

## Werbung

Hier finden Sie eine Zusammenstellung von Hinweisen, die Ihnen bei der Werbegestaltung für Ihr Sprachcafé helfen können. Diese Tipps sollen Ihnen die Medienarbeit, die Organisation von Veranstaltungen und Koordination von Kontakten erleichtern. Im Anschluss daran lesen Sie, wie Sie andere bei der Gründung eines Sprachcafés unterstützen können.

### A) Medienkontakte

- Erstellen Sie eine wieder verwendbare Pressemitteilung (siehe 'How to write a press release' [www.linguaconnections.eu/STWritingPress.htm](http://www.linguaconnections.eu/STWritingPress.htm))
- Nehmen Sie Kontakt auf mit:
  - Pressereferent/innen von Zeitungen und Journalen,
  - Websites bzw. Verantwortlichen von online Informationsangeboten,
  - Journalist/innen, die bei Ihrer Lokalzeitung mitarbeiten,
  - Online Zeitschriften, die sich mit dem Erlernen von Sprachen befassen.
- Legen Sie ihren Presseausendungen Bilder vom Sprachcafé bei (- mit Zustimmung der Fotografierten).
- Sprechen Sie Bekannte mit Kontakten zu den Medien an.
- Machen Sie von der Pressestelle Ihrer Organisation Gebrauch.
- Verwenden Sie Publikationsangebote (Mitteilungsblätter etc.) Ihrer Organisation.
- Identifizieren Sie etwas, das Medieninteresse stimulieren kann, beispielsweise eine nette Geschichte, die Ihr Projekt als "lebensecht" darstellt etc..
- Fragen Sie bei den regionalen Fernseh- und Radiosendern an.
- Verwenden Sie Informationsblätter, die spezielle Interessensgruppen vertreten, z.B. von Lokalbehörden, Schulen etc. .
- Melden Sie Ihr Projekt in Veranstaltungsverzeichnissen an.
- Erstellen Sie ein Podcast oder Mini-Video, das Sie an Webseiten usw. schicken können.
- Erfassen Sie die Berichterstattungen über Ihr Projekt in einem Link auf Ihrer Webseite.
- Lassen Sie Ihr Projekt in die Werbekampagne für besondere Veranstaltungen zum Thema Sprachen/Bildung aufnehmen, z.B. für den *Europäischen Tag der Sprachen*.
- Kontaktieren Sie auch Fachzeitschriften wie zum Beispiel Frauen- oder Kinderzeitschriften.
- Formulieren Sie eine eindeutige Botschaft und seien Sie innovativ.
- Erzählen Sie eine persönliche Geschichte, überlegen Sie sich griffige Schlagwort.

- Achtung. Bitte bedenken Sie, dass:
  - in den Medien ungenau oder falsch über Sie berichtet werden könnte.
  - Veranstaltungen mit breiterem öffentlichen Interesse Ihr Projekt aus den Nachrichten verdrängen könnten.
  - Fotos oder Podcasts niemals ohne vorausgehender Zustimmung eingesetzt werden sollten.
  - Ihre Botschaft nicht immer gleich lauten sollte.
  - Ihre Pressemitteilung auf die Publikation abgestimmt werden sollte.
  - das Medien sich gut dafür eignen, Informationen und die Idee an die Öffentlichkeit zu bringen, aber nicht unbedingt der Anwerbung von Teilnehmer/inne/n dienen.
  - das Presseamt Ihrer Organisation Sie im Stich lassen könnte.

## **B) Veranstaltungen organisieren**

- Je nach Entwicklungsstufe des Sprachcafés sollten Sie die Werbung unterschiedlich gestalten.
- Nehmen Sie beispielsweise an Tagungen, Konferenzen oder Sprachmessen teil. (Ihre Aktivität dort sollte auf die Thematik der Veranstaltung abgestimmt sein.)
  - Vor der Errichtung des Sprachcafés können Sie auf Tagungen, Messen und Konferenzen:
    - nach Veranstaltungsorten und Sponsoren suchen,
    - Sprachcafé-Partner identifizieren,
    - Marktforschung betreiben.
  - Wenn Ihr Sprachcafé bereits läuft, können Veranstaltungen dazu genutzt werden um:
    - Erfolge und Misserfolge zu präsentieren,
    - sich mit anderen über Empfehlungen und Erfahrungen auszutauschen,
    - eine Postervorführung zu veranstalten,
    - eine "Live"-Workshop-Version des Sprachcafés zu organisieren.
- Teilen Sie bei Veranstaltungen Postkarten und Flyer aus.
- Behalten Sie die Kosten im Auge und identifizieren sie Synergien mit anderen Akteuren.
- Die folgenden Veranstaltungsarten kommen in Frage:
  - Veranstaltungen einer Berufsgruppe (z.B. Polizei)
  - Firmen veranstalten "Tage der offenen Tür"
  - Markttag (in der Umgebung)
  - Europäischer Tag der Sprachen
  - Buchmessen (kleinere Veranstaltungen)
  - Bildungsmessen

- Weihnachtsmärkte
- Olympische Spiele oder andere Sportveranstaltungen
- Festspiele (Musik, Kultur, Kunst, usw.)

### **C) Die persönliche Note - persönliche Kontakte verwenden**

- Machen Sie Gebrauch von "nützlichen" Kontakten, z.B. zu Organisationen, die Ihr Sprachcafé unterstützen können und pflegen Sie diese persönlichen Kontakte.
- Senden Sie Mails nicht immer über einen elektronischen Verteiler aus, sondern seien Sie selektiv und schreiben Sie Personen an, die sich dafür interessieren und/oder eine Bereicherung für Ihr Sprachcafé darstellen könnten.
- Halten Sie interessierte Personen auf dem Laufenden, auch wenn sie nicht zu einer bestimmten Sprachcafé Gruppe gehören; z.B. durch gelegentliche E-Mails oder einen Newsletter.
- Fügen Sie die Internetadresse und Ihre Weblog Adresse an Ihre E-Mail-Unterschrift an, um Aufmerksamkeit auf das Sprachcafé zu lenken.
- Erhöhen Sie den Zusammenhalt der Sprachcafé Gruppen, indem sie ein gemeinsames Essen oder einen Filmabend organisieren – dadurch wird die Fortführung des Sprachcafés gefördert und neue Teilnehmer/innen können gewonnen werden.
- Erzählen Sie Ihren Freunden und Freundinnen vom Sprachcafé und was Sie dabei tun. Geben Sie die Informationen persönlich weiter. Schlagen Sie die Teilnahme am Sprachcafé vor oder empfehlen Sie die Gründung einer neuen Sprachcafé-Gruppe.
- Gerade persönliche Bekanntschaften können dabei helfen, das Netzwerk der Sprachcafés zu erweitern und andere Personen über Ihr Sprachcafé zu informieren. (siehe nachstehend Abschnitt E).
- Manchmal ist es besser, mit Leuten direkt zu sprechen, als eine Mail zu senden.

### **D) Weitere Akteure und Stellen einbeziehen**

- Die Mitwirkung anderer Stellen kann finanzieller Natur sein, z.B. die Bezahlung eines/einer Muttersprachlers/Muttersprachlerin bzw. Sprachtrainers/Sprachtrainerin. Es sind aber auch andere Formen des Sponsorings wertvoll, wie z.B. die kostenlose Zurverfügungstellung eines Veranstaltungsortes etc..
- Erkundigen Sie sich im Vorfeld über die Zielsetzungen der Akteure, und stellen Sie einen Zusammenhang zwischen diesen Zielen und dem Sprachcafé her, wenn Sie einen Kontakt knüpfen.

- Beispiele:
  - Ortsbehörden, z.B. Gemeinde- oder Stadtrat,
  - Kulturelle Organisationen, z.B. British Council,
  - Botschaften, Kulturabteilungen
  - Sprachschulen und universitäre Sprachinstitute,
  - Schulen (Bildungsinstitutionen könnten sich für das Sprachcafé als Aktivität außerhalb des Lehrplans interessieren.)
  - Nichtregierungsorganisationen (NROs)
  - Buchhandlungen, Handelsketten und Verleger,
  - Bibliotheken,
  - Wohltätigkeitsvereine wie beispielsweise Flüchtlingsorganisationen,
  - Arbeitsämter,
  - Gemeindezentren in Ihrer Umgebung.

### **E) Erweiterung des Sprachcafé Netzwerks**

#### **Wie Sie anderen beim Errichten von Sprachcafés unterstützen**

- Gestalten Sie den Zugriff auf Informationen wie den Sprachcafé-Leitfaden möglichst einfach.
- Stellen Sie Marketingwerkzeug wie Werbematerial zur Verfügung, z.B. Aushänge, Plakate, Postkarten.
- Geben Sie Ihre Kontaktinformationen in allen Werbungen an.
- Zeigen Sie sich bereit, Betreuung und Unterstützung anzubieten.
- Nehmen Sie an der ersten Veranstaltung des Sprachcafés teil.
- Ihre Webseite sollte einen möglichst einfachen Zugriff erlauben und regelmäßig aktualisiert werden.
- Verlinken Sie sich mit anderen Webseiten.
- Machen Sie Gebrauch von den Ressourcen Ihrer eigenen Organisation, z.B. Verteilerlisten.
- Knüpfen Sie Kontakte zu externen Organisationen und Initiativen, beispielsweise auch zu Bibliotheken, Supermärkten, Bauernmärkten und Vereinen.
- Informieren Sie sich über bestehende Netzwerke und nützen Sie diese.
- Kontaktieren Sie persönlich interessierte Veranstalter/innen und Veranstaltungsorte. Melden Sie sich gegebenenfalls telefonisch an.