

# DIE RICHTIGE KOMMUNIKATION ZU IHREN PROJEKTEN UND AKTIVITÄTEN

---

Gemeinsam wirken für ein besseres Zusammenleben, ohne Ihren Einsatz kann die König-Baudouin-Stiftung (KBS) diesen Auftrag nicht erfüllen. Sie sind diejenigen, die vor Ort etwas bewirken, Sie sind unsere besten Botschafter.

Wir möchten Ihre Arbeit oder Ihr Projekt auf unserer Web-Seite veröffentlichen, interessierte Personen können diese Informationen dann unter der Rubrik „Förderung beantragen“ oder über die Suchfunktion finden. Zusätzlich möchten wir Ihr Engagement in unseren Tätigkeitsbericht aufnehmen.

Darüber hinaus möchten wir Sie ermutigen, Ihrem Umfeld etwas über Ihre Tätigkeiten mitzuteilen und so, für eine größere Sichtbarkeit Ihres Projekts beizutragen. Natürlich dürfen Sie dabei auch erwähnen, welche Rolle die Unterstützung der KBS für Ihr Projekt spielt, um eventuelle weitere Begünstigte zu inspirieren!

Wir hoffen, Ihnen mit dieser kurzen Liste wichtiger Punkte und praktischer Tipps helfen zu können. Falls Sie noch Fragen haben, können Sie sich jederzeit an uns wenden.

**Viel Erfolg!**

**Cathy Verbyst,**  
Kommunikationsleiterin Pressebeziehungen  
[verbyst.c@kbs-frb.be](mailto:verbyst.c@kbs-frb.be)

 König-Baudouin-  
Stiftung  
*Gemeinsam wirken für ein besseres Zusammenleben*

# KOMMUNIKATION ZU IHREM PROJEKT, WAS UND WIE?



## Was möchten Sie erreichen? Warum kommunizieren Sie?

- Information über Ihre Arbeit und das Erreichte;
- Mobilisierung der Mitmenschen;
- Gewinnung neuer Ehrenamtler;
- Geld sammeln;
- ...



## Wen möchten Sie erreichen?

- Bewohner des Stadtteils oder eines Dorfes;
- Lokal, regional oder überregional;
- Die ‚breite Öffentlichkeit‘;
- Eine bestimmte Berufsgruppe;
- Die Lokalpolitiker;
- ...



## Was möchten Sie berichten?

- Formulieren Sie Ihre Botschaft auf **einfache und zugängliche Weise**.
- Vermeiden Sie Fachchinesisch.
- Versuchen Sie, das Ganze, wenn möglich, als **reale Reportage** zu erzählen, um andere Menschen zu begeistern.



## Wann sollten Sie kommunizieren?

- Bedenken Sie: Manchmal kann es interessanter sein, **ein aktuelles Projekt** zu besuchen / zu entdecken / zu beschreiben und nicht erst, wenn es bereits abgeschlossen ist (wie z.B. die Restaurierung eines Kulturerbes, das Ergebnis ist sehr interessant, der Ablauf aber sicher ebenfalls). Oder Ihre ‚News‘ (eine vor kurzem getroffene Entscheidung, eine Preisverleihung...) kann ja auch Anlass sein, ein **Projekt kennenzulernen**, Teilnehmer einzubinden, ein intensiveres Gespräch zu führen...
- Kommunizieren Sie **rechtzeitig!** Es gibt natürlich immer Ausnahmen, aber oft ist es für die Medien oder andere Zielgruppen interessanter, im Vorfeld über ein stattfindendes Ereignis informiert zu werden und nicht erst im Nachhinein, wenn bereits alles vorbei ist.



## Wie kommunizieren?

- Beginnen Sie mit **Ihren eigenen Kommunikationskanälen** an! Halten Sie Ihre Freunde regelmäßig auf dem Laufenden. Auch wenn es mal keine bedeutenden Neuigkeiten gibt, Berichte über die Projektentwicklung, den Einsatz der freiwilligen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, über eine Aktion, die Mittel eingebracht hat, sind ebenfalls geeignet. Achten Sie darauf, dass der aktuelle Bericht auf Ihrer **Webseite** steht, posten Sie ihn auch auf **Facebook, LinkedIn, Instagram**, mit einem Link zu Ihrer Webseite. Bewerben Sie Ihr Projekt auf Ihren Social-Media-Kanälen und benutzen Sie ein schönes Bild mit einem klaren ansprechenden Text aus. Vergessen Sie nicht, auch andere Partner oder Kollegen zu markieren, damit Ihr Beitrag weiter verbreitet werden kann. Einige relevante Hashtags (2-5) sind ebenfalls zu empfehlen. Wenn Sie dabei noch auf die **KBS-Accounts** in den Sozialen Medien verweisen, schätzen wir das natürlich ganz besonders: @KingBaudouinFoundation auf Facebook, @K\_B\_Foundation auf Twitter, @kingbaudouinfoundation auf LinkedIn, @king\_baudouin\_foundation auf Instagram. Sie können angeben, dass Ihr Projekt „von der König-Baudouin-Stiftung“ oder dem von der König-Baudouin-Stiftung verwalteten Fonds <Name des entsprechenden Fonds> unterstützt wird.
- Wenn Sie vor allem die lokale Bevölkerung oder Lokalpolitiker erreichen möchten, dann ist vielleicht ein **Flyer** oder ein **Infoabend** eine gute Idee. Kontaktieren Sie eventuell auch andere Vereine oder deren Mitglieder.
- Falls Sie die breite Öffentlichkeit informieren oder eine Tragfläche schaffen möchten, wenden Sie sich an die **(lokalen) Medien**. Viele Gemeinden und Städte stellen diesbezüglich eine Liste mit den Kontaktdaten der lokalen Medien und/oder Korrespondenten zur Verfügung.
- Einige Hinweise zur Erstellung eines **Presseberichts**:  
Ein Presstext ist keine Werbung, wahren Sie also den überwiegend informativen Charakter. Setzen Sie die wesentliche Information an den Anfang. Eher kurz als lang, vermeiden Sie Einzelheiten oder eine lange Vorgeschichte, nichtssagende Zitate, Wiederholungen und Fachsprache. Schreiben Sie so **verständlich** wie möglich. Verwenden Sie Sätze mit Inhalt, wie zum Beispiel sagen Sie nicht „dies ist ein sehr wertvolles Projekt“, sondern „wir unterstützen dieses Projekt aus dem und dem Grund“. Und auch hier freuen wir uns über den Hinweis, dass Ihr Projekt von der König-Baudouin-Stiftung oder einem von ihr verwalteten Fonds unterstützt wird! Verweisen Sie auf Ihre Webseite und/oder Ihre Sozialen Medien, führen Sie die **Kontaktangaben** an und stellen Sie sicher, dass diese Kontaktpersonen einfach zu erreichen sind.





- **Pressekonferenzen** sind für Journalisten eine relativ zeitraubende Angelegenheit, und sind die Mühe wert, wenn Sie **viel mitzuteilen** haben oder etwas vorstellen möchten, vor allem, wenn Sie sich an die regionale Presse wenden. Oft reicht jedoch auch ein guter Pressebericht, um Ihre Botschaft rüberzubringen, oder aber Sie verabreden sich mit einem Journalisten zu einem Gespräch oder einem Rundgang. Informieren Sie die Journalisten umfassend, damit diese selbst entscheiden können, ob sie zur Pressekonferenz erscheinen. Welche Fragen werden dort beantwortet? Verbreiten Sie Ihren Pressebericht erst nach Ende der Pressekonferenz und veröffentlichen Sie ihn dann in den Sozialen Medien.



- Sorgen Sie soweit möglich für aussagekräftiges **Bildmaterial** oder Grafiken/Tabellen in hoher Auflösung, die Sie allen, die Sie bei der Verbreitung Ihrer Botschaft unterstützen möchten, schnell zukommen lassen können. Denken Sie dabei daran, Ihr Copyright anzugeben.