Erlebnisheimat Erzgebirge

GEMEINSAM | ZUKUNFT | GESTALTEN

Workshop Öffentlichkeitsarbeit

Wie bekomme ich die Aufmerksamkeit der Presse und/oder in den Social Media Kanälen?

Übersicht

Teil 1: Presse- Öffentlichkeitsarbeit

- Erstellung, Aufbau & Kriterien einer Pressemitteilung
- Pressearbeit des TVE

Teil 2: Social Media Marketing

- Grundlagen für Social Media Kanäle wie Facebook & Instagram
- Praxisbeispiele
- Tipps, Hinweise & Werkzeuge für erfolgreiches Social Media Marketing

Agenda Teil 1

- Pressemitteilung erstellen
- Kriterien einer Pressemitteilung
- Format & Aufbau einer Pressemitteilung
- Presseanfragen beantworten
- Pressemitteilung analysieren
- Pressearbeit des TVE

Checkliste I Pressemitteilung erstellen

Pressemitteilungen stehen im Zentrum jeder erfolgreichen Pressearbeit

Einhaltung gewisser Regeln und Normen zu Inhalt, Form und Aufbau ist zu beachten!

Inhalte einer Pressemitteilung:

- Thema
- Relevanz für die Zielgruppe
- Nachrichtenwert
  → Wichtig: Keine Werbung für das eigene Unternehmen oder Produkt!
- Qualität statt Quantität
- KAFKA-Regel
  = Konkret, Aktiv, Füllwörter meiden, kurze Wörter, Adjektive umgehen
- Aussagekräftige Bilder
- Korrekturlesen

Checkliste I Kriterien einer Pressemitteilung

- Einfacher, sachlicher Schreibstil
- Fakten liefern, keine Spekulationen
- Vollständigkeit
- Aktive Formulierungen bevorzugen
- Verben statt Substantive
- Namen bei der ersten Erwähnung immer vollständig ausschreiben
- Zahlen bis zwölf ausschreiben
- Kein Eigenlob
- Kein Insiderwissen voraussetzen
- Fremdwörter vermeiden

Checkliste | Format & Aufbau einer Pressemitteilung

- Format DINA4
- Corporate Design des Unternehmens als Vorlage nutzen
- Pressemitteilung muss als solche bei Zusendung sofort erkennbar sein
- Datum, Adresse, Ansprechpartner, ggf. Sperrvermerk vermerken
- Schriftart: Arial, Größe: 12 Pkt., 1,5-facher Zeilenabstand
- Keine Hervorhebungen außer Überschrift

Aufbau einer Pressemitteilung:

- Griffige, sachliche Überschrift (Headline)
- Hochwertiges, aussagekräftiges Foto
- Evtl. zweite Überschrift mit direktem Bezug zur eigentlichen Überschrift (Subheadline)
- Im ersten Absatz alle „W's" beantworten: **Wer hat was, wann, wo, wie und warum getan oder beabsichtigt zu tun?**
- Nachfolgende Absätze liefern Details – Relevantes steht vor Unrelevanterem
- Abbinder mit relevanten Fakten zum Unternehmen & Verweis auf Website

Checkliste I Presseanfragen beantworten

- Bearbeitung der Presseanfrage hat Priorität
- Zeit nehmen, um Fakten und Sachverhalte zu recherchieren
- Positiv und freundlich antworten, auch bei unangenehmen Fragestellungen
- Eindeutig und souverän formulieren
- Eventuell von Drittem gegenlesen und freigeben lassen
- Zugeben, wenn Informationen nicht vorliegen und ggf. auf anderen Branchenverband verweisen
- **Achtung!** Worte, die einmal ausgesprochen sind, können nicht zurückgenommen werden!
- Hinweis: Bei telefonischen Anfragen um eine schriftliche Anfrage per Mail bitten!

Folgende Fehler vermeiden:

- Keine Reaktion zeigen oder erst auf Nachfrage antworten
- Widersprüchliche Aussagen treffen
- Schuldzuweisungen unterlassen
- Persönliche Meinung und vertrauliche Informationen zurückhalten

Pressemitteilung analysieren

Wandern im Erzgebirge (Foto: TVE/René Gaens)

02.07.2021 09:30 CEST

Großer Wandertouren-Test im Erzgebirge: Tourentester gesucht!

Annaberg-Buchholz, 02. Juli 2021. Im Rahmen eines großen Wandertouren-Tests sucht der Tourismusverband Erzgebirge e.V. interessierte Tourentester, die gern Wandern und dabei die Qualität der Touren überprüfen möchten.

Teilnehmende wählen aus über 100 Touren und bewerten diese hinsichtlich Beschilderungen, Routenführung und Wegebeschaffenheit. Die Ergebnisse werden in einem Fragebogen erfasst. Ziele sind die Verbesserung der Infrastruktur und Erhöhung der Attraktivität.

Wessen Interesse geweckt wurde, informiert sich bitte bei: Tourismusverband Erzgebirge e.V., Projektmanagement Wandern, Birgit Knöbel, b.knoebel@erzgebirge-tourismus.de oder Tel. 03733 18800-29.

Die Ergebnisse aller getesteten Wandertouren müssen bis zum 15. September 2021 eingereicht werden.

Am Jahresende werden unter allen Teilnehmern verschiedene Gewinne verlost.

Der Tourismusverband Erzgebirge e.V. freut sich über Unterstützung und zahlreiche Testergebnisse.

Über den Tourismusverband Erzgebirge e.V.

Der Tourismusverband Erzgebirge e.V. ist die Dachorganisation für die nationale und internationale Vermarktung der Reiseregion Erzgebirge. Ausgezeichnete Rad-& Wanderwege, Wintersportmöglichkeiten, über 800 Jahre Bergbautradition, weltbekannte Weihnachtsbräuche & Handwerkskunst sowie historische Dampfeisenbahnen: Wer in das Erzgebirge im Süden Sachsens aufbricht, lernt eine zweite Heimat kennen – **die Erlebnisheimat.** Modern und traditionell, mit Geschichte und Geschichten!

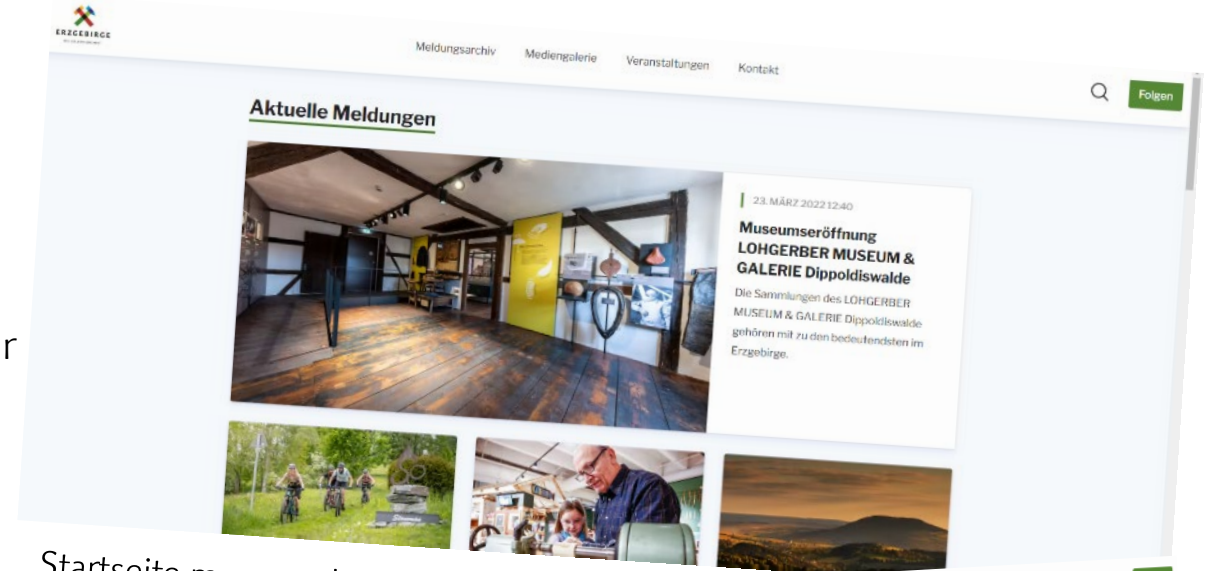
Kontaktpersonen

Pressekontakt
Pressekontakt
presse@erzgebirge-tourismus.de
+49 (0)3733 188 00-23

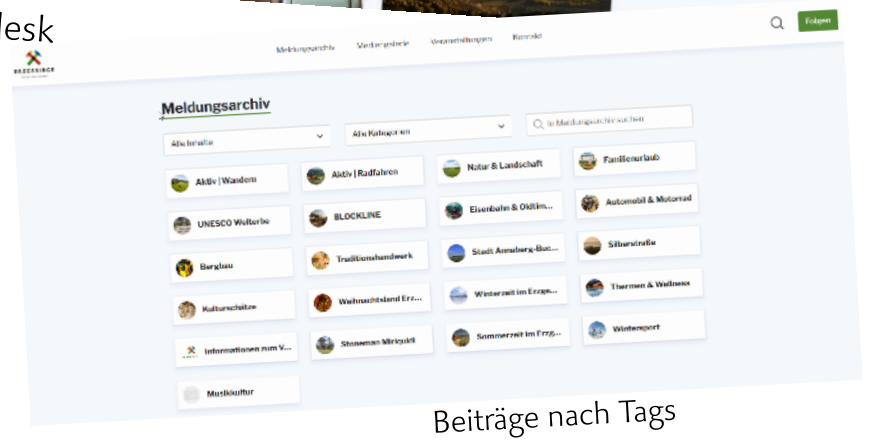
- ✓ Logo bzw. wiederkehrende Vorlage
- ✓ Hochwertiges Foto zum Thema
- ✓ Aussagekräftige Überschrift
- ✓ Ort und Datum
- ✓ Erster Absatz mit Hauptinformationen
- ✓ Nachfolgende Absätze liefern Details
- ✓ Boilerplate = Abbinder mit Informationen zum Unternehmen
- ✓ Kontaktdaten für Nachfragen

Pressearbeit des TVE

- Arbeit mit digitalem Pressepostfach **mynewsdesk**
- Eingebunden in den Pressbereich der Website des TVE
- Veröffentlicht werden Pressemeldungen des TVE
  und News von Partnern und Mitgliedern im einheitlichen Design
- Alle Meldungen sind im Meldungsarchiv des Pressebereichs sichtbar
- Versand an individuelle Verteiler zusätzlich möglich
  (z.B. Presse regional, überregional, Kultur, Familien, Aktiv etc.)
- Beiträge werden in Tags (Schlagwörter) gegliedert,
  um sie einfacher finden und thematisch unterteilen zu können
- Mynewsdesk beinhaltet eine Mediengalerie für Fotos und Videos



Startseite mynewsdesk



Beiträge nach Tags

<u>Wichtig:</u>

- TVE in eigenen Verteiler aufnehmen: presse@erzgebirge-tourismus.de

  → TVE entscheidet, welche Meldungen im digitalen Pressepostfach erscheinen

Agenda Teil 2

- Grundlagen – Social Media Kanäle Facebook & Instagram
- Best Practice – Beispiele aus der Praxis
- Optimale Formate für Social Media
- Organisch oder bezahlte Beiträge?
- Redaktionsplan
- 10 Praxistipps
- Fragen & Antworten

Grundlagen – Social Media Kanäle
Facebook

- Einheitliches Layout (Design, Struktur, Emojis) für eigene Beiträge
- Interaktiven Inhalt (Fragen stellen, zum klicken animieren - Call to Action)
- Hochwertige Beiträge teilen (mit eigenen Text ergänzen)
- Facebook Gruppe nutzen (höhere Reichweite durch UGC, Interaktionen)
- Keywords (Schlüsselwörter) nutzen
- Saubere URLs in Beiträgen → https://www.erzgebirge-tourismus.de/5425#ddhw2 (schlecht)
  → www.erzgebirge-tourismus.de/post (gut)
- Nutzungszeit der Abonnenten beachten
- Bezahlte Anzeigen für Steigerung der Abonnenten → Steigerung der Reichweite
- Regelmäßig Kommentare beantworten (Communitymanagement)
- Beiträge vorplanen
- Partner markieren!
- Split-Testing nutzen (A/B Test)
- Kurze Texte → Nicht zu werblich (nicht zu viel Text im Bild)

Grundlagen – Social Media Kanäle
Instagram

- Eigene Inhalte → authentisch, natürlich, hochwertig
- Fremde Inhalte (UGC) → Vor Repost den Urheber fragen
- Bio -Link nutzen
- Relevante Hashtags nutzen
- Formate entwickeln (#Instabestof #instaspecial)
- Keine Links in die Beschreibung (nicht anklickbar)

→ Ausnahme: Quellenangaben, Landingpages (erzgebirge-bewegt.de)

- Geotags nutzen (Verortung)
- Themen- & Aktionstage nutzen
- Planungstools (Werkzeuge) nutzen → z.B.: Later, Hootsuite
- Stories posten (inkl. Markierung, Hashtags, Verortung, Sticker)
- Inhalte auf Facebook posten/teilen
- Proaktiv Beiträge kommentieren, Liken und Kommentare zeitnah beantworten
- Reels posten (Fortgeschritten)

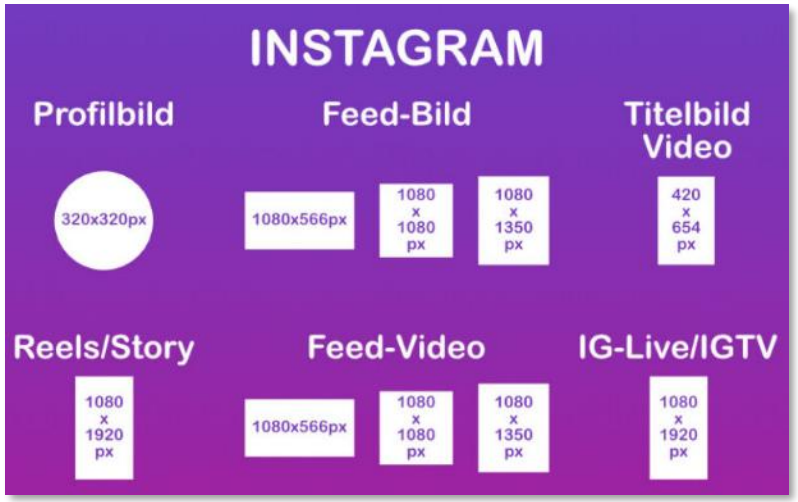
Optimale Formate für Social Media

Facebook:

- Profilbild: 400 x 400 Pixel
- Titelbild: 820 x 312 Pixel
- Stories: 1080 x 1920 Pixel
- Feed-Bild: 1080 x 1080 Pixel
  1200 x 630 Pixel
- Karusell: 1200 x 1200 Pixel
- Eventbild: 1920 x 1080 Pixel

Instagram:

- Profilbild: 320 x 320 Pixel
- Stories/Reels: 1080 x 1920 Pixel
- Feed-Bild: 1080 x 1080 Pixel
- Portraitbild: 1080 x 1350 Pixel
- Landschaftsbild: 1080 x 566 Pixel



Best Practice – Beispiele aus der Praxis

Facebook

- Erlebnisheimat Erzgebirge
- Stoneman Miriquidi
- Erzgebirge - Gedacht Gemacht
- Freiberger Brauhaus
- Silberstadt Freiberg
- Oskarshausen
- Sonnenlandpark Lichtenau
- AHORN Hotel am Fichtelberg
- Welterbeverein Montanregion Erzgebirge/Krušnohoří
- Zwönitztal-Greifensteinregion

Instagram

- Erlebnisheimat Erzgebirge
- Erzgebirge - Gedacht Gemacht
- Freiberger Brauhaus
- Zwönitztal-Greifensteinregion

Organisch oder bezahlte Beiträge?

Organische Beiträge:

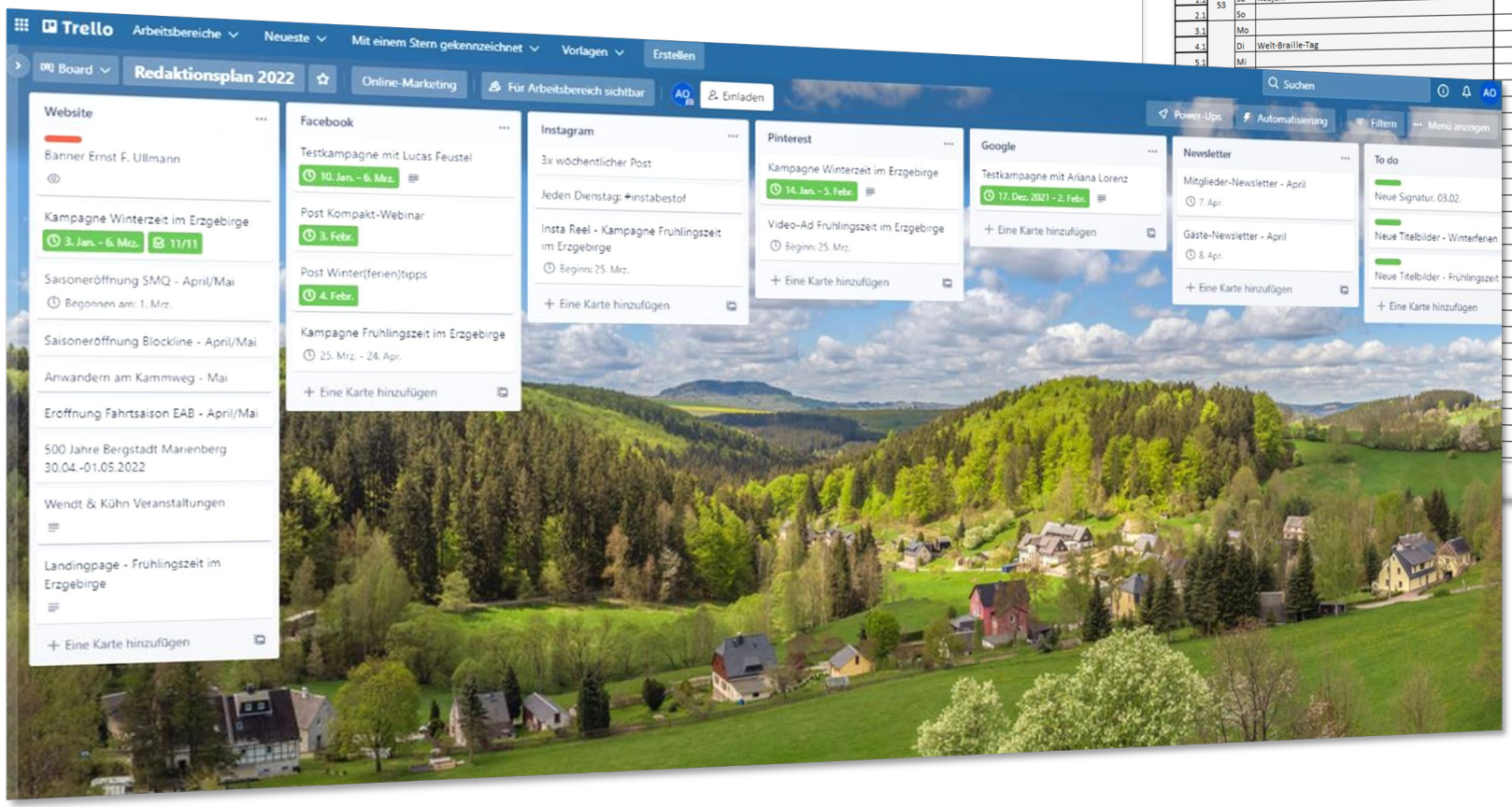
- Erstellung über Creator Studio
- Regelmäßig hochwertigen Inhalt posten (für Facebook Algorithmus)
- Veranstaltungen bewerben
- Stories nutzen
- Interaktionen mit anderen Beiträgen

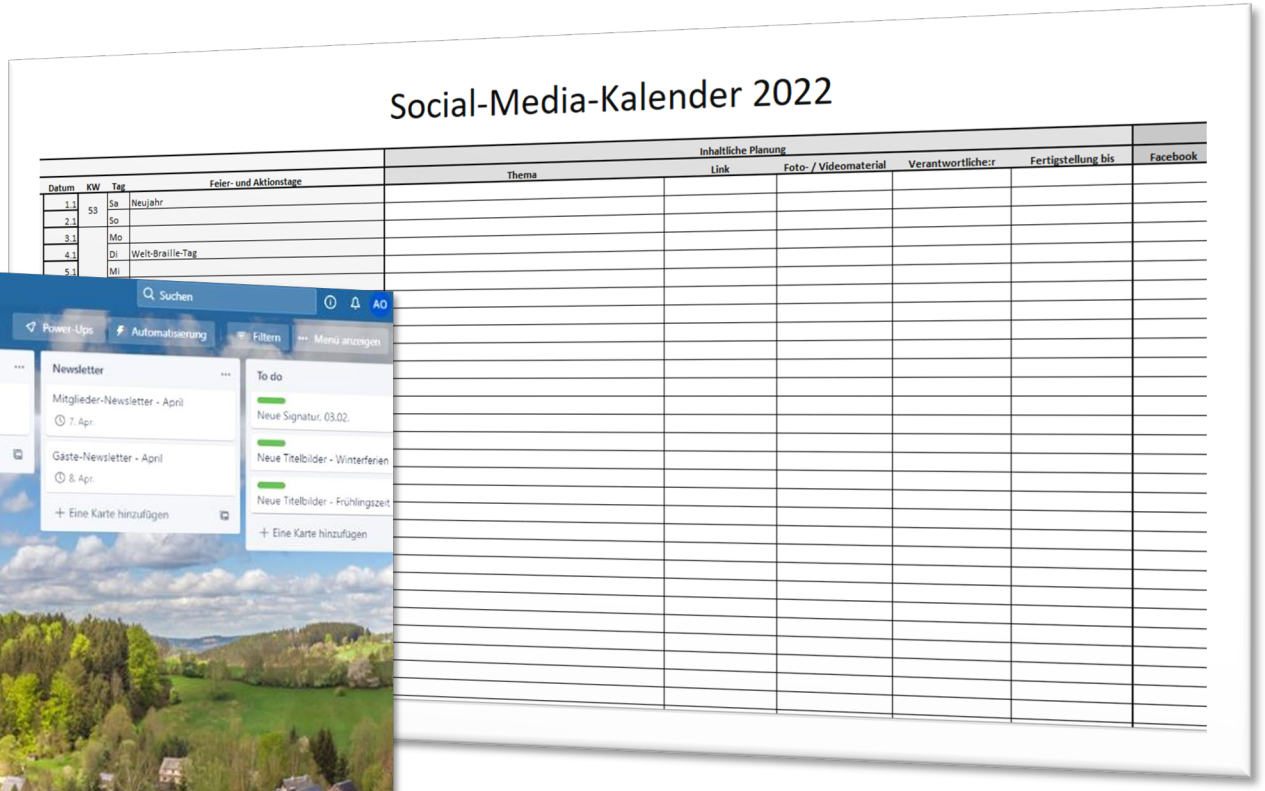
Bezahlte Beiträge:

- Erstellung über Werbeanzeigenmanager
- Abonnentenzahl steigern
- Reichweite erhöhen
- Definiertes Kampagnenziel → Klicks, Reichweite, Interaktionen, Kanäle, Tracking
- Zielgruppengenaue Ausspielung → Quellmärkte, Interessen, Demografische Angaben

Redaktionsplan

Online mit [Trello]





Klassisch mit [Excel]

10 Praxistipps

1. **Tipp:** Redaktionsplan erstellen
2. **Tipp:** User Generated Content nutzen (vom Nutzer erstellten Inhalt)
3. **Tipp:** Gewinnspiele durchführen
4. **Tipp:** Abstimmungen, Umfragen & Fragen stellen (Interaktionen fördern)
5. **Tipp:** Inhalte teilen und teilen lassen
6. **Tipp:** Rätsel (Bild- oder Worträtsel)
7. **Tipp:** Lernen (Wissensvermittlung) → „Vom Erzgebirge in die Welt“
8. **Tipp:** Wiedererkennung (Einheitliches Design/Layout)
9. **Tipp:** 3x Spaß – 1x Werbung (dezent Verkaufen)
10. **Tipp:** Regelmäßigkeit (Anzahl, Inhalt, Formate) → #instabestof

Fragen & Antworten

Ihre Ansprechpartner

Presse- & Öffentlichkeitsarbeit

Claudia Brödner

c.broedner@erzgebirge-tourismus.de

03733/18800-23

Online- & Social Media Marketing

Alexander Ohly

a.ohly@erzgebirge-tourismus.de

03733/18800-12

GLÜCK AUF!

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Tourismusverband
Erzgebirge e.V.

Adam-Ries-Straße 16
09456 Annaberg-Buchholz
info@erzgebirge-tourismus.de
03733/18800-0