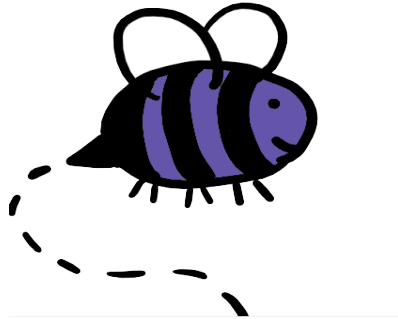


Modul VI: Texten für die Öffentlichkeitsarbeit

Wie treffen wir den richtigen Ton?





3 verschiedene Textsorten in der Öffentlichkeitsarbeit



Selbstbeschreibungstexte

- Euer Ton (darf ruhig originell/ rebellisch/ kämpferisch/ jugendlich/ salopp/ ... sein)
- Verschiedene Zielgruppen (Unterstützer:innen, Stakeholder:innen, ... vgl. Modul 3)
- Verschiedene Orte (Website, Flyer, etc.)
- Verschiedene Längen



Photo by Toa Heftiba on Unsplash



Selbstbeschreibungstexte

- Euer Ton (darf ruhig originell/ rebellisch/ kämpferisch/ jugendlich/ salopp/ ... sein)
- Verschiedene Zielgruppen (Unterstützer:innen, Stakeholder:innen, ... vgl. Modul 3)
- Verschiedene Orte (Website, Flyer, etc.)
- Verschiedene Längen
- → Basistext als Grundlage



Photo by Toa Heftiba on Unsplash



Presstexte



Photo by Jorge Maya on Unsplash

- Neutrale Formulierung
- Presseinfo ist keine Werbung!
- Keine unnötigen Adjektive, Füllwörter & Co



Texte für Social Media

- Einschränkungen der Plattformen
(Zeichenbegrenzung, Lesereihenfolge,
Zusammenspiel mit Foto/Grafik/Video)
- Hook für Aufmerksamkeit
- Call to Action (CTA)



Photo by Content Pixie on Unsplash

