



2.8. Mitgliederwerbung

Nun gilt es, die ersten Pfadfinderinnen und Pfadfinder für eure Gruppe zu gewinnen. Allerdings: von selbst werden sie nicht zu euch finden! Also müsst ihr auf euch aufmerksam machen und die Werbetrommel rühren. Dazu haben wir verschiedene Ideen für euch zusammengetragen.

Zehn Regeln für eine erfolgreiche Werbung und Öffentlichkeitsarbeit

Imagepflege

Wichtig für den Erfolg einer Werbeaktion ist eine regelmäßige Öffentlichkeitsarbeit, d.h. ihr müsst öfters etwas von euch hören lassen, etwa durch Plakate, Zeitungsartikel und Aktionen, auch wenn ihr nicht direkt etwas von Leuten wollt, sondern nur berichtet, was ihr tut, welche Erfolge und welche Schwierigkeiten es gibt. Das schafft auf die Dauer ein vertrautes Bild (= Image) in der Öffentlichkeit.

Zielgruppe direkt ansprechen

Wer versucht, alle anzusprechen, erreicht kaum jemanden. Entscheidet euch, mit welcher Altersstufe ihr den Aufbau eures Stammes beginnen wollt. Auf diese Altersgruppe müsst ihr eure Mitgliederwerbung ausrichten. Denn je direkter die Zielgruppe angesprochen wird, um so größer kann der Werbeerfolg sein.

Markenzeichen

Das Bundeszeichen des BdP als einprägsames Markenzeichen immer wieder verwenden (auf Werbezetteln, auf Plakaten, bei Ausstellungen... usw.). Das bewirkt bei konsequenter Anwendung ein unbewusstes Wiedererkennen.

Medienvielfalt

Informationen wirken stärker, wenn man sie durch verschiedene Medien bekommt, zum Beispiel Plakate, Zeitungsartikel, persönliche Anrede und Flugblatt. Es zahlt sich also aus, die Werbung nicht auf eine „Postwurfsendung“ allein zu beschränken.

Wiederholung

Präsentiert euch mit eurer Werbung in kurzen, zeitlichen Abständen immer wieder, damit sich der Werbeinhalt einprägt.

Vertrautes – Neues

Achtet bei Plakaten, Texten usw. auf ein günstiges Verhältnis von bekannten, vertrauten Elementen (Markenzeichen, Namen, Schlüsselbegriffe, Schriftarten, die Farben Blau/Gold...) und neuen, unbekanntem, überraschenden Elementen (Formulierungen, aber auch Format). Immer gleiche Bilder und Formulierungen bleiben unbeachtet, immer neue verlangen zuviel Aufmerksamkeit und werden übergangen.





Persönlich deklarieren

Für die Leser sollte immer erkennbar sein, welche Menschen / welcher Mensch hinter eurer Aktion und der Werbung steckt, wenn es nicht schon überall bekannt ist. Das schafft eine persönliche Beziehung zu eurem Anliegen und unterscheidet euer Flugblatt oder Plakat von der Wirtschaftswerbung.

Geeignete Orte für Plakate

Eure Plakate sollten so gestaltet sein, dass sie diejenigen, für die sie gedacht sind, anregen, darüber zu sprechen. Untersuchungen haben gezeigt, dass Mitteilungen, über die die Menschen reden, eine viel größere Wirkung haben. Deshalb sollten eure Plakate nicht nur gesehen werden, sondern sie sollen da gelesen werden, wo Menschen miteinander reden, z.B. an Haltestellen, vor der Kirche, in der Schule, beim Bäcker, in Läden in der Nähe der Kasse usw.

Meinungsführer

Wenn Menschen miteinander über euch sprechen, kommt es sehr darauf an, wer hier etwas über euch sagt, ob diese Person Einfluss hat, beliebt und anerkannt ist. Deshalb kann es in kleinen Orten oder übersichtlichen Stadtteilen von Vorteil sein, Meinungsführer zu animieren, für eure Sache zu sprechen. Dies könnten sein: Einige Lehrer, Horterzieherinnen, Mütter, die Verkäuferin, der Pfarrer evtl. auch Gemeindevertreter. Es kann sich auf jeden Fall lohnen, etwas in so eine persönliche Betreuung zu investieren

Bildhaft mitteilen

Bilder berühren und betreffen uns mehr als Begriffe. Sorgt deshalb für eine bildhafte Gestaltung und Sprache.

Gute Ideen für eine Werbeaktion können auch im Handbuch Pfadfindertag nachgelesen oder im Internet angesehen werden. Der Pfadfindertag wurde bundesweit von vielen Stämmen veranstaltet, um sich in der Öffentlichkeit zu zeigen, um Mitglieder zu werben, für eine soziale Aktion Gelder zu sammeln oder um das jugendpolitische Anliegen zu verdeutlichen. Es lohnt sich auf jeden Fall, diese Anregungen aufzunehmen.

Verschiedene Werbemöglichkeiten

Flüsterpropaganda

Flüsterpropaganda ist eine sehr gute Werbemethode, die laufend für Nachwuchs in der Gruppe sorgen kann, wenn das Programm entsprechend gut ist und die Mitglieder auch gewillt sind, die Gruppe wirklich zu vergrößern und nicht nur eine für andere geschlossene Clique zu bilden. Die persönliche Ansprache durchbricht die Anonymität, die viele davon abhält, den ersten Schritt zu wagen. Auch die Gruppenführung sollte mit den Kindern und Jugendlichen und evtl. deren Eltern Kontakt aufnehmen. Man kann den Kontakt auch suchen und erst ein bisschen wachsen lassen, ehe man die Teilnahme an einem Gruppentreffen vorschlägt. Die Flüsterpropaganda lässt sich zwar schwer steuern und ist für eine konkrete Werbeaktion deshalb allein nicht besonders gut geeignet.



Werbehändzettel, Flugblätter und Plakate

Solche Zettel sprechen in erster Linie die Kinder und Jugendlichen an, die schon eine Vorstellung von der Pfadfinderarbeit haben und eigentlich nur auf eine solche Gelegenheit gewartet haben, selbst mitzumachen. Oder es kommen nur solche, die sehr kontaktfreudig sind und keine große Hemmschwelle in sich überwinden müssen, um in eine fremde Gruppe zu gehen. Deshalb sollten Werbeblätter nicht wahllos auf der Straße verteilt werden, das ist zu anonym. Verbindet lieber eine Veranstaltung damit und verteilt die Zettel an Bekannte, bzw. lasst sie über Gruppenmitglieder der schon bestehenden Gruppe verteilen.

Überflüssig sind sie auf keinen Fall, denn sie dienen auch dazu, den Termin und Ort für das erste Treffen oder die Gruppenstunde festzuhalten.

Für Plakate gilt das gleiche wie für Werbeblätter; alleine sind auch sie nicht sehr wirkungsvoll. Sie können aber eine Werbeaktion, bei der auf mehreren Wegen gleichzeitig geworben wird, sinnvoll unterstützen. Es gibt in der Bundeskammer Plakate, bei denen man nur noch die Daten und Fakten eintragen muss.



Pfad
finderlohn:
Ehrenwort von Celina.

Wie findest Du Pfadfinder?
www.pfadfinder.de



Bund der Pfadfinderinnen & Pfadfinder e.V.



Zeitung

Im Lokalteil der Tageszeitung kann man auch bekannt geben, dass noch Kinder oder Jugendliche zum Mitmachen gesucht werden und in einer kurzen Meldung etwa einen Tag vorher noch einmal zur Veranstaltung einladen.

In einem kostenlosen Stadtteilblättchen besteht eher die Möglichkeit, so etwas, auch mit mehr Text, unterzubringen.

Solche Zeitungsartikel alleine haben aber noch geringere Werbewirkung als Werbezettel, weil der Leser sich nicht persönlich angesprochen fühlt. Sie unterstützen die Aktion aber und rufen euch in der Öffentlichkeit immer wieder ins Gedächtnis.

Dabei sind auch die klassischen W-Fragen wichtig: **was**, **wann wo** und **warum**, **wer** das macht und **wie** es geschieht:

Wer trifft sich	Jungen und Mädchen zwischen 7 und 11 Jahren
Wo trifft man sich	Auf dem Schulhof der Grundschule, um dann dort was zu tun...
Wann trifft man sich	Dienstag, den 14. XY von 15.30 bis 17.30 Uhr
Warum trifft man sich	Um mit Pfadfinderinnen und Pfadfinder zu spielen, toben, basteln, und was noch alles so versprochen werden kann
Was kostet es?	Erst wenn die Kinder sich nach einigen Wochen dazu entscheiden, ständig zu den Pfadfindern zu kommen, wird dies mit den Eltern besprochen.

Gut ist es, wenn man einen „Waschzettel“ auf dem offiziellen Briefbogen mit der korrekten Anschrift und dem Textvorschlag mitbringt.

Dieser Waschzettel könnte wie folgt aussehen:



BdP

Bund der Pfadfinderinnen
& Pfadfinder e.V.

BdP • Werner Wernersen, Wertstr. 23, 89078 Kiel

(Name des Mediums)
(Name des Ressorts)
(Name des Ansprechpartners)
Fax: (Faxnummer)
3 Seiten

Stamm Holzbein

Landesverband
Schleswig-Holstein -
Hamburg

Werner Wernersen
Wertstr. 23
89078 Kiel

Tel. 0489/ 578 68 220
Fax 0489/ 578 68 222

wernersen@gmx.net
www.pfadfinden.de



Kiel, 6.09.2002

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir möchten Sie gerne auf den „Pfadfindertag“ aufmerksam machen, der am Samstag, 21. September in ganz Deutschland stattfindet. Die Kieler Pfadfindergruppe „Holzbein“ wird sich mit einer öffentlichen Veranstaltung daran beteiligen.

Bundesweit präsentieren sich am Pfadfindertag mehrere hundert Gruppen mit interessanten und vielfältigen Aktionen. Die Gruppe „Holzbein“ schlägt einen Tag lang ihre Pfadfinderzelte vor dem Kieler Rathaus auf und führt Kinder und Jugendliche durch einen Abenteuer-Parcours. Näheres entnehmen Sie bitte der beiliegenden Pressemitteilung.

Wir würden uns sehr freuen, wenn Sie im Vorfeld über den Pfadfindertag berichten würden. Gerne laden wir Sie ein, unsere Veranstaltung am Samstag, 21.9. vor dem Kieler Rathaus zu besuchen. Auf Wunsch vermitteln wir Ihnen gerne Interviewpartner. Bitte kontaktieren Sie für weitere Informationen die auf den folgenden Seiten genannten Ansprechpartner. Im Internet finden Sie den Bund der Pfadfinderinnen und Pfadfinder unter www.pfadfinden.de.

Freundliche Grüße

Werner Wernersen
Stammesführung Stamm Holzbein, Kiel

Mitglied in
World Association of Girl Guides and Girl Scouts
World Organization of the Scout Movement





BdP
Bund der Pfadfinderinnen
& Pfadfinder e.V.

„Presseinformation“

Seitenangabe

Presseinformation / Seite 1 von 2

Bundesweiter „Pfadfindertag“ am 21. September 2002

Stamm „Holzbein“ stellt Zelte vor Kieler Rathaus auf

Überschrift groß

Kiel, 6.9.2002 – An einem ungewöhnlichen Ort wird die Pfadfindergruppe „Holzbein“ aus Kiel am Samstag, 21. September ihre Zelte aufbauen: Die traditionellen schwarzen Pfadfinderzelte werden einen Tag lang auf der Wiese vor dem Kieler Rathaus zu sehen sein. Die Gruppe Holzbein wird dort das Leben auf einem Pfadfindertag zeigen und über die Jugendarbeit der weltweiten Pfadfinderbewegung informieren.

Abstand 1,5 Zeilen

Luft lassen
zwischen Absätzen

Die Aktion ist Teil des „Pfadfindertags“, einer Veranstaltung des „Bundes der Pfadfinderinnen und Pfadfinder“ (BdP). Mehrere hundert Gruppen in ganz Deutschland präsentieren sich am Samstag, 21. September der Öffentlichkeit. „Wir wollen Einblicke in unsere Jugendarbeit geben und zeigen, wie interessant die Freizeit bei den Pfadfindern ist“, sagt Werner Wernersen (19), Leiter des Stammes Holzbein.

Eingeladen zum Pfadfindertag sind Jungen und Mädchen von 6 bis 16 Jahren, ihre Eltern und alle Interessierten. Die Veranstaltung dauert von 11 bis 17 Uhr. Die Gäste erwartet ein vielfältiges Programm: Kinder und Jugendliche können an einem spannenden Abenteuer-Parcours im Wald teilnehmen, um die Wette auf Bäume klettern und eine rasante Fahrt mit einer Seilbahn erleben. Eltern können sich in der Zwischenzeit bei den Gruppenleitern über die Aktivitäten des Stammes Holzbein informieren und die Jugendarbeit der Pfadfinder kennen lernen

Es geht weiter!

(weiter Seite 2)

Text nur über 3/4 der Seitenbreite





Seitenangabe



Seite 2 von 2

„Pfadfinder lernen auf Lagern und Fahrten ins In- und Ausland die Welt von einer neuen Seite kennen“, sagt Gruppenleiter Wernersen. „Zu Hause, in den wöchentlichen Gruppenstunden, entdecken sie die spannenden Seiten des Alltags. Wichtigstes Ziel unserer Jugendarbeit ist es, den Jungen und Mädchen Selbstsicherheit und ein Gefühl für die Gemeinschaft zu vermitteln.“



Die Pfadfindergruppe („Stamm“) Holzbein besteht seit 75 Jahren. Sie ist Mitglied des Weltverbandes der Pfadfinder, mit mehr als 30 Millionen Mitgliedern die größte Jugendbewegung der Welt. Der Stamm Holzbein hat 4 Jugendgruppen im Alter von 7 bis 18 Jahren, die sich wöchentlich im Pfadfinderheim am Prielweg 13 treffen. Zu den letzten Aktionen des Stammes Holzbein gehörten Auslandsfahrten nach Schweden und Finnland und ein Fußball-Freundschaftsspiel mit der türkischen Jugendgruppe Türkspor.

(1.854 Zeichen)

Länge des Textes
(nett, kein Muss)

Für weitere Informationen, Fotos und Interviews wenden Sie sich bitte an:

Werner Wernersen (Stammesführung Stamm Holzbein)
Werftstr. 23, 89078 Kiel
Telefon 0489/ 123 45 679
Mobil 0171/ 123 45 67
werner.wernersen@gmx.de

Kontaktinformation

Der Stamm Holzbein im Internet: www.stamm-holzbein.de
Der Bund der Pfadfinderinnen und Pfadfinder im Internet: www.pfadfinden.de

Journalisten lieben
das Internet



Werbebriefe

Für die meisten Kinder und Jugendlichen ist es etwas besonderes, Post zu bekommen, und sie lesen sie deshalb sehr sorgfältig. Wenn ihr genügend Adressen von Kindern oder Jugendlichen in dem Alter habt, in dem ihr sie sucht, dann schreibt doch einen Werbebrief. An solche Adressen könnt ihr durch Gruppenmitglieder, durch Nachbarn und Bekannte kommen. Manches mal kann man auch den Pfarrer oder den Lehrer bitten, mögliche, interessierte Kinder zu benennen. Bewahrt auch die Anschriften von ausgeschiedenen Mitgliedern auf, auch wenn sie schon mehrere Jahre nicht mehr im Stamm sind. Vor drei Jahren aus irgendwelchen Gründen ausgetretene Wölflinge haben ja jetzt vielleicht Lust, in der neu zu gründenden Pfadfinderstufe mitzumachen. Oder die jüngeren Geschwister von Ehemaligen wären jetzt an der Gruppe interessiert.

In dem Brief spricht ihr den Adressaten persönlich an: (Liebe... oder Lieber....!) und ladet ihn erst einmal zu einer Aktion, dem ersten besonderen Werbetreffen, ein, damit er sich nicht überrumpelt fühlt. Gleichzeitig könnt ihr evtl. den Eltern einen Informationsbrief schreiben, um die Wirkung zu erhöhen (in getrennten Briefen natürlich). Mit Sicherheit ist eure Gruppe dann Gesprächsthema in der Familie. Spart bei solchen Werbebriefen nicht an der falschen Stelle: werft sie nicht persönlich in den Kasten, sondern schickt sie wirklich den klassischen Postweg.

Werbung in der Schule

Um in der Schule für die Gruppe werben zu dürfen, muss man erst die Erlaubnis des Schulleiters haben. Wenn man diese hat und in eine oder mehrere Klassen möchte, müssen auch die Lehrer zustimmen. Man kann in den Klassen von der Arbeit erzählen und dies mit Bildern oder Dias unterstreichen. Vielleicht reicht ja auch die Zeit für einige Spiele und Lieder. Vielleicht lassen sich ja die Lehrer leichter überreden, wenn man (in der Grundschule) im Sachkundeunterricht anknüpft und etwas zur Naturbeobachtung anbietet.

Wenn die Lehrer nicht gerne etwas von ihrer Unterrichtszeit abgeben wollen, kann man auch die große Pause nutzen, eine kurze Veranstaltung auf dem Schulhof oder in der Pausenhalle durchführen. Sie findet sicher die Aufmerksamkeit der Schüler, die immer dahin gehen wollen, wo etwas los ist. Man kann sich zur Werbung in der Schule sicher vieles denken, wir schlagen vor:

- In der Pausenhalle den BdP-Imagefilm „Pfadfinderlohn“ zeigen.
- Plakate und Fotos aufhängen.
- Mit den Kindern toben, spielen.
- Einen kurzen Postenlauf oder ein Suchspiel auf dem Schulhof durchführen.

Eine solche Veranstaltung hat den Vorteil, dass ihr auf einmal viele Kinder erreichen könnt, die euch gleich persönlich ein bisschen kennen lernen. Die Masse bringt natürlich auch technische Probleme mit sich: ihr braucht evtl. eine Bühne um gesehen zu werden, eine laute Stimme oder ein Megaphon/Mikrofon. Eine solche Aktion ist auch sicher nichts für einen einzelnen jungen Gruppenführer, der den ersten Versuch startet, eine Gruppe zu gründen. Diese Werbung muss gut geplant sein.



In manchen Orten ist es möglich, sich an einer Projektwoche in der Schule zu beteiligen. Stämme im Bund haben so einen Weg schon genutzt, um die bestehenden Gruppen zu stärken. Das Projekt war „Freizeitgestaltung“, beim anderen Mal stand das Thema unter dem Motto „Leben mit der Natur“.

Werbung an Treffpunkten von Kindern und Jugendlichen

Bei fast allen Werbemethoden besteht das Problem, die Hemmschwelle, wirklich zu unserem Treffen zu kommen, zu überwinden. Wir laden zwar möglichst motivierend ein, aber letzten Endes muss sich der einzelne von zu Hause aus aufraffen, zu kommen. Wenn wir auf andere zugehen, anstatt darauf zu warten, dass sie zu uns kommen, haben wir größere Chancen, neue Kinder und Jugendliche zu erreichen.

Führt doch einmal eine Gruppenstunde, die besonders Spaß macht und eine Vorstellung von eurer Arbeit vermittelt, an einem Ort durch, an dem sich Kinder treffen, zum Beispiel auf einem Spielplatz, am Nachmittag auf dem Schulhof oder wo sonst sich die Kinder treffen. Die anwesenden Kinder können mitmachen oder, wenn sie etwas schüchtern sind, auch erst einmal einfach zusehen. Ihr müsst also vorher herausfinden, wo ein beliebter Treffpunkt ist, und möglichst ein bisschen Werbung bei den Kindern der Umgebung machen, dass an eurem Termin „etwas los“ ist.

Inhaltlich macht ihr am besten solche Angebote, bei denen auch zwischendurch immer Neue einsteigen können. Ein Geländespiel, bei dem ihr nur am Anfang und am Ende auf dem Platz seid, ist daher nicht so gut geeignet.

Zum Schluss könnt ihr alle Kinder zum Stockbrot backen über einem Feuer in der kommenden Woche einladen, das zieht eigentlich immer recht gut.

Solche Nachmittage auf Spielplätzen oder anderen Treffpunkten können auch zwei-, dreimal hintereinander durchgeführt werden, vor allem, wenn beim ersten Mal nicht so viele Kinder dabei waren. Bis zur nächsten und übernächsten Woche hat es sich herumgesprochen, wenn ihr euch dafür angekündigt habt. Und für viele Kinder fällt die Schwellenangst weg, wenn sie erst einmal nur unverbindlich zum Treffpunkt kommen und die Gruppe kennen lernen können. Auf jeden Fall dürft ihr am Ende des Nachmittags nicht vergessen, auf das nächste Treffen hinzuweisen und einzuladen, mitzumachen.

Unbedingt die Namen, Anschriften und Telefonnummern notieren, dann kann man noch einmal an das Treffen erinnern (siehe Werbebriefe).

Offenes Lager

Mit Hilfe eines benachbarten Stamm lässt sich ein „Offenes Lager“ veranstalten. Hier können die Kinder und Jugendliche sich einen Eindruck verschaffen, was Pfadfinder so machen. Gleichzeitig könnt ihr mit den Erwachsenen reden, die sich für die Arbeit interessieren oder die ihre Kinder zu den Gruppentreffen schicken werden. Bei einem Schaulager kann die Ausstellung, die (möglicherweise) ein Landesverband hat, aber auch der Imagefilm des BdP gezeigt werden.





Ferienspiele

In vielen Orten gibt es in den Sommerferien über die Jugendpflege Angebote für Kinder. Auch Vereine können Programmangebote machen, in der Regel werden entstehende Materialkosten auch erstattet. Sprecht eure Jugendpfleger an, die sind dankbar für ein Angebot wie „Ein Nachmittag bei den Pfadfindern“ oder Unterstützung beim Sommerfest.

Mit solchen Aktionen könnt ihr eure Gruppe bekannt machen und mit einem attraktiven Programm auch neue Mitglieder gewinnen. Beachtet, dass meist bis März eure Teilnahme bei der Jugendpflege angemeldet sein muss, dass ihr genügend Betreuer habt und euer Programmangebot leicht der nicht völlig vorhersehbaren Teilnehmerzahl angepasst werden kann.

Internet und E-Mail

Gute Werbemöglichkeiten bieten auch die neuen elektronischen Medien. Wenn euer Stamm eine eigene Homepage hat, können sich Außenstehende über eure Arbeit informieren, ohne, dass ihr noch viel nachhelfen müsst. Immer häufiger nutzen auch Eltern das Internet, um eine sinnvolle Freizeitbeschäftigung für ihre Kinder zu suchen. Die Kontaktaufnahme per E-Mail ist einfach und bequem – daher sollet ihr diese Möglichkeit nicht ungenutzt lassen. Im Internet könnt ihr euch auch schnell mal auf den Homepages anderer Stämme inspirieren lassen.

Checkliste verschiedene Arten der Werbung	kommt für uns in Frage
Pressemitteilungen in der Stadtteilzeitung	
Pressemitteilung in der Tageszeitung (Jugendseiten)	
Bericht in den wöchentlichen Werbeblättchen	
Zusammenarbeit mit der regionalen Radiostation	
Plakate in Geschäften	
Plakate in Sportstätten	
Plakate in Schulen	
Handzettel vor Schulen	
Werbung in den Klassen	
Aushang im Schaukasten für Vereine	
Werbung auf der eigenen Homepage	
Beteiligung bei Veranstaltungen anderer Träger und Institutionen, z. B. Schulfest Gemeindefest Stadtjugendringaktion Ferienspiele Pfadfindertag	
Offenes Lager	
Gezielte Einladung von Kindern zu einer Aktion (z. B. zum Abenteuer-Parcours im Stadtwald)	



Die Planung einer Werbeaktion

Mitgliederwerbung erfordert eine gründliche Planung, wenn sie wirklich erfolgreich sein soll. Bei der Planung und Durchführung werden viele helfende Hände benötigt. Sichert euch deshalb die Unterstützung eines anderen Stammes oder des Landesverbandes.

Das folgende Zeit-Medien-Raster kann bei der Planung helfen. In dem entsprechenden Kästchen werden die Namen der Verantwortlichen eingetragen.



Was ist zu tun?	Wann?	Wer macht es?
Idee festlegen		
Ab jetzt regelmäßige Vorbereitungstreffen	wöchentlich	
LV und Nachbarstamm um Hilfe bitten	6 Wochen vorher	
Ist der Platz reserviert? Ortsbesichtigung		
Habt ihr die Genehmigung eingeholt, an dem gewünschten Ort eine Aktion durchzuführen?		
Programmplanung Ablaufplan mit Zeitplan Bei Draußen-Aktionen Alternativen für schlechtes Wetter bedenken	5 Wochen vorher	
Welches Material wird benötigt? Welche Kosten entstehen? Wie finanziert ihr die Aktion?		
BdP-Werbematerial anfordern	4 Wochen vorher	
Plakate aufhängen	2 Wochen vorher	
Werbebriefe versenden		
Sind Lehrer bzw. Fürsprecher eingeladen?		
Zeitung informieren		
Material besorgen	Ab 2 Wochen vorher	
Veranstaltungsort u. Material vorbereiten Ist der Auf- und Abbau organisiert? Sind dafür genügend Helfer/-innen eingeteilt? Ist ausreichend für Getränke und evtl. Verpflegung gesorgt?	Vortag oder mehrere Stunden vor Beginn	
Aufgabenverteilung checken Wer spricht die Presse + Besucher an?	Vor Ort	
Durchführung der Werbeaktion	Hier sind alle Aktiven dabei	