

## Tipps zur Öffentlichkeitsarbeit für Engagementpreise im Wettbewerb

Die Teilnahme am Deutschen Engagementpreis bedeutet Aufmerksamkeit und Wertschätzung für Ihren Preis sowie eine weitere Würdigung für Ihre Preisträgerinnen und Preisträger. Die Nominierung für den Deutschen Engagementpreis bietet eine gute Gelegenheit, Ihr Anliegen in die Öffentlichkeit zu tragen und Ihre Preisträgerinnen und Preisträger bei ihrer Medienarbeit zu unterstützen. Wir haben Ihnen einige Tipps zur Inspiration zusammengestellt, damit Sie noch wirksamer auf sich aufmerksam machen können.

### Pressearbeit

- **Pressemitteilung:** Erstellen Sie eine Pressemitteilung zur Nominierung Ihrer Preisträgerinnen und Preisträger für den Deutschen Engagementpreis. Nutzen Sie dafür gerne unsere **Textbausteine**.
  - In dieser Mitteilung von ungefähr einer Seite Umfang gehen Sie konkret darauf ein, dass Sie Ihre Preisträgerinnen und Preisträger ins Rennen um den Deutschen Engagementpreis geschickt haben. Formulieren Sie dazu aktive Hauptsätze und liefern Sie Fakten zu Ihrem Preis und Ihren Teilnehmenden.
  - Bauen Sie ein zuvor abgestimmtes Zitat ein, z.B. von einem der ausgezeichneten Engagierten oder einer Führungskraft Ihres Hauses.
- **Deutscher Engagementpreis:** Bitte weisen Sie auch in Ihrer Pressemitteilung zur Verleihung Ihres Preises darauf hinweisen, dass Ihre Preisträgerinnen und Preisträger für den Deutschen Engagementpreis nominiert sind.
- **Allgemein gilt:** Beantworten Sie in Ihrer Pressemitteilung **kurz, knackig und prägnant** die wichtigsten Fragen: was, wann, wo, wer und warum. Stellen Sie das konkrete Ereignis in den Mittelpunkt und beginnen Sie mit dem Wichtigsten, Hintergrundinformationen kommen erst zum Schluss.
- **Versand:** Versenden Sie die Pressemitteilung **möglichst direkt in der E-Mail**. Wählen Sie Journalistinnen und Journalisten aus, die sich für Ihr Thema interessieren. Meist sind das die lokalen Medien und Personen, die schon einmal über Ihre Anliegen berichtet haben. Informieren Sie am besten auch die Medien, die aus der Region Ihres Preisträgers kommen.
- **Bilder:** Stellen Sie den Journalisten **passendes Bildmaterial** zur Verfügung. Verzichten sie besser auf das Anhängen von Dateien und stellen Sie die Bilder als Download auf Ihrer Website zur Verfügung. Sollten Sie nicht über die Möglichkeit verfügen, Bilder als Download auf Ihrer Website anzubieten, weisen Sie die Journalisten in Ihrer E-Mail darauf hin, dass Sie bei Bedarf gerne Bildmaterial zusenden. Achten Sie dabei immer auf die Bildrechte und die entsprechenden Quellenangaben.
- **Zeitpunkt:** Stellen Sie sicher, dass Ihre Pressemitteilung **aktuell ist und rechtzeitig** die Journalisten erreicht. Vielleicht gibt es aber auch besonders **geeignete Anlässe**, die Sie thematisch nutzen können, um die Pressemitteilung zu versenden. Beispielsweise der Weltflüchtlingstag (20. Juni), wenn Sie mit Ihrem Preis das Engagement für Geflüchtete auszeichnen, der Beginn der Schulzeit, wenn Sie Bildungspatenschaften würdigen, die Veröffentlichung einer thematisch passenden Studie oder Ihre eigenen Veranstaltungen bzw. eine regional veranstaltete Freiwilligenbörse.



- **Telefonisch Nachfassen:** Journalisten, die Sie für besonders wichtig erachten und die sich für die Nominierung interessieren (erfahrungsgemäß vor allem Journalisten lokaler Medien bei Ihnen vor Ort), können Sie nach Versand der Pressemitteilung **noch einmal anrufen**, um persönlich auf die Nominierung hinzuweisen.
- **Kontaktdaten:** Achten Sie darauf, dass Journalisten Sie bei Rückfragen schnell und einfach erreichen können, indem Sie ihre Kontaktdaten **inklusive Telefonnummer** angeben.

### **Social Media**

- Berichten Sie über die Nominierung Ihrer Preisträgerinnen und Preisträger für den Deutschen Engagementpreis. Verlinken Sie zu weiteren Informationen auf Ihrer Internetseite.
- Mit einem Foto, einem Video oder einer Grafik werden mehr Menschen auf Ihre Nachricht aufmerksam.
- Nutzen Sie gerne die Materialien des Deutschen Engagementpreises, wie unsere Websticker „Wir nominieren unsere Preisträgerinnen und Preisträger“. Diese finden Sie unter: [www.deutscher-engagementpreis.de/oeffentlichkeitsarbeit](http://www.deutscher-engagementpreis.de/oeffentlichkeitsarbeit)
- Nutzen Sie die Hashtags #Engagementpreis und #EngagementBewegt.
- Teilen Sie auf Facebook und Twitter unsere Nachrichten rund um den Wettbewerb (<https://www.facebook.com/DerDeutscheEngagementpreis> und <https://twitter.com/engagierteninfo>).

### **Eigene Medien und Netzwerke**

- Binden Sie die Web-Banner des Deutschen Engagementpreises auf Ihrer **Website** oder in Ihrer **Signatur** ein. Die Banner können Sie, genau wie die Textbausteine, unter [www.deutscher-engagementpreis.de/oeffentlichkeitsarbeit](http://www.deutscher-engagementpreis.de/oeffentlichkeitsarbeit) herunterladen.
- Weisen Sie in Ihren **Publikationen** (z. B. Newsletter, Flyer, Mitgliederzeitung) auf die Nominierung ihres Preisträgers. Nutzen Sie auch hier unseren Websticker oder unser Logo. Eine entsprechende Auflösung für Print-Publikationen lassen wir Ihnen gerne auf Anfrage zukommen.
- Berichten Sie in Ihren **Netzwerken** von Ihrer Nominierung, zum Beispiel auf Veranstaltungen.

### **Haben Sie Fragen?**

Wenn Sie Fragen zur Presse- und Öffentlichkeitsarbeit haben, steht Ihnen Markus Winkler vom Team des Deutschen Engagementpreises gerne zur Verfügung!

Markus Winkler  
Pressereferent  
Deutscher Engagementpreis  
Telefon (030) 89 79 47-64  
[markus.winkler@stiftungen.org](mailto:markus.winkler@stiftungen.org)