



HANDBUCH FÜR PR-CLUBBEAUFTRAGTE



INHALTSVERZEICHNIS

- 3 Was ist PR?
- 3 Was machen PR-Beauftragte eigentlich?
- 4 Was wird veröffentlicht?
- 5 Wie stellt man Kontakt zu den Medien her?
- 5 Wie setzt man PR am besten ein?
- 10 Welche anderen PR-Ideen gibt es noch?
- 11 Welche Unterstützung gibt es vom Hauptsitz?
- 12 PR-Beispiele

Dieses Handbuch wurde für Lions auf der ganzen Welt verfasst. Da PR von Land zu Land unterschiedlich gehandhabt wird, setzen Sie sich bitte mit einem PR-Fachmann in Ihrer Umgebung in Verbindung um Genaueres über bei Ihnen übliche PR-Arbeit in Erfahrung zu bringen.





WAS IST PR?

PR ist Kommunikation in jeglicher Form—schriftliche, verbale und nonverbale Kommunikation, wie das Verfassen von Pressemitteilungen oder die Verbreitung von Flyern zu Werbezwecken. Aber auch das Tragen eines Lions-Pins oder die Teilnahme an einer Parade sind PR.

Gute PR, wie über einen Park, den Ihr Club gebaut hat oder über Seh screenings oder gesammelte Brillen, sichert Ihnen Unterstützung in Ihrer Stadt.

Gute PR-Arbeit kann Ihrem Club auch dabei helfen neue Mitglieder zu gewinnen. Durch aktive Werbung für Ihren Club und seine Projekte wird der Öffentlichkeit ein positives Bild vermittelt und Interesse geweckt, an diesen Projekten und am Clubleben teilzuhaben. Menschen, die über erfolgreiche und zuverlässige Projekte Ihres Clubs hören, denken vielleicht auch darüber nach selbst Mitglieder zu werden.

Reden Sie also über die gute Arbeit Ihres Clubs!

WAS MACHEN PR-BEAUFTRAGTE EIGENTLICH?

Als PR-Beauftragte/r:

- informieren Sie auf lokaler Ebene über Ihren Club.
- halten Sie Ihren Club über PR-Aktionen und deren Resultate auf dem Laufenden.
- informieren Sie den internationalen Hauptsitz über Programme und Projekte Ihres Clubs, die für regionale oder nationale Medien von Interesse sein könnten.

Ein guter Anfang für Ihr neues Amt ist es:

- sich Ziele zu setzen—schaffen Sie sich einen Überblick über die PR-Arbeit Ihres Clubs und die Ursachen für die Erfolge oder Misserfolge dieser Arbeit.
- ein PR-Budget für das Jahr festzulegen—selbst mit einem niedrigen Budget können Sie erfolgreich arbeiten. Planen Sie nicht nur laufende PR-Kosten, sondern auch Kosten für Sonderveranstaltungen ein.
- vor auszuplanen—gute Planung und fristgerechte Umsetzung sind essentiell für PR-Arbeit.
- einen Zeitrahmen aufzustellen—legen Sie fest, wann und wie Sie für Ihren Club im Laufe des Jahres werben wollen und wann Werbung für die Sonderveranstaltungen Ihres Clubs beginnen soll. Seien Sie flexibel— im Laufe eines Jahres gibt es immer wieder neue Projekte, für die Sie PR machen können.
- Ressourcen auszuschöpfen—auf der Webseite der Vereinigung (www.lionsclubs.org) finden Sie viele Informationen und Hilfen für Ihre PR-Arbeit.

- Ihren Plan mit Anderen zu besprechen—setzen Sie sich mit Ihre/r Clubpräsident/in und den anderen Clubbeauftragten zusammen.
- hartnäckig zu sein—Ihr Club wird nicht über Nacht bekannt werden, aber mit der Zeit wird Ihre PR-Arbeit Erfolge zeigen.

Halten Sie fest welche Praktiken erfolgreich sind und welche nicht und welche Projekte noch verbessert werden könnten. Behalten Sie die folgenden Medien im Auge:

- Artikel in Zeitungen und Zeitschriften—halten Sie fest wann und an wen Sie Presseerklärungen verschickt haben und wer sie veröffentlicht hat. Behalten Sie veröffentlichte Artikel über Ihren Club mit dem Namen der Publikation und dem Datum der Veröffentlichung für Ihre Unterlagen.
- Fernsehen und Radio—nehmen Sie Interviews oder andere Sendungen über Ihren Club auf. Falls Sie im Lokalradio oder -fernsehen für Ihren Club oder dessen Projekte werben wollen, bitten Sie die Radio- oder Fernsehstationen um Informationen.
- Halten Sie fest wie viele Flyer und Broschüren verteilt oder ausgelegt wurden und wie lang ein Werbeplatat angebracht war.

Informieren Sie Ihren Club regelmäßig und vermitteln Sie ihm, dass ein Club von guter PR-Arbeit profitiert. Berichten Sie über Ihre Projekte und deren Ergebnisse auf Clubsitzungen und verfassen Sie Artikel über Ihre PR-Aktionen und deren Auswirkungen für Ihren Club-Newsletter.

WAS WIRD VERÖFFENTLICHT?

Nicht alle Projekte müssen veröffentlicht werden. Vor der Veröffentlichung sollten Sie sich fragen, ob ein Projekt auch für Nicht-Lions interessant ist.

Die Entscheidung darüber, welches Projekt von Interesse für die Medien ist, liegt bei Ihnen. Beispiele für Projekte, die sich für PR anbieten sind Projekte:

- die Ihre Gemeinde unterstützen (Parks, Schulprogramme).
- an denen die Öffentlichkeit oder andere Gruppen beteiligt sind (Benefizveranstaltungen, Sammelaktionen für Brillen).
- von der die Allgemeinheit profitiert (Seh- oder andere Gesundheitstests, Drogenaufklärung).

Beobachten Sie Lokalzeitungen, Lokalfernsehen und –radio um ein Gefühl dafür zu bekommen, welche Aktionen von Lokalmedien aufgegriffen werden.

Nehmen Sie an der Planung von Clubprojekten teil, um deren PR-Potential beurteilen zu können. Weitere Beispiele für gute PR-Clubaktivitäten sind:

- Stipendien
- Lions-Jugendprogramme
- Benefizveranstaltungen, Sonderveranstaltungen für Clubjubiläen
- der internationale Lions-Friedensposterwettbewerb
- LCIF-Zuschüsse und –Katastrophenhilfe

- Clubwahlen, Auszeichnung freiwilliger Helfer, Auszeichnung eines Melvin-Jones-Fellows
- großzügige Spenden
- Hilfsprojekte, die z.B. seh- oder andere körperbehinderte Menschen in Ihrer Stadt fördern
- Brillen-Recycling, Recycle-for-Sight-Programme, Sight-Night
- Projekte an besonderen Feiertagen wie Weihnachten

Auf unserer Webseite finden Sie Ideen zur Projektplanung und PR für die verschiedensten Programme. Die gedruckten Versionen dieser Handbücher („Activity Guides“) können per Email unter pr@lionsclubs.org oder telefonisch unter +1-630-571-5466, Durchwahl 358 oder 363 angefordert werden.

Nachrichten oder Dienst am Nächsten

Nachrichten informieren über Projekte oder Veranstaltungen, die die Öffentlichkeit betreffen oder für sie von Interesse sind, wie z.B. die Einweihung einer Einrichtung, die von Lions unterstützt wurde. Dienst am Nächsten wird z.B. durch Diabetesaufklärung oder dem Aufruf zu gemeinnütziger Arbeit geleistet.

Die meisten PR-Aktionen konzentrieren sich auf die Verbreitung von Nachrichten. Allerdings kann sich ein Club auch durch den Dienst am Nächsten einen Namen machen, insbesondere wenn nicht genügend Nachrichtenmaterial zur Verfügung steht.



WIE STELLT MAN KONTAKT ZU DEN MEDIEN HER?

Stellen Sie eine Liste der lokalen Zeitungen, Radio- und Fernsehsender mit Kontaktinformationen zusammen und rufen Sie die Büros an um Ihre Kontaktperson kennenzulernen, an die Sie Informationen über Projekte schicken können. Überprüfen Sie die Schreibweise der Namen, informieren Sie sich über Abgabefristen und fragen Sie ob Sie Ihre Informationen per Post, Email oder Fax einschicken sollen. Ganz allgemein können Information an die folgenden Kontaktpersonen geschickt werden:

- Redakteur/innen für Allgemeines bei kleineren Tages- oder Wochenzeitungen
- Lokalreporter/innen großer Tageszeitungen

- Nachrichten- oder Werberedaktionen lokaler Radio- und Fernsehstationen

Natürlich kann nicht über jede Aktion berichtet werden. Die Redakteure entscheiden täglich darüber was veröffentlicht oder ausgestrahlt wird. Wichtige Nachrichten werden immer untergebracht, aber die Lions-Gesundheitsmesse kann nur dann berücksichtigt werden, wenn noch Platz oder Zeit übrig ist.

Lassen Sie sich nicht entmutigen wenn es mit der Veröffentlichung nicht sofort klappt. Suchen Sie weiter nach gutem Nachrichtenmaterial und bauen Sie Kontakte zu den Medien auf.



WIE SETZT MAN PR AM BESTEN EIN?

Pressemeldungen werden im sogenannten Inverted-Pyramid-Format erstellt, in dem möglichst viele der Fragen Wer? Was? Wann? Wo? Warum und Wie? in den ersten beiden Absätzen beantwortet werden. Danach folgen zusätzliche Informationen nach Wichtigkeit geordnet. Dadurch kann ein Redakteur die Meldung schnell für den vorhandenen Platz oder die Sendezeit kürzen, ohne dass wichtige Fakten verlorengehen. Einfache und übersichtliche Pressemeldungen mit vielen Fakten werden häufiger veröffentlicht als solche, die erst noch vom Redakteur umgeschrieben oder ganz neu verfasst werden müssen.

Tipps für gute Pressemitteilungen:

- Der Inhalt sollte hohen Nachrichtenwert besitzen.
- Schreiben Sie kurze Sätze und Absätze mit übersichtlichem Inhalt.
- Benutzen Sie Zitate zur Abrundung der Grundinformationen mit Namen und Titel/Position der zitierten Person.
- Schreiben Sie die Pressemitteilung mit doppeltem Zeilenabstand auf ein bis zwei Seiten mit dem Briefkopf Ihres Clubs.
- Schreiben Sie deutlich „ZUR SOFORTIGEN VERÖFFENTLICHUNG“ über die Pressemitteilung.
- Geben Sie Ort und Datum am Beginn des ersten Absatzes an.

- Ihr Name oder der Name der Kontaktperson sowie die Telefonnummern, unter denen Sie tagsüber zu erreichen sind, sollten oben rechts auf der Pressemitteilung erscheinen.
- Fassen Sie die Pressemitteilung in einer ein- bis zweizeiligen zentrierten Schlagzeile in Großbuchstaben über dem Text zusammen.
- Falls Ihre Pressemitteilung mehr als eine Seite lang ist, geben Sie auf der ersten Seite "Forts." an und beenden Sie den Text mit "###" oder "Ende".

Verbreitung von Pressemitteilungen

Mindestens zwei Wochen vor einer Veranstaltung sollte eine Pressemitteilung an die Redakteur/innen oder Journalist/innen gehen, die üblicherweise über derartige Projekte berichten. Die Pressemitteilung sollte per Fax, Email oder Post verschickt oder persönlich abgegeben werden.

Falls es sich um eine Großveranstaltung oder ein besonders wichtiges Projekt handelt sollten Sie eine Woche vor der Veranstaltung Kontakt zu den Medien aufnehmen. Bieten Sie an Fragen schon vorher zu besprechen, erwähnen Sie gute Fotomotive und warum Ihre Veranstaltung für die Leser/innen, Zuhörer/innen oder Zuschauer/innen von Interesse ist. Sie werden mit der Zeit aus den Antworten lernen was von besonderem Interesse für die Medien ist und wie Sie dies am besten vermitteln. Natürlich kann nicht über Alles berichtet werden, aber lassen Sie sich nicht entmutigen und versuchen Sie es beim nächsten Mal wieder.



Informationen über den Club

Stellen Sie ein Informationsblatt über Ihren Club zusammen, das Sie an Journalist/innen weitergeben, Ihren Pressemitteilungen als Hintergrundinformation beilegen und als Flyer bei lokalen Projekten oder Veranstaltungen verteilen können.

Werbebriefe

Wenn Sie ganz allgemein das Interesse der Medien wecken wollen können Sie Werbebriefe an Zeitungen verschicken, die z.B. den Bedarf an freiwilligen Helfern in Ihrer Stadt schildern. Kontaktieren Sie die Empfänger/innen ein bis zwei Wochen nach Erhalt um deren Interesse einzuschätzen und weitere Informationen anzubieten. Ein Beispiel finden Sie auf Seite 15.

Interviews

Manche Journalist/innen halten gern Interviews, um mehr über eine Veranstaltung zu erfahren. Wählen Sie eine/n geeignete/n Sprecher/in (Sie selbst, Ihr/e Clubpräsident/in oder ein Clubmitglied), der/die detaillierte Informationen vorbereitet hat und Ihren Club und die Veranstaltung mit Überzeugungskraft und Selbstvertrauen vorstellen kann. Im Folgenden haben wir ein paar Tipps für ein erfolgreiches Interview zusammengestellt:

- Bereiten Sie Informationen vor, die über das Wer? Was? Wo? Wann? Warum? und Wie? Ihrer Pressemitteilung hinausgehen.
- Bereiten Sie Antworten vor, die über ein einfaches Ja oder Nein hinausgehen und die das Interview in Richtung der Informationen lenkt, die Sie unbedingt vermitteln wollen. Manchmal hilft es die Interviewsituation vorher durchzuspielen und Antworten auf naheliegende Fragen zu üben.
- Erwähnen Sie Ihre Hauptpunkte zu Anfang des Interviews und halten Sie Ihre Antworten kurz. Falls Sie eine Antwort auf eine Frage nicht kennen, bieten Sie an die Information nachzureichen.
- Erwähnen Sie den Namen Ihres Clubs möglichst oft anstatt „ich“ oder „wir“, damit die Veranstaltung mit Ihrem Club in Verbindung gebracht wird.
- Geben Sie keine vertraulichen Informationen oder persönlichen Kommentare weiter sondern seien Sie vorsichtig mit dem, was Sie im Interview sagen.

- Tragen Sie dem Anlass angemessene Kleidung und Ihren Lions-Pin. Im Fernsehen wirken Nadelstreifenanzüge, weiße Hemden oder Blusen, grelle Farben oder viel Schmuck oft fehl am Platz.
- Schaffen Sie eine freundliche Atmosphäre und vermitteln Sie dem/der Interviewer/in, dass Sie gern ein Lion sind.

Nach der Veranstaltung

Veröffentlichen Sie die Ergebnisse Ihrer Projekte oder Benefizveranstaltungen, z.B. in Form:

- einer Pressemitteilung—Verfassen Sie eine kurze Pressemitteilung mit den wichtigsten Ergebnissen Ihres Projekts.
- eines Briefes an die Redaktion—Danken Sie Ihrer Stadt in diesem Brief für ihre Unterstützung. Einen Beispielbrief finden Sie auf S. 14.
- einer Anzeige—Veröffentlichen Sie eine Dankesanzeige in der Zeitung. Als gemeinnütziger Club wird Ihnen u.U. ein Rabatt eingeräumt oder sogar Anzeigenraum gratis zur Verfügung gestellt.

Radio- und Fernsehwerbung

Manche lokale Radio- und Fernsehstationen strahlen kostenfreie Werbespots für gemeinnützige Organisationen aus, wenn die Stadt selbst auch von Ihrem Projekt profitiert.

Sie können z.B. Gesundheitsaufklärung leisten oder Werbung für lokale Jugendprojekte oder Benefizveranstaltungen Ihres Clubs machen. Setzen Sie sich mit den Lokalsendern in Ihrer Umgebung bezüglich Informationen über Format, Terminplanung und Produktion von Werbespots in Verbindung. Manche Sender produzieren selbst Spots und bieten gemeinnützigen Organisationen günstige Preise an.

Radiowerbung

Einige Werbespots werden live vorgelesen, so dass der Radiosender lediglich ein Skript braucht oder aber die Spots werden vorher von einem der Radiomoderator/innen oder von einem Lion aufgezeichnet.

Fernsehwerbung

Im Fernsehen werden Werbespots immer aufgezeichnet und geschnitten, so dass Sie professionelle Unterstützung bei der Produktion brauchen. Sie können auch einen fertigen Werbespot im internationalen Hauptsitz bestellen und die Informationen über Ihren Club am Ende hinzufügen. Auf Seite 17 finden Sie mehr Informationen dazu.

Inhalt eines Werbespots

Da ein Werbespot höchstens 30 Sekunden dauert, sollte er kurz und einfach verständlich sein. Sie sollten:

- die Aufmerksamkeit Ihrer Zuhörerschaft gewinnen.
- den Zweck Ihres Projektes und den Nutzen für die Zuhörerschaft vermitteln.
- Kontaktinformationen zur Verfügung stellen: wo, wie und wann findet ein Projekt oder Veranstaltung statt und von wem kann man weitere Informationen erhalten.
- Ihren Club vorstellen.

Ein 10-sekündiger Werbespot enthält ungefähr 20 Wörter, ein 30-sekündiger ungefähr 75 Wörter.

Lesen Sie den Text des Werbespots laut vor. Er sollte leicht verständlich sein und alle wichtigen Informationen enthalten. Beispiele finden Sie auf den Seiten 16-17.

Schicken Sie einen begleitenden Werbebrief, wenn Sie Ihren Spot einsenden, um ihn dem/der Programmleiter/in zu „verkaufen“. Der Brief sollte kurz den Grund für die Produktion und Ausstrahlung des Werbespots nennen.

Clubs können eine Auswahl von Werbespots für die verschiedensten Projekte oder Aufklärungskampagnen kostenfrei von Lions Clubs International bestellen. Informationen erhalten Sie unter pr@lionsclubs.org oder telefonisch unter +1-630-571-5466, Durchwahl 358 oder 363.

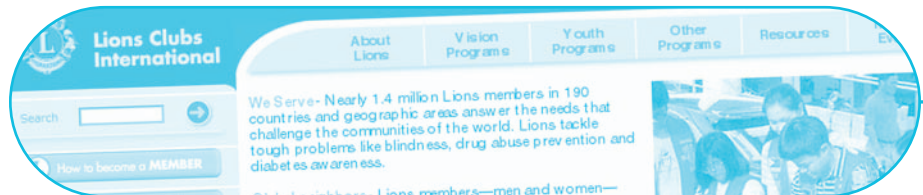
Öffentliche Bekanntmachungen

Manche größeren Fernsehsender haben Lokalsender, die öffentliche Bekanntmachungen ausstrahlen. Diese Lokalsender zeigen Werbespots oder Videos über Clubprojekte oder über die internationale Vereinigung, erwähnen Ihre Projekte in einem lokalen Veranstaltungskalender oder laden Clubmitglieder in Talkshows ein. Manche Lions-Club produzieren Ihre eigenen Shows für diese Sender.

Setzen Sie sich mit Ihrem Lokalsender in Verbindung, um die Möglichkeiten für Ihren Club zu besprechen.

Videos

Sie können Videos über die Vereinigung bei Veranstaltungen zeigen, bei denen Ihr Club seinen eigenen Stand hat oder bei Treffen mit anderen Gruppen oder Organisationen. Sie können auch den Büchereien in Ihrer Umgebung ein Video zur Verfügung stellen. Eine Aufstellung aller LCI-Videos finden Sie auf unserer offiziellen Webseite.



World Wide Web

Mit einer Clubwebseite können Sie die unterschiedlichsten Menschen erreichen. Anregungen und Ideen finden Sie auf der Webseite von Lions Clubs International www.lionsclubs.org. Sie können Ihre Clubwebseite auch mit www.lionsclubs.org verlinken, dürfen aber Design und Inhalt nicht kopieren. LionNet wird allen Clubs kostenfrei zur Verfügung gestellt und bietet Informationen und praktische Tipps zur Erstellung einer Webseite und Einsicht in die Webseiten anderer Lions-Clubs an.

Vielleicht hat auch eines Ihrer Mitglieder bereits Erfahrung mit der Einrichtung einer Webseite.

Sobald die praktische Seite organisiert ist sollte der Inhalt festgelegt werden. Ihre Webseite sollte auf jeden Fall allgemeine Informationen über Ihren Club enthalten—wann und wo die Clubtreffen stattfinden, Projekt- und Kontaktinformationen. Richten Sie einen Email-Link zu einem Clubmitglied ein, das Fragen beantworten und allgemein informieren kann. Veröffentlichen Sie auch Informationen über einzelne Projekte, einen Veranstaltungskalender, Fotos und ein Informationsblatt Ihres Clubs. Sobald Ihre Webseite ins Netz geht, geben Sie die Webadresse und eine Emailadresse auf allen Clubmaterialien an.

Gedrucktes Werbematerial

Flyer und Werbeplakate sind einfach herzustellen, kostengünstig und effektiv. Um Ihre Werbebotschaft möglichst gut zu vermitteln sollten Sie:

- das Wer? Was? Wo? Wann? und Warum? angeben.
- leicht verständliche Sprache benutzen und nur wichtige Informationen aufnehmen.
- einen auffälligen Flyer mit Computer ausdrucken oder professionell drucken lassen.
- eine leicht lesbare, fettgedruckte Schriftart verwenden.
- den Namen Ihres Clubs und das Lions-Logo hervorheben.
- farbenfrohes Papier benutzen (Informationen sollten immer noch gut lesbar sein).

- Versuchen Sie möglichst natürliche Fotos zu machen, auf denen die Menschen nicht nur herumstehen, sondern aktiv sind und auf denen die Köpfe oder Beine nicht abgeschnitten sind.
- Gehen Sie nah an Ihr Objekt heran.
- Machen Sie so viele Bilder wie möglich.

Tipps zur Verwendung von Fotos:

- Fragen Sie nach, ob die Zeitung auch Fotos annimmt, die nicht von den zeitungseigenen Fotografen gemacht wurden und welches Format die Fotos haben sollten. Üblicherweise verwenden Zeitungen schwarz-weiße Glanzbilder (12,7 cm x 17,8 cm).
- Schicken Sie ungestellte Fotos ein, auf denen Ihr Projekt gut repräsentiert ist.
- Beschriften Sie nicht die Bilder selbst, sondern schreiben Sie die Informationen auf ein Blatt Papier und befestigen Sie es mit Klebestreifen auf der Rückseite.

- Die Fotos sollten beim Verschicken nicht geknickt oder beschädigt werden.

- Sollte eine Zeitung keine Fotos von

Außen annehmen, laden Sie den/die Zeitungs-fotograf/in zu Ihrer Veranstaltung ein.

- Stellen Sie fest, ob und wie eine Zeitung elektronische Bilder annimmt.

Newsletter

Die clubeigenen Newsletter werden oft von den PR-Beauftragten herausgegeben oder die PR-Beauftragten beraten und helfen dem verantwortlichen Mitglied bei der Herausgabe, bei der Informationssuche, beim Verfassen der Artikel und beim Korrekturlesen o.Ä.

Newsletter enthalten aktuelle und für die Clubmitglieder interessante Informationen und bestärken sie in ihrem Lionismus. Andere Themen oder Informationen, die sich für einen Club-Newsletter eignen sind z.B. Veranstaltungskalender, Artikel über bevorstehende Projekte, Ergebnisse früherer Aktionen, Auswertungen von Erfolgen oder Misserfolgen, Aufstellung von Spendeneinnahmen und die Anerkennung engagierter Mitglieder und Helfer/innen.

Berichten Sie über alle Aspekte wichtiger Themen und vermeiden Sie einseitige oder persönliche Stellungnahmen.

Da Ihr Club Teil einer gemeinnützigen Organisation ist können Sie u.U. mit Druckereien oder Kopiergeschäften einen Sonderrabatt für Ihre Flyer und Plakate aushandeln.

Verteilen Sie die Flyer und Plakate überall in Ihrer Umgebung—an schwarzen Brettern, Büchereien, Schaufenstern, Bushaltestellen, Bahnhöfen usw. Bitten Sie Geschäfte, Behörden und Ämter Flyer für Ihre Kunden auszulegen. Verteilen Sie sie auf jeden Fall ein paar Wochen vor Ihrer Veranstaltung, damit sie von möglichst vielen Leuten gelesen werden.

Fotografien

Sie können Fotos, z.B. von Lions bei Projekten oder von den Menschen, denen Sie mit Ihren Programmen geholfen haben, in Ihrem Club-Newsletter, Werbematerialien und Pressemitteilungen verwenden oder bei Aktionen ausstellen. Tipps fürs Fotografieren:

- Unschärfe Fotos sind für Publikationen oder Werbematerialien ungeeignet.
- Schnappschüsse sind interessanter und eignen sich besser für die Veröffentlichung als gestellte Gruppenaufnahmen, die sich für clubinterne Zwecke eignen, von Zeitungen aber meist abgelehnt werden.

Newsletter können Informationen über Distrikte, Gesamtdistrikte und internationale Nachrichten enthalten.

Die Artikel sollten unterhaltsam und mit vorsichtigem Humor verfasst werden—Humor ist etwas sehr Individuelles.

Überprüfen Sie Daten, Veranstaltungsorte, Zeiten, Rechtschreibung und Grammatik und bitten Sie um Hilfe beim Korrekturlesen.

Der e-Newsletter, der LCI-Kalender und der Monatsbericht des internationalen Präsidenten auf der Lions Clubs International-Webseite enthalten viele Informationen und Ideen, die Sie in Ihrem eigenen Newsletter verwenden können.

Newsletterproduktion

Grafische Abbildungen und Fotografien sollten von hoher Qualität sein. Für ein übersichtliches Erscheinungsbild hat sich ein Doppelspalten-Layout bewährt sowie:

- eine nicht zu große oder kleine Schriftgröße.
- Abstand zwischen Abschnitten und ein Zeilenabstand für gute Lesbarkeit.
- ein übersichtliches Design für das Cover.
- Schlagzeilen in großer Schrift und/oder Fettdruck, um sie vom Rest des Textes abzuheben.

Ein Newsletter sollte entweder professionell oder mit Hilfe eines PC und Laserdruckers hergestellt werden. Viele Softwareprodukte enthalten Druckformatvorlagen und Grafiken speziell für die Gestaltung von Newslettern. Das offizielle Logo der Vereinigung kann für Newsletter und Flyer von der Lions Clubs International-Webseite heruntergeladen werden.

Fragen Sie die Druckereien und Copy-Shops in Ihrer Umgebung ob sie Rabatt für gemeinnützige Organisationen anbieten oder Tipps zur Kostenreduktion bei der Herstellung der Newsletter haben.

Das LION-Magazin

Verschaffen Sie Ihrem Club durch die Veröffentlichung von Artikeln und Fotos im LION ein nationales Publikum und Anerkennung für seine Projekte. Nicht alle eingereichten Artikel können veröffentlicht werden, aber Sie verbessern Ihre Chancen wenn Sie:

- detaillierte Informationen— das Wer? Was? Wann? Wo? Warum und Wie?—über ein abgeschlossenes Clubprojekt oder eine Benefizveranstaltung zusammenstellen.
- keine Artikel über Projekte einreichen, die noch in der Vorbereitungsphase oder noch nicht abgeschlossen sind oder über Clubjubiläen, Geburtstage langjähriger Mitglieder, gesellige Abende o.Ä.
- gute Schnappschüsse von Projekten mit Lions „in Aktion“ einschicken und alle abgebildeten Personen benennen.
- keine gestellten Fotos einschicken, auf denen die Personen in die Kamera starren.
- Name, Adresse, Telefonnummer und Emailadresse einer Kontaktperson angeben, die sich mit dem Projekt gut auskennt.
- dem LION Zeit geben—manche Artikel werden erst nach einem Jahr gedruckt.

Bitte schicken Sie Ihre Artikel und Fotos zur Veröffentlichung an THE LION Magazine, Lions Clubs International, 300 W. 22nd Street, Oak Brook, IL 60523, USA oder emailen Sie sie an thelionmagazine@lionsclubs.org.

Weitere Informationen über die Veröffentlichung im LION enthält die PR-Publikation PR-708 „Wie man in die LION-Zeitschrift hineinkommt“, die Sie telefonisch unter +1-630-571-5466 oder per email unter thelionmagazine@lionsclubs.org anfordern können.



WELCHE ANDEREN PR-IDEEN GIBT ES NOCH?

Es gibt nicht nur Fernsehen, Radio und Zeitungen. Clubprojekte mit Beteiligung der Öffentlichkeit können auch auf diesen Wegen bekannt gemacht werden:

- Veröffentlichen Sie Informationen über das Projekt auf der Webseite oder auf dem schwarzen Brett Ihrer Stadt oder Gemeinde.
- Fragen Sie Bus- oder Bahnunternehmen, ob sie Ihnen Werbeflächen gratis zur Verfügung stellen können, so dass Ihr Club lediglich für die Anbringung der Werbung zahlen muss.
- Teilen Sie Flyer und Broschüren über Ihren Club und seine Projekte aus und veröffentlichen Sie, an wen die eingenommenen Gelder gehen, falls Sie eine Benefizveranstaltung planen.
- Drucken Sie das Lions-Logo auf alle Unterlagen, Werbungen und Broschüren und bringen Sie es bei allen Veranstaltungen und Projekten gut sichtbar an.
- Verteilen Sie Luftballons mit dem Lions-Logo bei Ihren Veranstaltungen oder bei öffentlichen Veranstaltungen in Ihrer Stadt.

Selbst wenn keine Projekte geplant sind, können Sie für Ihren Club werben, z.B indem Sie:

- Ihren Club mit einer Kontaktperson und Telefonnummer in das örtliche Telefonbuch und Stadtverzeichnisse aufnehmen lassen. Aktualisieren Sie die Angaben regelmäßig.
- und alle anderen Clubmitglieder Ihren Lions-Pin tragen.
- Fast-Food-Ketten und Supermärkte darum bitten, Informationen über Ihren Club auf Einkaufstüten oder Papiersets für Tablett zu drucken.

- Informationen über Ihren Club bei öffentlichen Newslettern der Regierung oder Ihres Schulamtes einreichen, insbesondere wenn Ihre Projekte die Öffentlichkeit oder eine Schule einbeziehen, wie der Friedensposterwettbewerb, Augen- oder Diabetestests, der Bau eines Freizeitheims u.Ä.
- Ihre Stadt oder Gemeinde öffentlich unterstützen und in Schul- oder Gemeindepublikationen für Sport- oder Musikveranstaltungen werben.
- eine Werbetafel an einer Autobahn oder vielbefahrenen Straße außerhalb Ihrer Stadt aufstellen und es regelmäßig in Stand halten. Die sogenannten „Highway-Signs“ können bei der Club-Supplies-Sales-Abteilung bestellt werden.
- Ihrer Stadtbücherei ein Abonnement des LION-Magazins schenken. Die PR-Abteilung im Hauptsitz kann Ihnen dazu weitere Informationen geben.
- für Ihre Lokalzeitung ein wöchentliches oder monatliches „Lions-Spotlight Gesundheit“ mit Informationen über Warnzeichen für Erblindung und Diabetes u.Ä. verfassen.
- in Ihrer Stadtbücherei einen Recycle-for-Sight-Month- oder Lions-World-Sight-Day-Schaukasten oder einen Schaukasten über Ihren Club aufstellen.
- die Handelskammer oder andere Behörden bitten, Clubinformationen in ihr Willkommenspaket für neue Anwohner/innen aufzunehmen.
- lokale Organisationen dazu einladen ihre Aktivitäten und Projekte bei Ihren Clubtreffen vorzustellen und anbieten, Ihren Club bei diesen Organisationen zu präsentieren.





WELCHE UNTERSTÜTZUNG GIBT ES VOM HAUPTSITZ?

Unter „Publikationen/Medien“ stehen Ihnen auf der LCI-Webseite www.lionsclubs.org eine Reihe von Videos und Materialien über die PR-Arbeit in Lions-Clubs zur Verfügung oder Sie können die PR-Abteilung per Email unter pr@lionsclubs.org oder telefonisch unter +1-630-571-5466, DW 358 oder 363 kontaktieren.

Videos—Die Club-Supplies-Sales-Abteilung bietet Videos über Mitgliedschaft, Hilfsprojekte, SightFirst und die Vereinigung zum Kauf an. Einige Videos werden in mehreren Sprachen angeboten. Sie finden eine Auflistung aller Videos auf der LCI-Webseite, im Clubbedarfkatalog oder können die Liste PR-720 bei der PR-Abteilung anfordern.

Fernseh- und Radiowerbung—Englische und Spanische Clips für Lokalsender werden Ihnen unentgeltlich zur Verfügung gestellt. Eine Liste aller Werbeclips erhalten Sie von der PR-Abteilung (bitte geben Sie bei der Bestellung das gewünschte Format an).

Veröffentlichung im LION

Die Veröffentlichung „Wie man in die LION-Zeitschrift hineinkommt“ liegt in allen Sprachen vor und enthält Tipps zum Verfassen eines Artikels für den LION und für gutes Fotografieren. Sie können die Veröffentlichung PR-708 bei der PR-Abteilung anfordern.

Der Internationale Friedensposterwettbewerb

Die Broschüre PR-775 eignet sich hervorragend dafür, den internationalen Friedensposterwettbewerb bei Schulen bekannt zu machen und Interesse bei den Schülern zu wecken. Für weitere Informationen kann Ihr Club den Flyer und das Bestellformular für ein Kit in allen Sprachen (PR-785) anfordern. Die Kits für den Friedensposterwettbewerb (PPK-1) können in allen Sprachen bei der Club-Supplies-Sales-Abteilung bestellt werden.

Sie können außerdem von der PR-Abteilung unentgeltlich ein englisches Video über den Wettbewerb anfordern.

Allgemeine Broschüren

Viele der Broschüren mit allgemeinen Informationen über die Vereinigung, die Sie z.B. bei öffentlichen Veranstaltungen verteilen können, finden Sie auf unserer Webseite unter „Ressourcen“ oder können Sie von der Club-Supplies-Sales-Abteilung anfordern.

Lions-Geschichte und aktuelle Fakten

Diese Publikationen (PR-799, PR-800) enthalten aktuelle Informationen über unsere Vereinigung und ihre Geschichte und können unter „Ressourcen“ von der Lions Clubs International-Webseite heruntergeladen oder bei der PR-Abteilung in allen Sprachen angefordert werden.

E-Newsletter

Auf der Lions Clubs International-Webseite wird jeden Monat ein online Newsletter mit aktuellen Nachrichten, Informationen und Programmen des internationalen Hauptsitzes veröffentlicht.

Projektleitfäden

Der internationale Hauptsitz stellt Ihnen Projektleitfäden und Broschüren über die Planung von und Werbung für großangelegte PR-Aktionen zur Verfügung, wie World-Sight-Day oder Recycle-for-Sight. Diese Materialien können Sie online oder von der PR-Abteilung erhalten.

PR-Beispiele

Die folgenden Beispiele sind Anregungen für die PR-Materialien Ihres Clubs. (Drucken Sie Pressemitteilungen immer auf dem Briefkopf Ihres Clubs).

Lions-Club Atwood

PRESSEMITTEILUNG

Für zusätzliche Informationen
wenden Sie sich bitte an:
Dorothy Livingstone
(Telefonnummer)

Zur sofortigen Veröffentlichung

LIONS IN ATWOOD VERANSTALTEN BRILLENSAMMLUNG IM MAI

ATWOOD, 12. April—Im Rahmen des Recycle-for-Sight-Month, den Lions Clubs International regelmäßig abhält, sammelt der Lions-Club Atwood im Mai alte, nicht mehr benutzte Brillen und Sonnenbrillen für Entwicklungsländer.

„Ihre alte Brille kann einem anderen Menschen noch wirklich helfen“, so Tony Blackman, der Präsident des Lions-Clubs Atwood. „In vielen Entwicklungsländern kosten Augenuntersuchungen so viel wie ein ganzes Monatsgehalt und ein Augenarzt muss hunderttausende Patienten betreuen. Eine Brille kann einem Arbeiter seinen Arbeitsplatz retten und einem Kind helfen, seine Schulbildung zu beenden.“

Die gesammelten Brillen werden von den Lions an ein Lions-Center für Brillen-Recycling geschickt, wo sie gereinigt, die Stärke der Gläser festgestellt und auf die kostenlosen Verteilung durch Missionsteams vorbereitet werden.

Das Brillen-Recycling ist nur eines der Projekte, mit denen die Lions sehbehinderten Menschen helfen. Der Lions-Club Atwood arbeitet außerdem mit dem Schuldistrikt in Atwood zusammen und stellt bedürftigen Schüler/innen Augenuntersuchungen und neue Brillen unentgeltlich zur Verfügung.

Sie können Ihre alte Brille zu einer der markierten Sammelstellen in der Atwood-Bank oder der öffentlichen Bücherei in Atwood bringen oder den Beauftragten für Recycle-for-Sight, Lion Terry Berringer unter der Telefonnummer (Telefonnummer) anrufen.

Lions Clubs International ist die weltweit größte Hilfsorganisation. Die circa 1,4 Millionen Mitglieder, Männer und Frauen in 190 Ländern und Regionen, setzen ihre Zeit und Energie dafür ein Menschen in ihrer direkten Umgebung zu helfen und engagieren sich weltweit für die Bekämpfung von Blindheit.

###

Lions-Club São Paulo

PRESSEMITTEILUNG

Für zusätzliche Informationen
wenden Sie sich bitte an:
Antonio Riberio
Lions-Club São Paulo
(Telefonnummer)

Zur sofortigen Veröffentlichung

EINWEIHUNG DES LIONS-SPIELPLATZES FÜR KÖRPERBEHINDERTE KINDER AM 28. JUNI

SÃO PAULO, 13. Juni 200X—Am Samstag den 28. Juni um 12:00 Uhr wird Bürgermeister Luiz Gomez Oliveira Park feierlich einweihen. Olivera Park ist ein vom Lions-Club São Paulo gebauter behindertengerechter Spielplatz mit rollstuhlgerechten Schaukeln und einem Karussell.

Oliveira Park befindet sich an der Kreuzung von Centro und Norte und wurde vom Lions-Club São Paulo zum Andenken an Oscar Oliveira gebaut. Lion Oscar Oliveira hat die letzten 20 Jahre seines Lebens damit verbracht behinderten Menschen zu helfen.

„Wir wollten etwas im Andenken and Oscar spenden“, sagt Pedro Vicente, der Clubpräsident, „und wir brauchten dringend einen behindertengerechten Spielplatz in unserer Gegend.“

Der Lions-Club São Paulo hat auch schon früher viele gemeinnützige Projekte für körper- und sehbehinderte Menschen unterstützt und seine Mitglieder setzen sich stark für das Seniorenzentrum von São Paulo ein.

Lions Clubs International ist die weltweit größte Hilfsorganisation. Die circa 1,4 Millionen Mitglieder, Männer und Frauen in 190 Ländern und Regionen, setzen ihre Zeit und Energie dafür ein Menschen in ihrer direkten Umgebung zu helfen und engagieren sich weltweit für die Bekämpfung von Blindheit.

###

(Brief an die Redaktion)

Lions-Club Milano Host

28. Oktober 200X

Francesco Mazzetti
Redakteur
Il Giorno
Via Aurelio Saffi
20134 Milan

Sehr geehrter Herr Mazzetti,

wir, die Mitglieder des Lions-Clubs Milano Host, möchten den Milaner Bürger/innen für die überwältigende Unterstützung bei unserem Rosenverkauf am 20. Oktober danken. Dank ihrer Hilfe wurden bei der diesjährigen Sammelaktion über 5000 Euro eingenommen.

Mit den Einnahmen werden die Projekte finanziert, die die Lions im Laufe des Jahres durchführen. Mindestens fünfzig Prozent der Gelder gehen an Projekte zur Erhaltung der Sehkraft, wie Augenuntersuchungen und Gratisbrillen für Menschen, denen die finanziellen Mittel dazu fehlen.

Die verbleibenden Mittel werden für andere Hilfsprogramme der Lions herangezogen, wie den Kauf von Hörgeräten und Diabetes-Kits für Bedürftige.

Wir danken ganz besonders den lokalen Radiosendern, die für unsere Aktion geworben haben.

Ihr Geld kommen dort an, wo es wirklich gebraucht wird. Danke dass Sie uns dabei helfen, Anderen zu helfen!

Mit freundlichen Grüßen,

Nicola Violo
Präsident des Lions-Clubs Milano Host
(Telefonnummer)

(Werbebrief)

Lions-Club Ashford

27. Januar 200X

Sarah Maher
Redakteurin für Reportagen
Ashford News & Observer
P. O. Box 451
Ashford, CA 93612

Sehr geehrte Frau Maher,

als Präsident des Lions-Clubs Ashford möchte ich Ihnen kurz von Joe Hennesy berichten, einem herausragenden Mann, der sich auf vielfache Weise für seine Stadt einsetzt. Joe ist 46 Jahre alt und seit sieben Jahren Mitglied unseres Clubs. Er ist die treibende Kraft hinter unserer bevorstehenden alljährlichen Have-a-Heart-Blutspendeaktion, die am 14. und 15. Februar im Ashford Community College stattfinden wird.

Joe leitet diese Aktion schon seit vier Jahre und ist maßgeblich für ihren wachsenden Erfolg – wie die Verdopplung der Blutspenden – verantwortlich. Joe's gemeinnütziges Engagement in Sachen Gesundheit begann vor einigen Jahren, als er bei der Suche nach einer Spenderleber für die Ashforder Studentin Holly Kline mithalf. Im Augenblick arbeitet Joe als freiwilliger Helfer für die Krebsaufklärung und im Spendenausschuss des Norridge Kreiskrankenhauses.

Joe ist Inhaber eines Eisenwarengeschäfts und lebt seit 18 Jahren in Ashford. Er und seine Frau Cheryl haben eine Tochter und einen Sohn. Im Frühjahr beginnt Joes zweite Saison als Trainerassistent für das Softballteam seiner Tochter.

Ich werde mich nächste Woche mit Ihnen in Verbindung setzen, um zu besprechen ob Sie Interesse an einer Reportage über diesen vielbeschäftigten Lion haben, der sich so für das Wohl seiner Stadt einsetzt. Sie können mich natürlich auch schon vorher kontaktieren, um weitere Informationen zu erhalten oder einen Interviewtermin auszumachen. Ich bin unter der folgenden Nummer zu erreichen (Telefonnummer).

Vielen Dank für Ihr Interesse und Ihre Zeit.

Mit freundlichen Grüßen,

David Wright, Präsident
Lions-Club Ashford

Lions-Club Berlin-Brandenburg

RADIOWERBUNG

Aufruf an freiwillige Helfer—30 Sekunden

ZEIT IST IHR WERTVOLLSTER BESITZ, GERADE DANN, WENN SIE SIE FÜR EINE GUTE SACHE EINSETZEN. JE MEHR SIE ANDEREN VON SICH GEBEN, DESTO MEHR GEWINNEN SIE. SCHON EIN PAAR STUNDEN IHRER ZEIT KÖNNEN GUTES BEWIRKEN—FÜR SIE UND FÜR DAS PROJEKT, AN DEM SIE MITARBEITEN.

TUN SIE SICH MIT ANDEREN ZUSAMMEN UM GEMEINSAM IHREN MITMENSCHEN ZU HELFEN. SIE GEBEN EIN BISSCHEN UND BEKOMMEN VIEL ZURÜCK.

MEHR INFORMATIONEN ÜBER GEMEINNÜTZIGE ARBEIT ERHALTEN SIE VOM LIONS-CLUB BERLIN BRANDENBURG UNTER DER TELEFONNUMMER (TELEFONNUMMER).

Lions-Club Timberland

FERNSEHWERBUNG

Die Timberland Lions feiern den Dienst am Nächsten—30 Sekunden

Video

Kinder im Klassenzimmer

Hand legt Brille in Sammelbox

Bau eines Gemeindezentrums

Lions unterhalten sich zwanglos mit Besuchern einer Gesundheitsmesse—gut sichtbares Clubbanner

Lions helfen Menschen bei einer Aktion für kostenlose Augenuntersuchungen

Fotomontage mit Bildern vergangener Projekte

Ausblende in ein Bild von einer Benefizveranstaltung für eine Organbank für Hornhäute

Clubmitglieder bei der Vorbereitung auf ein Festival—Herstellung eines großen Banners mit der Aufschrift „Timberland: Vielen Dank für deine Hilfe“

Clubmitglied wird nach einer Weihnachtsfeier von einem Kind umarmt

Grafik: Lions-Logo mit Telefonnummer

Audio

Das Sponsern eines Drogenaufklärungsprogramms...

das Sammeln gebrauchter Brillen...

Spendensammlungen für ein neues Gemeindezentrum...

sind nur einige Beispiele für die zahlreichen Projekte der Timberland Lions.

In diesem Jahr feiern wir 45-Jahre gemeinnütziger Arbeit in Timberland.

Wir können auf unsere Leistungen stolz sein...

schauen aber auch nach vorn, um den Menschen in unserer Stadt auch in Zukunft helfen zu können.

Unser Jubiläum muss gefeiert werden! Feiern Sie mit auf dem Sommerfest in Timberland.

Der Lions-Club Timberland...dient seinen Mitmenschen mit Stolz.

Weitere Informationen erhalten Sie unter der Telefonnummer (Telefonnummer).

Lions-Club Lincoln Park

Informationen

Mitglieder

Der Lions-Club Lincoln Park wurde 1968 gegründet und hat 85 Mitglieder—Männer und Frauen die ihre Zeit und Energie für eine Reihe verschiedener gemeinnütziger Projekte einsetzen. Unser Club ist einer der ca. 45 000 Clubs, die in Lions Clubs International, der weltweit größten Hilfsorganisation, zusammengefasst sind.

Programme gegen die Blindheit

Lions in aller Welt engagieren sich in Programmen wie SightFirst, das vermeidbare und heilbare Blindheit bekämpft, für blinde und sehbehinderte Menschen. Auf lokaler Ebene beteiligen sich die Lincoln Park Lions am Recycle-for-Sight-Programm und am Brillen-Recycling. Seit 1989 wurden über 20 000 Brillen für Menschen in Entwicklungsländern gesammelt. Die Lions haben Hunderten von Menschen in ihrer Stadt dabei geholfen, dringend benötigte medizinische Hilfe bei Augenproblemen zu erhalten und arbeiten eng mit der Schulbehörde in Lincoln Park zusammen, um Augenuntersuchungen in Kindergärten und Grundschulen anbieten zu können.

Jugendprogramme

Im Rahmen des Lions-Quest-Programms sponsert der Lions-Club Lincoln Park drei Life-Skills-Programme für Jugendliche und junge Erwachsene und in fünf Schulen und Jugendgruppen den alljährlichen Friedensposterwettbewerb von Lions Clubs International. Eines der vom Club gesponserten Poster wurde 2001 zum Gewinner im Gesamtdistrikt gewählt und kam bis ins internationale Halbfinale.

Seit 1991 arbeiten der Lions-Club Lincoln Park und das Gesundheitsbüro in Warren County gemeinsam an der Veranstaltung eines städtischen Forums. Das Forum findet in der ersten Novemberwoche statt und setzt sich mit Aufklärung über Drogenmissbrauch und Sucht auseinander. Durch eine großangelegte Kampagne schafft der Club öffentliches Bewusstsein für diese Probleme und entwickelt neuer Strategien zur Bekämpfung des wachsenden Drogenmissbrauchs.

Clubtreffen finden jeden Mittwoch um 19:00 Uhr in den Lincoln Park Towers, 749 Broadview Avenue statt.

Sydney Ryan, Präsident
Lions-Club Lincoln Park
(Telefonnummer)
(Faxnummer)
(Emailadresse)
(Club-Webseite)

Lions-Logos

Viele unserer Logos können unter „Ressourcen“ von der Lions Clubs International-Webseite www.lionsclubs.org heruntergeladen werden. Dort finden Sie auch Farbvorgaben und Lions Clubs International's Richtlinien zur Verwendung der Logos. Hier sind einige der Logos abgebildet, die Sie in Clubpublikationen verwenden können.





**THE INTERNATIONAL ASSOCIATION
OF LIONS CLUBS
300 W 22ND ST
OAK BROOK IL 60523-8842, USA**