# Checkliste: Konkretisierungsphase – Öffentlichkeitsarbeit organisieren

(Zeitraum Juli-Okt, zur Arbeit nach dem Initialwirkshop, Checkliste mit Vorschlägen für Bearbeitungszeiträume der Kampagnenaufgaben)

**Arbeitspaket: Begleitende Öffentlichkeitsarbeit ausbauen und organisieren**

Die im Initialworkshop gesammelten Ideen zu möglichen Kommunikationsinstrumenten, können jetzt zur Begleitung der Kampagne genutzt werden. Diese Kommunikationsinstrumente gilt es nun auch im Hinblick auf eine dauerhafte, die Kampagne begleitende Kommunikation zu konkretisieren und die Umsetzung frühzeitig zu planen.

🡪 Wichtig, die Kommunikation sollte das Umfeld zum „nachahmen“ motivieren und Beschäftige zum Mitmachen animieren.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Teilaufgaben** | **Zeitrahmen** | | | | | | | | | | | | | | | |
| Juli | | | | August | | | | Sept | | | | Oktober | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| *Klassische Medien:*  Ausdehnung/Verstetigung der Kampagne von Pressemitteilungen/Pressemappe zur Ausdehnung/Verstetigung der Kampagne |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Pressegespräche, Presseeinladungen für Kick-Off-Veranstaltung organisieren ZB |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| *Neue Medien:*  ggf. Internet- / Online Präsenz auflegen |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ggf. Nutzung Soziale Medien (z.B. Twitter, Facebook, Youtube) vorbereiten |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Weiteres: |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Weiteres: |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |