



## Checkliste zur Imagekampagne

Mit dieser Checkliste wollen wir Ihnen bei Umsetzung einer Imagekampagne für Ihre Begegnungsstätte behilflich sein. Sie können die einzelnen Schritte, die Sie bereits in Angriff genommen oder abgeschlossen haben abhaken. So haben Sie eine gute Übersicht, was für Aufgaben noch vor Ihnen liegen und welche Sie bereits erfolgreich gemeistert haben!

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg!

### Organisatorische Vorbereitung

- Abklärung im Hause, ob es gewünscht ist, aktiv am Image Ihres Angebotes
- MitstreiterInnen suchen

### Selbstkritische Analyse

- Auswerten: Welches Image haben wir heute? Was ist unsere Identität? Wie sehen uns die anderen?
- Ziele benennen: Welches Image wollen wir erreichen? Welche Leitidee stellen wir als Orientierung für die zukünftige Arbeit auf?
- Klärung folgender Fragen:
  - Was können wir anderen bieten?
  - Was sind unsere Stärken, was unsere Schwächen?
  - Was zeichnet uns aus und macht uns besonders?
  - Welche neue Zielgruppe / Altersgruppe wollen wir erreichen?
  - Was ist das Besondere dieser neuen Zielgruppen?
  - Wie können wir mehr über sie erfahren? Können wir z.B. eine Befragung durchführen?
  - Wie kann man die Gruppe charakterisieren, um zu einer "KundInnenorientierung" zu kommen?
- Maßnahmen entwickeln: Was müssen wir dafür tun?
  - Welche **Formen der Mitwirkung** können wir "Neuen/Jüngeren" anbieten?
  - Welche **Inhalte** sind für "Neue/Jüngere" interessant"?

Welcher **Veranstaltungsformen** sprechen "Neue/Jüngere" an?

- Kreativ werden und Angebote entwickeln, z.B. zu
  - Bewegung / Sport (Trendsportarten wie Nordic Walking etc.)
  - tagesaktuelles Geschehen
  - Lebensweltbezug (gerade in Rente, Erwachsene Kinder)
  - Tagesfahrten / Ausflüge
  - Wunsch nach Gleichaltrigkeit
  
- Kreativ werden und Beteiligungsformen für Neue/Jüngere entwickeln
  - Aktivierende Befragung
  - Postkartenaktion (55-65 Jährige) mit BürgermeisterIn über Melderegister
  - Bürgerfunk oder Podiumsdiskussion

### **Imagebildene Maßnahmen**

- Angebote transparent machen
  - flache Hierarchien schaffen - bei uns arbeiten alle auf "gleicher Augenhöhe"
  
- Zielgruppen- und bedarfsgerechte Angebote machen (Kundenorientierung)
  - Sie vermitteln:
    - Offenheit (Neue werden gerne aufgenommen, Organisation von Patenschaften)
    - Aktivität (viele verschiedene Themen abdeckend)
    - Modernität (keine Berührungängste z.B. gegenüber den Neuen Medien)
    - Flexibilität (Freiheit zu kommen und zu gehen)
    - Aktualität (gegenwärtige Themen, die in aller Munde sind, aufgreifen)
  
- pfiffigen Namen und knackiges Motto überlegen
  
- Logo suchen, das zur Gruppe passt
  
- einheitliches und leicht eingängiges Erscheinungsbild für alle Veröffentlichungen wählen
  
- beispielgebende ehrenamtliche Persönlichkeiten aus der Gruppe in der Presse vorstellen
  
- Schirmherrschaften suchen
- Neue Medien nutzen - Homepage, Newsletter, E-Mail

## **Organisatorisches in der Umsetzungsphase**

- Arbeitsgruppen bilden, um eine Kampagne aufzustellen
- persönliche Kontakte zur Presse aufbauen und Vorhaben vermitteln

## **Pressekampagne planen und Inhalte festlegen:**

- Artikel in die Zeitung setzen (selbst schreiben oder RedakteurIn zum ersten Treffen einladen)
- Handzettel herstellen und in der Stadt / im Stadtteil verteilen
- Plakate herstellen (Din a 4 oder 5, aushängen im Supermarkt, in Apotheken, bei ÄrztInnen)
- Terminveröffentlichung auf der Internetseite der Stadt oder des Trägers
- Newsletter auflegen
- Kirchenblatt, Mitteilungen / Vermeldungen in Gottesdienst oder Versammlungen des Trägers
- Einladung von regionalen Radiosendern und Fernsehen und Terminankündigungen
- Persönliche Vorträge und Präsentationen zu der Gruppenarbeit

## **Reflexion**

- mit der Gruppe prüfen, ob alles gut läuft oder ob noch etwas fehlt
- Stimmung und Resonanz prüfen

### **Herausgeber:**

LernLabor Ahlen  
Wilhelmstraße 5  
59227 Ahlen  
Tel.: 02382 / 94099714  
[www.senioren-ahlen.de](http://www.senioren-ahlen.de)