ein Miteinander kann entstehen.

Der Facebook-Account des Natur- und Vogelschutzvereins Höngg wird von etwa 550 Menschen regelmässig angeschaut. Der Verein postet hier auch kleine Filme und aktuelle Bilder. Mit gezielter Werbung erreicht er hunderte Interessenten im Quartier.



Ein schön gestaltetes Roll-Up-Display kann an Anlässen aufgestellt werden.

Weiterführende Materialien/Links

Unter www.birdlife.ch/download_ sektionen finden Sie weiterführende Merkblätter zum Thema Kommunikation:

- Ratgeber: «So erstellen Sie eine neue Website» (siehe auch Seite 11!)
- Merkblatt «Ideen zur Mitglieder-gewinnung»
- Merkblatt «Vorstandsmitglieder suchen»
- Merkblatt «Durchführung einer Medienkonferenz»
- Merkblatt «Wie schreibe ich einen Zeitungsartikel»

Unter www.vitaminb.ch --> Vereinsthemen --> Kommunikation gibt es viele weitere Tipps, Merkblätter und Checklisten, so auch zum Storytelling, zu Social-Media-Konzepten und vielem anderem. Vitamin B bietet auch Weiterbildungen an.