

## Deutscher Engagementpreis 2023 – Publikumspreis

### Tipps zur Öffentlichkeitsarbeit für Engagierte im Wettbewerb

Die Abstimmung über den Publikumspreis des Deutschen Engagementpreises bietet Ihnen die Chance auf ein Preisgeld von 10.000 Euro. Aber sie ist darüber hinaus auch für alle Nominierten eine gute Gelegenheit, ihr Anliegen in die Öffentlichkeit zu tragen und andere zur Unterstützung und zum Mitmachen zu motivieren. Wir haben Ihnen einige Tipps zur Inspiration zusammengestellt, damit Sie noch wirksamer auf sich und Ihr Engagement aufmerksam machen können.

#### Eckdaten Publikumspreis des Deutschen Engagementpreises

Jeder kann abstimmen, und wer am Ende die meisten Stimmen erhält, gewinnt den Publikumspreis. Einfach zwischen 12. September bis 24. Oktober unter [www.deutscher-engagementpreis.de/publikumspreis](http://www.deutscher-engagementpreis.de/publikumspreis) für seine Favorit\*innen abstimmen. Der Publikumspreis ist mit 10.000 Euro dotiert. Die 50 Erstplatzierten der Abstimmung gewinnen außerdem die kostenfreie Teilnahme an einem gemeinsamen Weiterbildungsseminar in Berlin.

#### Pressearbeit

- **Pressemitteilung:** Erstellen Sie eine Pressemitteilung, dass Sie für den Deutschen Engagementpreis nominiert sind, und man für Sie beim Publikumspreis abstimmen kann. Nutzen Sie dafür gerne unsere **Muster-Pressemitteilung**.
  - In dieser Mitteilung von ungefähr einer Seite Umfang gehen Sie konkret darauf ein, dass Sie im Rennen um den Deutschen Engagementpreis sind. Formulieren Sie dazu aktive Hauptsätze und liefern Sie Fakten zu sich und Ihrem Engagement.
  - Bauen Sie ein zuvor abgestimmtes Zitat ein, z. B. von Ihnen selbst, einer beteiligten Person aus Ihrem Projekt oder einer Führungskraft Ihrer Initiative.
- **Deutscher Engagementpreis:** Erwähnen Sie auch gerne in Ihren sonstigen Pressemitteilungen, dass Sie für Ihr Engagement für den Deutschen Engagementpreis nominiert worden 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 Ihrer Region und der Region Ihres Engagements kommen.
- **Bilder:** Stellen Sie den Journalistinnen und 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 Journalistinnen und Journalisten erreicht.
- **Telefonisch Nachfassen:** Journalistinnen und Journalisten, die Sie für besonders wichtig erachten, und die sich für die Nominierung interessieren (erfahrungsgemäß vor allem Journalistinnen und 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 Journalistinnen und Journalisten Sie bei Rückfragen schnell und einfach erreichen können, indem Sie ihre Kontaktdaten **inklusive Telefonnummer** angeben.

## Social Media

- Erzählen Sie auf Social Media, dass Sie die Chance auf den Publikumspreis haben, und sich über Unterstützung freuen. Rufen Sie aktiv auf, für Sie abzustimmen.
- Mit einem Foto, einem Video oder einer Grafik werden mehr Menschen auf Ihre Nachricht aufmerksam.
- Insbesondere kurze Videos (sog. Reels) auf Instagram und Facebook erreichen besonders viele Menschen.
- Verwenden Sie gerne unsere Grafiken „Jetzt für uns abstimmen!“ bzw. „Jetzt für mich abstimmen!“ für Ihre Nachrichten. Die Grafiken sind in allen gängigen Social Media-Formaten verfügbar
- Nutzen Sie die Hashtags #Engagementpreis und #EngagementBewegt
- Teilen Sie auf Facebook, Twitter und Instagram unsere Nachrichten rund um den Wettbewerb:
  - [www.facebook.com/DerDeutscheEngagementpreis](http://www.facebook.com/DerDeutscheEngagementpreis)
  - [www.twitter.com/engagierteninfo](http://www.twitter.com/engagierteninfo)
  - [www.instagram.com/deutscher\\_engagementpreis](http://www.instagram.com/deutscher_engagementpreis)

## Eigene Medien und Netzwerke

- Binden Sie die Grafiken „Jetzt für uns abstimmen!“ bzw. „Jetzt für mich abstimmen!“ auch auf Ihrer **Website** oder in Ihrer **Signatur** ein. Die Banner können Sie, genau wie die Muster-Pressemitteilung, hier herunterladen: [www.deutscher-engagementpreis.de/wettbewerb/pr-paket](http://www.deutscher-engagementpreis.de/wettbewerb/pr-paket).



- Weisen Sie in Ihren **Publikationen** (z. B. Newsletter, Flyer, Mitgliederzeitung) und in Ihren **Netzwerken** auf Ihre Nominierung und die Abstimmung hin. Nutzen Sie auch hier unsere Websticker oder unser Logo. Eine Auflösung für Print-Publikationen lassen wir Ihnen gerne auf Anfrage zukommen.
- Verbreiten Sie die Postkarten und Plakate zur Abstimmung. Sie können diese kostenfrei bestellen unter [www.deutscher-engagementpreis.de/materialbestellung](http://www.deutscher-engagementpreis.de/materialbestellung)

Haben Sie Fragen?

Wenn Sie Fragen zur Presse- und Öffentlichkeitsarbeit haben, stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung:

Markus Winkler, Pressereferent  
 Telefon: (030) 89 79 47-64  
[markus.winkler@stiftungen.org](mailto:markus.winkler@stiftungen.org)  
[www.deutscher-engagementpreis.de](http://www.deutscher-engagementpreis.de)