

Freiwillige gewinnen und begeistern

Anregungen und Beispiele für die Öffentlichkeitsarbeit unserer Partner

Freunde der
Erziehungskunst
Rudolf Steiners



„Werde ein Mensch mit Initiative“

Rudolf Steiner

KONTAKT
GLOSSAR
HILFREICHE LINKS
ANREGUNGEN
UNSER ANGEBOT
ANALOGES MARKETING
DIALOGMARKETING
ONLINEMARKETING
UNSERE ZIELGRUPPE

Liebe Vertreter*innen der Einsatzstellen,

Der Wettbewerb um junge Erwachsene und neue Talente wird zunehmend stärker. Die Herausforderung, zukünftige Fachkräfte zu gewinnen, wird immer zentraler und die Investitionen in der Werbung immer höher.

Das stellt hohe Anforderungen an gemeinnützige Organisationen und erfordert von uns als Träger und Einsatzstellen von Freiwilligendiensten neue Wege einzuschlagen: Neben „traditionellen“ Möglichkeiten möchten wir innovative und attraktive Formen der Informationsvermittlung nutzen, die den Bedürfnis- und Motivlagen der Freiwilligen gerecht werden. In weiteren Schritten können diese dann aktiv beworben und Freiwillige gezielt ausgewählt werden.

Mit den folgenden Ideen möchten wir Anregungen bieten, mit denen Sie auf einfache, effektive und kostenwirksame Art, junge Erwachsene für einen Freiwilligendienst bei Ihnen in der Einsatzstelle und dem anthroposophischen und waldorfpädagogischen Umfeld begeistern.

Viel Spaß bei der Lektüre und beim Umsetzen der Tipps!

Stefan Wurster
Freiwilligendienste in Deutschland



Gemeinsam hat unsere Zielgruppe vor allem eines: Sie ist auf der Suche nach Orientierung. Um diesen jungen Menschen eine Richtung zu weisen, Wege aufzuzeigen und sie für ein Jahr im Freiwilligendienst zu begeistern, versuchen wir mit unseren Werbemaßnahmen Antworten auf ihre Fragen zu geben.

Um junge Menschen für einen Freiwilligendienst begeistern zu können, sollten wir uns zunächst fragen, wer unsere sogenannte Zielgruppe ist und dann lernen, uns in diese potentiellen Freiwilligen hineinzusetzen.

Sie sind in der Regel zwischen 17 und 24 Jahren alt, haben gerade das Abitur gemacht, die Realschule abgeschlossen, eine Ausbildung absolviert oder ein Studium beendet. Digital vernetzt, schnell, umweltbewusst, anspruchsvoll doch auch überfordert und verunsichert beim Blick in die Zukunft – all das sind Adjektive, die diese jungen Menschen beschreiben. Soziale und materielle Werte, Sicherheit und Geborgenheit haben in den letzten Jahren für sie an Bedeutung gewonnen.

Genauso vielfältig wie die Menschen in dieser Zielgruppe, sind auch die Motive und Unsicherheiten im Hinblick auf die Entscheidung für (oder auch gegen) einen Freiwilligendienst.



+ Der Weltoffene/Mutige Typ

sucht eine Herausforderung und fragt: Was kann ich erleben, woran kann ich wachsen?

+ Der Soziale Typ

möchte vor allem anderen helfen, einen Mehrwert für Gesellschaft und Umwelt schaffen und fragt: Wie und wem kann ich ernsthaft helfen?

+ Der Karrieretyp

überlegt sich, wie gut sich der Freiwilligendienst im Lebenslauf macht und fragt: Was bringt mir das, was kann ich lernen?

+ Der Bindungstyp

wagt ungerne alleine diesen Schritt und fragt: Wer wird mich begleiten?

„Auch wenn ich einige Schwierigkeiten hatte, habe ich aus ihnen viel mitgenommen und gelernt. Das Jahr im Freiwilligendienst hat mir bei der Wahl meines Studiums sehr geholfen: ich weiß jetzt, dass ich im sozialen Bereich arbeiten möchte!“

Was sind meine Motivationsgründe?

- Die Zeit zwischen Schule und Studium sinnvoll überbrücken
- Persönliche Weiterentwicklung
- Konkretes Interesse für einen bestimmten Arbeitsbereich
- Neue Erfahrungen machen, etwas Neues erleben
- Menschen helfen durch freiwilliges Engagement
- Einblick und Orientierung für das Berufsleben
- Fehlende Perspektive für das kommende Jahr
- Sich eine Auszeit nehmen

Was hindert mich an der Entscheidung?

- Fehlendes Wissen über Freiwilligendienste, Träger, Einrichtungen und Förderungen
- Unsicherheit in einer fremden Umgebung
- Karriere-Nachteile, die entstehen könnten
- Geringes Selbstbewusstsein
- Unsichere finanzielle Situation
- Bedenken wegen des zeitlichen Aufwands
- Angst davor alleine zu sein

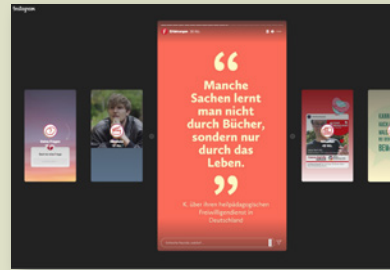
- Unsere Zielgruppe hat eine **hohe Affinität zu digitalen Medien** und **sozialen Netzwerken**. Onlinerecherche, Handyvideos und das Verbreiten von Inhalten via Instagram, Facebook, TikTok und diverse Messengerdiensten sind fester Bestandteil ihres Alltags.

Es gibt kaum noch Unternehmen und Organisationen, die kein Onlinemarketing betreiben. Ob in den sozialen Medien, über Werbebanner, Pop-ups durch eine eigene Website mit Videoclips oder per E-Mail. Onlinewerbung ist allgegenwärtig und nicht mehr wegzudenken.

Über soziale Medien können klar definierte Zielgruppen angesteuert werden, so dass Werbemaßnahmen tatsächlich überwiegend die **passende Personengruppe** erreichen. Je nach Plattform, geplanten Maßnahmen, Netzwerk und Anzahl an Followern/Abonnenten lässt sich online **zügig eine hohe Reichweite erzielen**. Das gilt vor allem für Social-Media-Marketing. Beiträge werden von Menschen auf sozialen Plattformen geteilt und können bei entsprechend gutem, also relevantem und ansprechendem Inhalt viral gehen.

Einer der größten Vorteile ist die hohe Aktualität des Onlinemarketings. Beiträge können unmittelbar an aktuelle Themen und Anlässe angepasst werden. Das bedeutet im Umkehrschluss aber auch, dass Onlinewerbung immer aktuell gehalten werden muss. User erwarten von digitalen Medien eine deutlich **höhere Aktualität** als von Printmedien.

Zudem besteht im Netz die Gefahr der Reizüberflutung durch inhaltsleere Werbung. Wer nicht auf „**Weniger ist Mehr**“ und vor allem hochwertige und relevante Inhalte setzt, riskiert, seine Zielgruppe abzuschrecken, anstatt sie für sich zu gewinnen.



Beispiele Instagram und Facebook



*Banner, Buttons, Flyer und Plakate finden Sie in unserem Downloadbereich.
Bitte zögern Sie nicht diese einzubinden und zu verlinken!*

- KONTAKT
- GLOSSAR
- HILFREICHE LINKS
- ANREGUNGEN
- UNSER ANGEBOT
- ANALOGES MARKETING
- DIALOGMARKETING
- ONLINEMARKETING
- UNSERE ZIELGRUPPE

Welche Inhalte sprechen unsere Zielgruppe an? Was kann eine Einrichtung zeigen, um Freiwillige für sich zu begeistern?

Wichtig ist neben der Aktualität vor allem **die Authentizität** Ihrer Inhalte:

- Echte Einblicke in den Alltag
- Stimmungsvolle Momente und Aufnahmen
- Erfahrungen von Freiwilligen aus der „Insider-Perspektive“

Eine Formatvielfalt ist dabei von Vorteil: neben Texten kommen vor allem bewegte Bilder, Fotos, Zitate und Statements gut an.

Zu guter Letzt sollten all diese Inhalte **Verlinkungen** enthalten, damit die Interessenten mit den Inhalten abgeholt und dann weitergeleitet werden, um in den persönlichen Kontakt zu treten oder schließlich eine Bewerbung zu versenden.



Vorlagen, Downloadbereich

! Die Homepage ist für den Erstkontakt mit jungen Erwachsenen ein zentrales Aushängeschild und maßgebliches Bewertungskriterium.

Hinweise auf Ihrer Website:

- **Hinweis auf der Startseite:** Verweisen und verlinken Sie auf der Startseite mit einem Button oder einem Banner auf Ihre Stellenausschreibung.
- **Die Freunde sichtbar machen:** Über 50% der Freiwilligen finden über eine Such-Maschine in die Waldorfwelt und zu Ihnen. Sie unterstützen uns, in der digitalen Welt sichtbar zu werden, wenn Sie uns **verlinken**. Bitte nutzen Sie: <https://www.freunde-waldorf.de/freiwilligendienste>
- **Attraktive Stellenausschreibungen:** Nutzen Sie unsere Vorlage für Ihre Website – gerne passen wir die Ausschreibung auf Ihren Wunsch an, senden Sie uns dazu ihr Logo und Ihre Kontaktdaten.
- **Wertschätzung:** Widmen Sie Ihren Freiwilligen bei Ihnen eine eigene Unterseite, gestalten Sie einen Onlineflyer für Freiwillige und binden Sie Erfahrungsberichte ein.
- **Bewerberformular:** Wenn Sie regelmäßig Freiwillige haben, lohnt es sich eventuell über ein Online-Bewerbungsformular auf Ihrer Website nachzudenken.

Stellenbörsen:

- **Einsatzstellensuche beim BAFzA:** Anerkannte BFD-Einsatzstellen können sich unter www.bundesfreiwilligendienst.de/Login anmelden und mit Einsatzstellennummer (EST-Nummer) und Rechtsträgernummer (RTR Nummer) registrieren. Freiwillige können dann dort mit verschiedenen Suchkriterien schnell einen Platz finden.
- **Bufdi.eu:** Wir haben Sie hier verlinkt, so dass Sie sich die Gebühren sparen. Melden Sie sich gerne, wenn Sie Vorschläge für ihren Text haben.



Unsere Vorlage für Ihre Webseite



- Du suchst**
- eine persönliche Orientierung?
 - eine spannende Herausforderung?
 - eine Möglichkeit dich zu engagieren?
- Deine Aufgaben, deine Herausforderungen**
- die Arbeit mit Kindern und Jugendlichen
 - ... und das ohne Assistenzbedarf
- Du bekommst**
- eine bereichernde Tätigkeit.
 - eine professionelle Einarbeitung und Begleitung.
 - einen Start und Einblick ins Berufsleben.
 - Taschengeld, Fahrtkosten, ggfs. Unterkunft und Verpflegung.
 - ein qualifiziertes Zeugnis.
 - 25 Seminartage mit anderen Freiwilligen.
 - intensive und wertvolle Erfahrungen.

Unsere Analysen zeigen, dass das Kartentool ein sehr beliebtes Recherchetool auf unserer Website ist. Das belegen lange Verweildauern und hohe Klickraten. Unterstützen Sie uns dabei, dieses Potential für Sie richtig auszuschöpfen, indem wir die Seiten mit schönen und vor vor allem relevanten Inhalten von Ihrer Einsatzstelle füllen.

Social Media

Vernetzung: Folgen Sie uns auf unseren Kanälen. Wir vernetzen uns gerne mit Ihnen.

 [@freunde_frewilligendienste_und_freunde_waldorf](https://www.instagram.com/freunde_frewilligendienste_und_freunde_waldorf/)

 [FreundeFWD](https://www.facebook.com/FreundeFWD)  [@wearevolunteers](https://www.tiktok.com/@wearevolunteers)

- Nutzen Sie relevante **Hashtags** wie: #fsj #bfd #meinsj #freiwilligendienst #freundedererziehungskunst #freiwilligessozialesjahr #sozialeengagement #sozialearbeit #freundewaldorf #freiwillig
- Stellen Sie uns **Fotos, Texte und Videos** zur Verfügung und wir erstellen ggf. einen passenden Post, Feed oder eine Story auf unseren Kanälen.
- Inspirierende Videos: Lassen Sie sich ermutigen, auch eigene **Videos** zu erstellen. Einige schöne Ideen finden Sie auf unserem [Youtubekanal](#).
- Übergeben Sie z.B. Ihre Social Media Kanäle zeitweise an Ihre Freiwilligen, in einem sogenannten **Takeover**. So erhalten die Follower einen direkten Blick auf die Arbeit in Ihrer Einsatzstelle.

Instagram, Interaktive Karte (Ausschnitt), Unser Film auf Youtube

Ihre Einrichtung auf unserer Website

- Optimieren Sie Ihren Auftritt auf unserer *Interaktiven Karte*. Stellen Sie uns besonders gelungenes Bildmaterial, Videos (als Links) und Texte zur Verfügung, die wir dort einpflegen können.



- Heutzutage, wo wir immer intensiver mit Werbeversprechen konfrontiert werden, von Onlinewerbung geradezu überflutet werden, ignorieren viele Menschen diese oder schenken ihr wenig Glaubwürdigkeit. Persönliche Empfehlungen von Freunden, Kollegen und Familie werden weitaus vertrauenswürdiger eingeschätzt, „Mund-zu-Mund-Propaganda“ bleibt hier ein entscheidender Einflussfaktor, auch bei der Entscheidung für (oder gegen) einen Freiwilligendienst.

Miteinander-Reden kann eine Kunst sein. Über den Dialog erreichen wir Menschen ganz anders, **persönlicher und direkter**. Im Gespräch erfahren wir, was den anderen bewegt, warum er sich einen Freiwilligendienst (in Ihrer Einrichtung) vorstellen kann oder was ihn von einer Bewerbung abhält.

Sie selbst können von Ihrer Einrichtung erzählen, was bei Ihnen besonders ist und was einen Freiwilligendienst bei Ihnen so wertvoll macht. Sie können aber stattdessen auch dem Kollegium, Ihren Angestellten und **den Freiwilligen in Ihrer Einrichtung eine Stimme geben** und diese in Ihre Kommunikation einbeziehen.

Machen Sie ihr Kollegium, die Eltern und Angehörigen aufmerksam

Die Erfahrung zeigt, dass viele Freiwillige aus dem unmittelbaren Umfeld einer Einsatzstelle kommen. Aus der Nachbarschaft, die Kinder einer Freundin oder einer Kollegin usw.

- Sprechen Sie das Thema in ihren Konferenzen an, unterstützen sie ggf. mit einer kleinen Rundmail und Erinnerung an das Kollegium.
- Geben Sie Kolleginnen und Eltern Informationsmaterialien an die Hand.

Aktionstag „Finde deine FSJ Nachfolge“ am 13.03. oder zu jeder Zeit mit Ihren aktuellen Freiwilligen

Wer könnte besser für Werbung geeignet sein, als begeisterte Freiwillige? Jedes Jahr im März startet die Aktion „Finde deine Nachfolge“: Aktuelle Freiwillige erzählen von und werben für einen Dienst in Ihrer Einrichtung. Wir begleiten die Aktion online mit Posts, Artikeln und Bildern.

- Statten Sie Ihre aktuellen Freiwilligen mit Materialien aus der Öffentlichkeitsarbeit aus, um diese im Umfeld Ihrer Einsatzstelle und ggf. in den jeweiligen Heimatorten zu verteilen. Ermutigen Sie sie, auch in den Sozialen Medien aktiv zu werden.
#findedeineFSJNachfolge

„Nur der Überzeugte überzeugt.“

Joseph Joubert

UNSERE ZIELGRUPPE

ONLINEMARKETING

DIALOGMARKETING

ANALOGES MARKETING

UNSER ANGEBOT

ANREGUNGEN

HILFREICHE LINKS

GLOSSAR

KONTAKT

Freiwillige machen Marketing

Ihre Freiwilligen haben besondere Fähigkeiten und Interessen. Sprechen Sie mit ihnen, schauen Sie gemeinsam, wo oder wie Ihre Freiwilligen etwas von ihrer Begeisterung weitergeben können.

- Motivieren Sie Ihre Freiwilligen, auf **Instagram**, **Facebook**, in den **Messenger-Diensten** oder **ihrem eigenen Blog** auf einen Freiwilligendienst bei Ihnen und bei den Freunden aufmerksam zu machen.

- Stellen Sie Ihre Freiwilligen für einen gewissen Zeiteanteil frei, in der sie ein **kleines Projekt** ausarbeiten, das Sie für Ihre PR nutzen können, beispielweise für:

- Filmdreh
- Fotoshooting
- Textarbeit
- Plakatgestaltung
- Kampagne planen
- Website optimieren uvm.





Stofftasche



Anzeige

- KONTAKT
- GLOSSAR
- HILFREICHE LINKS
- ANREGUNGEN
- UNSER ANGEBOT
- ANALOGES MARKETING
- DIALOGMARKETING
- ONLINEMARKETING
- UNSERE ZIELGRUPPE

Gedruckte Medien

Die Bedeutung der gedruckten Medien hat sich verändert. Trotzdem bringt Printwerbung nach wie vor verschiedene Vorteile mit sich. Bislang spricht nichts eindeutig dafür, dass Onlinemarketing die Printwerbung komplett verdrängen und vor allem ersetzen kann.

Druckerzeugnisse werden oft mit **Seriosität** in Verbindung gebracht. Einer gedruckten Werbung bringt man mehr Vertrauen entgegen als einem Pop-up im Internet. Printwerbung kann man in vielen Fällen nicht nur sehen, sondern auch anfassen, riechen, hören. Printmedien werden mit mehreren Sinnen erfasst und je mehr Sinne angesprochen werden, desto eher bleibt eine Werbung in Erinnerung. Den Flyer kann man mitnehmen und weitergeben.

Lesezeichen



Allerdings kosten gedruckte Mittel vergleichsweise viel Geld. Eine genaue Zielgruppenansprache ist schwierig, sodass mit einem hohen Streufaktor zu rechnen ist. Außerdem ist in unserer schnelllebigen Zeit **die Aktualität** ein wichtiger Faktor: Einmal gedruckt, können die Printmedien nicht mehr korrigiert werden. Sie können häufig dem Anspruch höchster Aktualität kaum gerecht werden.

Flyer, Plakate und Postkarten

Sie können unsere Printmedien bequem online herunterladen in unserem öffentlichen Downloadbereich. Sehr gerne senden wir Ihnen die gewünschten Materialien aber auch postalisch zu.

Plakataufkleber



Plakate





Piktogramme Einsatzstellen

! Konkrete Maßnahmen

Verteilung von Infomaterial

Mögliche Orte für eine Verteilung sind:

- Bioläden
- Schulen
- Kindergärten
- Jugendhäuser
- Secondhandläden
- Arbeitsagentur
- Kinos und Schwimmbäder



Samenkarte

Veröffentlichung von lokalen Anzeigen und Artikeln

Veröffentlichen Sie kleine Anzeigen in lokalen Medien (Anzeigenblätter des Landkreises, Stadtmagazine, „Ranzenpost“, lokale Anthro-Medien etc.).

Oder laden Sie einen Lokalreporter ein, über Ihre Einrichtung zu berichten.

Gestaltung von individuellen Plakaten und Hinweisen

Für größere Einrichtungen bieten wir nach Absprache und zu besonderen Anlässen die Möglichkeit, ein individuell gestaltetes Plakat zu erhalten. Gerne unterstützen wir Sie aber auch bei der Erstellung eigener Plakate/Aushänge.

Plakat mit dem Logo der Einsatzstelle

BFD-Plätze in Berlin ab Herbst 2016 frei

www.freunde-waldorf.de

Anzeige



Geburtstagskarte



Gerne stellen wir Ihnen Pakete mit Infomaterial zusammen und arbeiten an individuellen Ideen und Lösungen für unsere gemeinsame Aufgabe.

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für Freiwilligendienste

Christoph Herrmann, Tel +49 (0)721 20111-140
c.herrmann@freunde-waldorf.de

Laura Jungmann, Tel +49 (0)721 20111-209
l.jungmann@freunde-waldorf.de

Reta Lüscher-Rieger, Tel +49 (0)721 20111-183
r.luescher-rieger@freunde-waldorf.de

Eva Weingart, Tel +49 (0)721 20111-209
e.weingart@freunde-waldorf.de

Team Koordination und Bewerbung

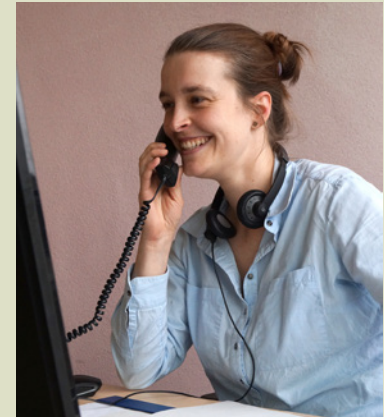
Martina Bipp, Tel +49 (0)721 20111-151
m.bipp@freunde-waldorf.de

Alice Buresch, Tel +49 (0)721 20111-201
a.buresch@freunde-waldorf.de

Vanessa Hirt, Tel +49 (0)721 20111-204
v.hirt@freunde-waldorf.de

Miriam Keller, Tel +49 (0)721 20111-203
m.keller@freunde-waldorf.de

Regina Seeger, Tel +49 (0)721 20111-202
r.seeger@freunde-waldorf.de





Zum Schluss ein paar Gedanken und Anregungen von uns.

Kann man sich bei Ihnen bereits online bewerben?

Am besten über das Smartphone – Smartphone first ist die Devise bei der Zielgruppenansprache junger Erwachsener. Recherchen und Bewerbungen werden mittlerweile zu über 50% vom Smartphone aus gemacht.

Lehnen Sie niemals eine Bewerberin einen Bewerber ab!

Stattdessen danken wir vorab, dass Sie die oder den Kandidat*in an Ihre Nachbareinrichtung oder an uns weiterleiten. Wir haben bundesweit knapp 1000 Stellen zu besetzen.

Sie haben eine Bewerbung in Ihrem Postfach. Bitte reagieren Sie unmittelbar!

In einer Vollkostenrechnung haben wir ca. 50€ ausgegeben, bis die Bewerbung bei Ihnen landet.

Ferner wird eine Dienstleistungsqualität einer professionellen Organisation maßgeblich an fünf Kriterien bewertet: Leistungskompetenz, Reaktionsfähigkeit, Zuverlässigkeit, Einfühlungsvermögen und Annehmlichkeiten des Umfeldes.

Employer Branding oder in Anthro-Sprech: Mitarbeitenden-Verbindung

Welche Aktivitäten unternehmen Sie als Einsatzstelle, um Ihre Interessenten und Freiwilligen mit dem Einsatzort und mit Ihnen als Arbeitgeber*in zu verbinden?

Die kleine Silber „ver“ schafft einen entscheidenden und wesentlichen Unterschied bei den Begriffen

„Kunden-ver-bindung“ oder Mitarbeitenden-ver-bindung. Nach unserem Verständnis schafft die Silbe „ver“ Freiheit für die Individualität des Kunden oder Mitarbeitenden, weil ich ihn nicht binde, was in einer negativen Auslegung, ein Hinweggehen über eine freie Entscheidung ist.

! Mit dieser Broschüre haben wir einen ersten Aufschlag gemacht, wir wollen diese jedoch permanent weiterentwickeln.

- Bitte teilen Sie uns hierfür gerne Rückmeldungen, eigene Erfahrungen und Wünsche mit. Wir nehmen diese sehr gern auf!

(frei nach Götz Werner auf dem Fundraising Kongress 2010 in seiner Key-Note)

Um unsere gemeinsame Zielgruppe besser kennenzulernen empfehlen wir Ihnen einige *Jugend- und Auswertungsstudien*.

Nachwuchsgewinnung

In allen Lebensfeldern stellt sich die Situation so dar, dass auf der einen Seite die Dienstleistungen enorm nachgefragt sind und auf der anderen Seite zu wenige Menschen sich mit der Arbeit und dem Anliegen verbinden möchten, um diese dann zu tun. Das fängt bei der Demeter-Landwirtschaft an, zieht sich durch den Waldorferzieher und Lehrerberuf, in der Heilpädagogik und Sozialtherapie und endet in der Altenpflege.

Auf den Punkt gebracht: Insgesamt haben wir in der Frage der Fachkräfte einen sehr großen Handlungsbedarf.

Fazit: Mit dem ersten Tag im Freiwilligendienst beginnt gleichzeitig die Frage der Ausbildung und Mitarbeit in den Lebensfeldern. Lassen Sie uns gemeinsam Wege und Settings gestalten, dass in aller Freiheit die Chancen größtmöglich steigen, dass im Anschluss an einen Freiwilligendienst der Übergang in eine Ausbildung und/oder ein Studium gelingt.

Wir wünschen viel Erfolg!



KONTAKT

GLOSSAR

HILFREICHE LINKS

ANREGUNGEN

UNSER ANGEBOT

ANALOGES MARKETING

DIALOGMARKETING

ONLINEMARKETING

UNSERE ZIELGRUPPE

Auf der Freunde Website:

[Downloadbereich](#)

[Interaktive Karte](#)

Social Media:

[Freunde-Instagram Kanal](#)

[Freunde Facebook Kanal](#)

[Youtubekanal](#)

[TikTok](#)

Sonstige:

[BFD Einsatzstellensuche](#)

bufdi.eu

! Wer denkt, dass Marketing immer gleich Werbung ist, liegt falsch, denn Werbung ist nur ein kleiner Teil davon

Was ist Marketing?

Die Entwicklung der Medienlandschaft ist schnell vorangeschritten, die Kommunikationsmöglichkeiten heute sind so vielfältig wie nie zuvor. Um Begriffe wie Marketing, PR, Werbung, Direkt- und Onlinemarketing kommen wir kaum herum. Diese Begrifflichkeiten sind vielschichtig, überschneiden sich zum Teil und sorgen nicht selten für Verwirrung. Wir möchten für ein bisschen Klarheit sorgen.

Marketing & Kommunikation

Marketing ist die gesamte Ausrichtung einer Organisation/Einrichtung auf die Bedürfnisse der Menschen, mit denen sie zu tun hat, sowie auf den Markt, in dem sich das Unternehmen/die Einrichtung bewegt.

Zur Kommunikation gehören alle Maßnahmen, die über Ihre Ziele, Angebote und Aktivitäten informieren. Für eine gelungene Kommunikation gibt es verschiedene Instrumente. Das kann die klassische Werbung in TV-, Print- und Onlinemedien sein, Social-Media-Aktivitäten, Öffentlichkeitsarbeit-Maßnahmen (PR), Event-Sponsoring, die Präsentation auf Messen und vieles mehr.

Öffentlichkeitsarbeit

Die Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations - PR) bezeichnet den gezielten Umgang mit Kommunikation in der Öffentlichkeit. Es geht um den Aufbau eines positiven Images und die langfristige Wirkung. Im Gegensatz zur direkten Werbung erfolgt sie indirekt über Mittelspersonen wie Journalisten. Hier entscheiden der Informationswert und die professionelle Zusammenarbeit (nicht das Werbebudget).

Werbung mit bezahlten Anzeigen

Werbung ist der Einsatz bezahlter Anzeigen (Plakate, TV- und Radio-Spots) in unterschiedlichen Medien. Durch Werbung können Organisationen auch Imagepflege betreiben sowie Angebote oder Aktionen bekanntmachen.



Direktmarketing – der direkte Kontakt mit dem Einzelnen

Direktmarketing-Aktionen sprechen einzelne Personen direkt an und fordern oft zu einer unmittelbaren Aktion/ Antwort auf. Das kann durch Werbebriefe (Mailings), Flyer, den Newsletter-Versand u.ä. geschehen. Der Vorteil des Direktmarketings liegt in der persönlichen Ansprache des einzelnen Empfängers.

Onlinemarketing – Internet-Nutzer gezielt erreichen

Das Onlinemarketing umfasst alle Marketing-Maßnahmen, die mit dem Internet in Verbindung stehen. Das Ziel: Web-User aufmerksam machen und mit dem Klick zur Website der Organisation leiten.

Dies kann viele Maßnahmen umfassen – Suchmaschinenoptimierung für gute Platzierungen in Suchergebnissen, Bannerwerbung auf thematisch relevanten Websites und Social Media Marketing in Netzwerken wie Facebook und Instagram sind nur drei von vielen denkbaren Wegen.

Gefördert vom:



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend



Bundesministerium für
wirtschaftliche Zusammenarbeit
und Entwicklung

UNSERE ZIELGRUPPE

ONLINEMARKETING

DIALOGMARKETING

ANALOGES MARKETING

UNSER ANGEBOT

ANREGUNGEN

HILFREICHE LINKS

GLOSSAR

KONTAKT

Kontakt/Fragen

Freunde der Erziehungskunst
Rudolf Steiners e.V.
Parzivalstr. 2b
D-76139 Karlsruhe

Freiwilligendienst in Deutschland

Tel: +49 (0)721 20111-130
fsj-bfd@freunde-waldorf.de

Öffentlichkeitsarbeit

Tel: +49 (0)721 20111-140
presse@freunde-waldorf.de



Abteilung für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der *Freunde*