

Öffentlichkeitsarbeit

Workshopinhalt: Die Umsetzung künstlerischer Visionen kann noch so atemberaubend sein – wenn niemand davon erfährt, bleibt die Mühe zum Teil vergebens. Geschickte und effektive Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sind unentbehrlich, um die eigene Arbeit bekannter zu machen und ein größeres Publikum in den Zirkus zu locken. Dazu wird es zwei unterschiedliche Workshops geben.

Workshop I: Klassische Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (Samstagsmorgen)

Der digitalen Revolution zum Trotz ist die klassische Presse- und Öffentlichkeitsarbeit heute nach wie vor unentbehrlich. Ohne Pressemeldungen gelangen Informationen nicht an die Redaktion und somit nicht in die Medien. Der Alltag in Redaktionen wird aber immer hektischer. Redakteur*innen müssen Deadlines einhalten, hunderte Mails pro Tag sichten und sofort über deren Wichtigkeit entscheiden. Damit die eigenen Pressemeldungen nicht im Spamfilter oder Papierkorb landen, sondern überhaupt wahrgenommen werden, gibt es einige Regeln zu beachten, die ich im Workshop vermitteln möchte. Das soziale Netzwerk Facebook ist heute schon fast ein oldschool-Instrument der Öffentlichkeitsarbeit. Wie verbreite ich Informationen dort gezielt? Wie funktioniert der Facebook-Algorithmus? Womit erziele ich Reichweite? Der Workshop vermittelt, wie die klassische Presse- und Öffentlichkeitsarbeit mit Facebook effektiver gestaltet werden kann.

Workshop II: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit mit Instagram, Twitter & Co. (Sa.nachmittag)

Immer mehr Institutionen, Vereine, Künstler*innen nutzen neben den klassischen Medien – wozu auch schon Facebook zählt – neuere Kanäle und Plattformen wie Instagram, Twitter oder Whatsapp-Broadcast-Listen, um Menschen zu erreichen. Wie können diese Plattformen für Öffentlichkeitsarbeit genutzt werden? Was gilt es dabei zu beachten? Wie generiere ich entsprechenden Content? Wie erzeuge ich mehr Reichweite und Interaktion? Wozu brauche ich Hashtags und wie kann ich mit nur 280 Zeichen relevante Informationen vermitteln? Welche Bedeutung haben Bilder in diesen Social Media-Welten? Der Workshop vermittelt anhand anschaulicher Beispiele Grundkenntnisse in der Nutzung der genannten Medien, auch im Unterschied zur klassischen Pressearbeit.

Maxi Braun ist 1982 in Oberhausen geboren. Schon während der Schulzeit hat sie die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für einen lokalen Sportverein organisiert und ist darüber zum Journalismus gekommen. Während ihres Studiums an der Ruhr-Universität Bochum hat sie als freiberufliche Autorin gearbeitet und war im studentischen Kino der RUB als Geschäftsführerin auch für die



Öffentlichkeitsarbeit verantwortlich. 2013 hat sie den 2-Fach-Master in den Fächern Geschichte und Medienwissenschaft (Schwerpunkt: Filmtheorie & -ästhetik) in Bochum abgeschlossen und arbeitet seitdem hauptberuflich als Journalistin. Von Januar 2014 bis Mai 2017 hat sie als Chefredakteurin die Monatsmagazine choices (Köln), trailer (Ruhrgebiet) und engels (Wuppertal) geleitet. Seit 1.6.2017 ist sie ausschließlich freiberuflich als Journalistin und Fotografin tätig, u.a. weiter für choices & trailer, das Missy Magazine, Utopia.de, NiCa Communication, Transition Town Essen und ehrenamtlich für Greenpeace Ruhrgebiet. Ihre Schwerpunkte liegen neben der Kultur (Film, Serie, Literatur) im gesellschaftskritischen und feministischen Themenbereich.

Weitere Infos zu Maxi Braun unter: www.rodeozebra.eu