

Thementisch 5

Sichtbarkeit & Zielgruppen: Öffentlichkeitsarbeit – Wie erreiche ich neue Zielgruppen?

Moderation: Steffen Blatt, Referent für Öffentlichkeitsarbeit beim ÖVA

Der Austausch am Thementisch gliederte sich in drei Bereiche:

1. Das Problem

- Bei Veranstaltungen kommen nur die, die immer kommen. Diejenigen Menschen, bei denen es „nötig“ wäre und/oder die selbst von den Thematiken betroffen sind, bleiben weg oder werden im Vorfeld nicht erreicht.
- Beteiligung an Veranstaltungen (als Veranstalter:in oder Besucher:in) entsteht oft nur durch persönliche Kontakte.
- Unternehmen engagieren sich nicht in unserem Netzwerk.
- Kirchen beteiligen sich selten oder gar nicht.

2. Problemlösungen / Best Practice

- Niedrigschwellige Veranstaltungen, Beispiel „Suppenfest“: Offenes Format, niedriger Eintrittspreis, für Familien geeignet, Besucher:innen haben einen Benefit (Rezeptbuch zum Mitnehmen).
- Einen festen Termin im Jahr für eine zentrale IKW-Veranstaltung etablieren (Bsp. „Interkulturelles Marktfest“, Thementage an Schulen).
- An bestehende Events (z. B. Feste) andocken und/oder sie in die IKW integrieren (z. B. Einbürgerungsfeier).
- Kooperation mit anderen „Wochen“, z. B. der Fairen Woche. **Ist für den ÖVA kein Problem, wenn die IKW dabei sichtbar bleibt.**
- An Orte gehen, wo die Zielgruppe ist. Bsp.: Treffpunkte der koreanischen Community, dort Flyer mit Beteiligungsauftrag in koreanischer Sprache verteilen.
- Spezifische Angebote für bestimmte Zielgruppen abfragen und dann organisieren. So wurden im obigen Problemfall Unternehmen gefragt, was sie brauchen und diese Bedarfe dann durch Veranstaltungen im Netzwerk bedient. Dadurch kamen sie dazu.

3. Öffentlichkeitsarbeit allgemein

- Verschiedene Kanäle bespielen mit unterschiedlichen Motiven/Texten (Newsletter, Lokalblätter, Social Media)
- Beim Wording von Veröffentlichungen auf Kommunikation auf Augenhöhe achten. Begriffe wie „interkulturell“ oder „Integration“ vielleicht auch mal bewusst vermeiden und dafür z. B. eher das „Miteinander“ betonen.
- Kommunikation mit der Zielgruppe zusammen entwickeln, z. B. Studenten fragen, wie man ihre Kommilitonen am besten erreicht.
- Programmflyer in leichter Sprache.
- Persönliche Kontakte aktivieren (ist mühsam, bringt aber was).
- Für Veranstaltungen im WhatsApp-Status werben.