



Lions Clubs International

# LEITFADEN FÜR MARKETING COMMUNICATIONS





## Lions-Leitfaden für Marketing Communications

# Inhalt

Was ist PR?	2
Was sind die Verantwortungsbereiche des Beauftragten für Marketing Communications?	3
Wie erkenne ich, was Nachrichtenwert hat?	3
Wie kontaktiere ich die Medien?	4
Wie teile ich der Öffentlichkeit Lions-Nachrichten mit?	4
Welche weiteren PR-Ideen gibt es noch?	8
Welche Ressourcen werden vom internationalen Hauptsitz bereitgestellt?	8



## Was ist PR?

Public Relations (PR) umfasst alle Formen der – Kommunikation, von der Verfassung von Pressemitteilungen und der Verteilung von Werbeschriften bis zu Gesprächen mit Freunden, Familie und Mitarbeitern. Ebenso wichtig ist das Tragen einer Lions-Anstecknadel oder das Marschieren in einer Parade.

Gute Öffentlichkeitsarbeit – Bekanntgabe in der Öffentlichkeit, dass Ihr Club eine Parkanlage baut, Augenuntersuchungen oder Baumpflanzprojekte durchführt usw. – fördert die Unterstützung der Gemeinde.

PR kann sogar die Bemühungen Ihres Clubs, neue Mitglieder zu gewinnen, anregen. Die Menschen möchten einer erfolgreichen und verlässlichen Organisation angehören. Durch aktive Werbung für Ihren Club und seine Programme wird der Gemeinde ein positives Image vermittelt und Interesse an einem Clubbeitritt geweckt.

# Was sind die Verantwortungsbereiche des Beauftragten für Marketing Communications?

Obwohl sich jeder Lion für PR einsetzen sollte, ist der Beauftragte für Marketing Communications dafür zuständig:

- Weitergabe von Clubinformationen an die Gemeinschaft und an die Medien
- Weitergabe von Informationen über PR-Bemühungen und -Ergebnisse an den Club
- den internationalen Hauptsitz anhand der [Erfolgsberichte übermitteln](#) (Beitrag einreichen)-Funktion auf der LCI-Webseite über außergewöhnliche Lions-Programme und -Aktivitäten zu informieren.

Erste Schritte:

- Ziele setzen – Schaffen Sie sich einen Überblick über die bisherigen Aktivitäten Ihres Clubs. Beurteilen Sie Erfolge und Misserfolge.
- Das PR-Budget für das Jahr festlegen – Selbst mit einem niedrigen Budget lassen sich erfolgreiche PR-Programme durchführen. Planen Sie sowohl laufende PR-Kosten als auch Kosten für Sonderveranstaltungen ein.
- Vorausplanen – Gute Planung und fristgerechte Umsetzung sind unerlässlich für Ihre PR-Arbeit.
- Einen Zeitrahmen festlegen – Bestimmen Sie, wann und wie Sie für Ihren Club werben wollen und wann Werbung für die Sonderveranstaltungen Ihres Clubs beginnen soll. Seien Sie jedoch flexibel – im Laufe des Jahres kann es immer wieder Projekte geben, für die PR gemacht werden muss.
- Ressourcen nutzen – Auf der [Website](#) von LCI finden Sie hilfreiche Ressourcen für die Durchführung Ihres PR-Programms.
- Ihren Plan besprechen – Treffen Sie sich mit Ihrem Clubpräsidenten und den Beauftragten und besprechen Sie die verschiedenen Veranstaltungen und Projekte.
- Hartnäckig sein – Ihr Club wird nicht über Nacht bekannt werden, aber mit der Zeit wird Ihre PR-Arbeit Erfolge zeigen.
- Notizen machen – Halten Sie schriftlich fest, wann und wem Sie Pressemitteilungen geschickt haben und wer sie für PR eingesetzt hat. Behalten Sie über Ihren Club veröffentlichte Artikel. Vermerken Sie sich beim Ausschneiden des Artikels den Namen der Publikation und das Datum der Veröffentlichung. Nehmen Sie Interviews oder andere Sendungen, die im Radio oder Fernsehen über Ihren Club erscheinen, auf, damit sich die

Clubmitglieder diese ansehen können.

- Ihren Club informieren – Erstaten Sie bei den Clubtreffen regelmäßig Bericht über Ihre PR-Bemühungen und -resultate. Verfassen Sie Artikel über PR-Aktivitäten und deren Resultate für den Club-Newsletter. Erläutern Sie, wie Ihr Club von guter PR-Arbeit profitieren kann.

## Wie erkenne ich, was Nachrichtenwert hat?

Nachrichten informieren über Aktivitäten oder Ereignisse, die für die Allgemeinheit von Interesse sind oder diese einbeziehen, z. B. die Einweihung eines neuen Lions-Parks. Einige Projekte sind eventuell von Interesse, haben jedoch keinen „Nachrichtenwert“. Um festzustellen, ob etwas berichtenswert ist, stellen Sie sich immer die Frage: „Würde dies ein Nicht-Lion interessant oder nützlich finden?“ Öffentliche Hilfsdienste gewähren informativen Einblick in bestimmte Themenkomplexe, mit denen der Öffentlichkeit geholfen wird. Sie beschreiben beispielsweise die Frühanzeichen von Diabetes oder rufen zu ehrenamtlicher Arbeit auf.

Sie entscheiden, welche Aktivitäten einzigartig sind und für die Medien von Interesse sein könnten. Ein Projekt hat Nachrichtenwert, wenn die damit verbundenen Veranstaltungen oder Aktivitäten:

- das öffentliche Leben bereichern (Parks, Schulprogramme).
- die gesamte Öffentlichkeit oder bestimmte Gruppen einbeziehen (Spendenaktionen, Brillensammlungen).
- einen gesellschaftlichen Nutzen haben (Seh-/Gesundheitstests, Aufklärung zu Drogenmissbrauch).

Lesen Sie die Lokalzeitungen, sehen Sie sich Nachrichtenprogramme im Fernsehen an und hören Sie Radio, um ein Gefühl dafür zu bekommen, welche Aktivitäten von den Medien aufgegriffen werden.

Um das PR-Potenzial von Lions-Projekten bewerten zu können, bringen Sie sich frühzeitig in die Projektplanung ein. Es folgen Beispiele für Clubaktivitäten mit möglichem Nachrichtenwert:

- Hilfsprojekte für Gruppen der Gesellschaft wie z.B. Menschen mit Behinderungen, Menschen mit Sehbehinderung oder ältere Menschen.
- Programme für Jugendliche/Lions International-Friedensplakatwettbewerb/Stipendien.

- Spezielle Spendenaktionen/Club-Geburtstage und Großspenden.
- Zuschüsse/Katastrophenhilfe durch Lions Clubs International Foundation (LCIF).
- Clubwahlen/Auszeichnung ehrenamtlicher Helfer/ Melvin Jones-Auszeichnung.
- Projekte an besonderen Feiertagen

Auf der LCI-Webseite finden Sie einen Aktivitätenleitfaden, der Ideen zur Planung und PR-Tipps für verschiedene Programme enthält.

## Wie kontaktiere ich die Medien?

Erstellen Sie eine Medienliste, in der Sie Namen, Postanschrift, E-Mail-Adressen sowie Telefonnummern von Zeitungen sowie Radio- und TV-Sendern in Ihrer Region erfassen. Rufen Sie bei sämtlichen Medien an, um herauszufinden, an welche Redakteure oder Reporter Sie Informationen über Lions-Aktivitäten senden sollen.

Überprüfen Sie die Schreibweise der Namen und erkundigen Sie sich nach Abgabeterminen. Fragen Sie auch nach, wie die Informationen eingereicht werden sollen: z.B. via E-Mail, Post oder Fax.

In der Regel senden Sie die Informationen an:

- Ressort für Allgemeines bei kleineren Tages- oder Wochenzeitungen
- Redaktion für Lokales und Ereignisse bei großen Tageszeitungen
- Nachrichten- und/oder Werbechef bei Radio- und TV-Stationen

Nicht alle Lions-Neuigkeiten werden veröffentlicht bzw. im Rundfunk oder Fernsehen gebracht. Die Redakteure der Lokalzeitungen und der Leiter des Nachrichtendienstes bei Radio- und Fernsehstationen entscheiden, welche Storys täglich gedruckt oder im Rundfunk oder Fernsehen gebracht werden sollen. Seien Sie hartnäckig. Suchen Sie weiterhin nach guten Storys und Möglichkeiten, wie Sie Lions-Neuigkeiten mehr Nachrichtenwert verleihen können.

## Wie teile ich der Öffentlichkeit Lions-Nachrichten mit?

Nutzen Sie zur Weitergabe Ihrer Botschaft an die Medien und die Gemeinschaft einen Mix aus den folgenden PR-Hilfsmitteln und -Ressourcen.

### Pressemitteilung

Eine Pressemitteilung gibt in den ersten beiden Absätzen Antworten auf die sechs W-Fragen: Wer? Was? Wann? Wo? Warum? und Wie? Nachfolgende Absätze sollten weitere Informationen mit von oben nach unten abnehmender Wichtigkeit enthalten. Einfach formulierte Pressemitteilungen, die viele Fakten enthalten, werden am ehesten veröffentlicht. So erhöhen Sie die Chancen, dass Ihre Pressemitteilung verwendet wird:



- Es handelt sich um ein berichtenswertes Ereignis.
- Die Sätze und Absätze sind kurz und behandeln jeweils nur einen Aspekt.
- Reichern Sie wichtige Informationen mit Zitaten an. Geben Sie auf alle Fälle Namen und Titel der zitierten Person an.
- Vermerken Sie oben auf der Seite den Namen, die E-Mail-Adresse und die Telefonnummer eines Ansprechpartners, unter der dieser tagsüber zu erreichen ist.
- Verfassen Sie Ihre Pressemitteilungen in einem gängigen Format. Auf der Seite "[Vorlagen für Pressemitteilungen](#)" können Sie vorformatierte Vorlagen für Pressemitteilungen aufrufen.
- Geben Sie Ihre Pressemitteilungen mindestens zwei Wochen vor dem Ereignis an die Redakteure, Berichterstatter und Nachrichtenredakteure von Ihrer Medienliste heraus, die dem jeweiligen Berichtstyp entsprechen.
- Wenn es sich um einen Top-Bericht handelt, setzen Sie sich eine Woche vor dem Ereignis noch einmal mit jeder Medieneinrichtung in Verbindung. Bieten Sie an, Fragen zu beantworten, und erwähnen Sie Gelegenheiten für Fotoaufnahmen. Zeigen Sie sich positiv und enthusiastisch bei Ihren Erklärungen, warum Leser/Zuhörer an Ihrer Story Interesse haben würden.

Rufen Sie bei den lokalen Medien an, um einem Reporter oder Redakteur eine Reportage vorzuschlagen, wenn eine Pressemitteilung eventuell nicht ausreicht, um ein Projekt ausreichend zu beschreiben. Wecken Sie bei dem Reporter z. B. Interesse an einer Reportage über die Wichtigkeit ehrenamtlicher Arbeit in Ihrer Gemeinde, anstatt über eine bestimmte Veranstaltung oder Aktivität zu berichten.

## Interviews und Rhetorik

Ein Clubsprecher sollte in der Lage sein, präzise Informationen selbstbewusst und mit Begeisterung vorzutragen. Es folgen einige Tipps für erfolgreiche Interviews:

- Kennen Sie Ihre Fakten – Bereiten Sie Informationen vor, die über das Wer, Was, Wann, Wo und Wie in den Medienunterlagen hinausgehen.
- Bereiten Sie Kernbotschaften vor – Antworten Sie dem Interviewer nicht nur mit „Ja“ oder „Nein“, sondern nutzen Sie seine Fragen, um zu wichtigen Aussagen überzuleiten. Üben Sie bereits vor dem Interview das Beantworten wahrscheinlicher Fragen. Lesen Sie auf der [Webseite](#) die Schlüsselbotschaften der Vereinigung nach und passen Sie Ihre Clubbotschaften entsprechend an.

- Erwähnen Sie Ihre Hauptpunkte –in ein paar kurzen, klaren Sätzen zu Anfang des Interviews. Falls Sie die Antwort auf eine Frage nicht wissen, bieten Sie an, die Antwort herauszufinden und unverzüglich nachzureichen.
- Erwähnen Sie den Namen Ihres Clubs oft – Vermeiden Sie es, nur „ich“ oder „wir“ zu sagen.
- Achten Sie auf Ihre Worte –Geben Sie keine vertraulichen Kommentare ab.
- Kleiden Sie sich angemessen–Tragen Sie stets Ihre Lions-Anstecknadel. Im Fernsehen sind Nadelstreifenanzüge, weiße Hemden, grelle Farben und zu viel Schmuck oft fehl am Platz.
- Lächeln Sie. Seien Sie gesprächig– Lassen Sie den Reporter spüren, dass Sie gerne Lion sind.

## Nachbereitung der Veranstaltung in den Medien

Tragen Sie die Ergebnisse Ihrer Programme und Spendenaktionen mit folgenden Mitteln an die Öffentlichkeit:

- Pressemitteilungen– Verfassen Sie eine kurze, einseitige Pressemitteilung mit den wichtigsten Ergebnissen des Projekts. Fügen Sie Bilder ein.
- Brief an den Redakteur– Senden Sie ein Dankeschreiben an die Gemeinde.
- Anzeigenwerbung –Geben Sie eventuell eine kleine Danksagungsannonce auf, in welcher Sie der Gemeinde für ihre Unterstützung danken. Als gemeinnützige Organisation erhalten Sie eventuell Rabatte. Manchmal wird sogar Anzeigenraum gratis zur Verfügung gestellt.

## Werbespots

Bei den Werbespots handelt es sich um kurze (10, 15 oder 30 Sekunden lange) Botschaften, die aufgrund ihrer Gemeinnützigkeit von TV- oder Radiosendern kostenlos ausgestrahlt werden. Sie müssen der Gemeinde, nicht nur Ihrem Club nützen.

Lions Clubs International verfügt über eine Vielzahl von Werbespots zu verschiedenen Themen, die den Clubs kostenlos zur Verfügung gestellt werden, darunter Werbespots in Sendequalität im MPEG-Format, die von TV-Stationen heruntergeladen werden können. Eine komplette Liste der [Werbespots finden Sie auf der LCI-Webseite](#).

Da zur Übermittlung eines Werbespots höchstens 10 bis 30 Sekunden zur Verfügung stehen, ist eine kurze und prägnante Formulierung Ihrer Nachricht unerlässlich. Als Themen eignen sich Mitteilungen über Blindheitsverhütung, Jugenddienste, Fundraising-Anlässe,

die der Gemeinde nützen, sowie von Ihrem Club finanzierte öffentliche Veranstaltungen. Werbespots müssen:

- die Aufmerksamkeit der Hörer gewinnen.
- aufzeigen, welchen Nutzen der Hörer von dem hat, was Sie vorschlagen.
- dem Hörer sagen, wohin er gehen soll, was er tun soll, wann er es tun soll und unter welcher Telefonnummer er genauere Informationen erhält.

Als allgemeine Richtlinie gilt: Ein 10 Sekunden langer Werbespot hat ca. 20 Wörter und ein 30 Sekunden langer Werbespot ca. 65.

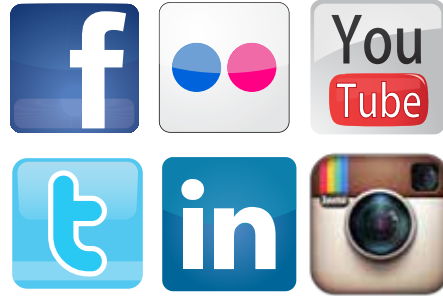
Kontaktieren Sie den Leiter der Nachrichten- und/oder öffentlichen Rundfunkdienste bei lokalen Fernseh- oder Radiostationen, um zu erfahren, welche Anforderungen in Bezug auf den Zeitplan und das Format bestehen und ob sie Ihnen bei der Produktion helfen können. Radio- und Fernsehstationen bieten gemeinnützigen Organisationen oftmals Preisermäßigungen für die Produktion an.

### Öffentlich-rechtliches Fernsehen

Öffentlich-rechtliche Sender strahlen Werbespots aus, zeigen Videos von Clubaktivitäten, posten Clubaktivitäten in Nachrichtenforen und laden Clubmitglieder zu Talkshows ein. Kontaktieren Sie den Leiter des öffentlichen Nachrichtendienstes bei einem Lokalsender bezüglich der Möglichkeiten des Programms.

### Videoprogramme

Zeigen Sie bei öffentlichen Ereignissen sowie bei Treffen mit anderen Gruppen Werbespots oder Videos, z. B. das Videomagazin Lions Quarterly (LQ). Schauen Sie sich unsere Videos auf der LCI-Website an, um mehr über die von uns geleistete [LCI-Website](#) Gemeindehilfe zu erfahren. Darüber hinaus können Sie Videos auch auf [YouTube](#) anschauen oder [LQ](#) über iTunes herunterladen.



### Webseiten und Soziale Medien

Websites und soziale Netzwerke sind hervorragende Mittel, um die Öffentlichkeit über Ihren Club zu informieren. Bei e-Clubhouse können Sie mithilfe einfacher Vorlagen und kostenloser LionNET-Hostings eine Club-Webseite erstellen. Eine einmal erstellte Website (e-Clubhouse) muss ständig aktualisiert werden, und zu ihr führende Links sollten in das Werbematerial aufgenommen werden. Soziale Netzwerke wie Facebook, LinkedIn und Twitter eignen sich optimal zur Werbung für Lions Clubs. Nehmen Sie Kontaktinformationen, Fotos von jüngsten Projekten, eine Zweckerklärung und einen Veranstaltungskalender in die Website auf. Besuchen Sie die Webseite [Lions im Internet](#), um die Links zu sozialen Medien auf Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, Flickr and LinkedIn zu benutzen.

### Print-Werbematerialien

Achten Sie bei der Kommunikation Ihres Ereignisses über Print-Materialien auf Folgendes:

- Antwort: wer, was, wo, wann und warum beantworten.
- Kurze prägnante Formulierungen verwenden und nur notwendige Informationen enthalten
- Die Materialien müssen ansprechend gestaltet sein und per Laserdrucker oder professionell gedruckt worden sein.
- Eine deutliche, leicht lesbare Schriftart verwenden.
- den Namen Ihres Clubs, Kontaktinformationen und das Lions-Logo enthalten.

Sie können eventuell als gemeinnützige Organisation mit Druckereien oder Kopiergeschäften einen Sonderrabatt für Ihre Flyer und Plakate aushandeln.

Lassen Sie die Clubmitglieder Flyer und Plakate in Ihrer Gegend verteilen– an schwarzen Brettern, in Büchereien, Schaufenstern, an Bushaltestellen, Bahnhöfen usw. anbringen. Bitten Sie ortsansässige Geschäfte und Regierungsämter diese für Ihre Kunden auszulegen.





## Fotos

Mitteilungsblätter und Werbematerialien Ihres Clubs können durch Fotos aufgewertet werden. Pressemitteilungen sollten immer gemeinsam mit Fotos an eine Zeitungsredaktion gesendet werden. Zeigen Sie Fotos von Clubaktivitäten und Menschen, denen Sie bei Veranstaltungen in der Gemeinde geholfen haben. Tipps für das Fotografieren:

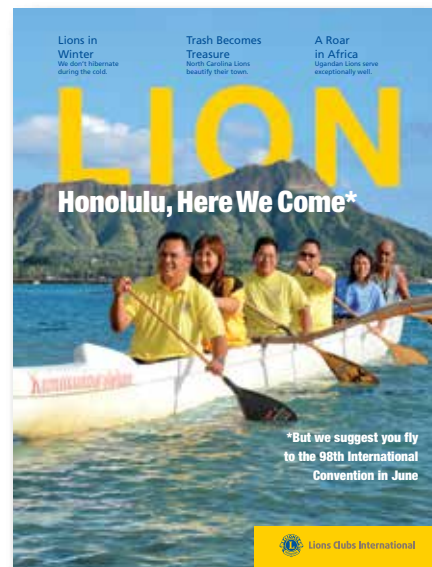
- Verwenden Sie nach Möglichkeit eine Digitalkamera. Digitalfotos können einfacher versandt, gespeichert und archiviert werden. Reichen Sie Digitalfotos als Dateianhang ein. Fügen Sie Fotos nicht per Ausschneiden und Einfügen in eine E-Mail ein.
- Verwenden Sie nur scharfe Fotos.
- Momentaufnahmen sind oft besser als gestellte Fotos. Gruppenfotos und gestellte Aufnahmen haben für Club-Mitteilungsblätter zwar durchaus ihre Berechtigung, doch sind sie weit weniger interessant als Schnappschüsse. Für viele Veröffentlichungen werden gestellte Fotos abgelehnt.
- Wenn es zu gestellten Fotos keine Alternative gibt, sollten diese möglichst natürlich wirken. Das lässt sich z. B. erreichen, indem die fotografierte Person irgendetwas tut. Setzen Sie den Rand so, dass keine Personen abgeschnitten sind.
- Gehen Sie so nahe wie möglich an das Geschehen heran.
- Limitieren Sie die Anzahl der fotografierten Leute und zeigen Sie nicht zu viel Hintergrund.
- Machen Sie viele Aufnahmen, aus denen Sie anschließend die besten auswählen.
- Erkundigen Sie sich bei Ihrer lokalen Zeitungsredaktion, ob elektronische Fotos akzeptiert werden.
- Reichen Sie Ihre Fotos mit dem Formular ["Foto einreichen"](#) auf der LCI-Webseite des internationalen Hauptsitzes ein.

## LION-Magazin

Verschaffen Sie Ihrem Club durch das Einreichen von Artikeln und Fotos beim LION-Magazin landesweite Anerkennung für seine Hilfsprojekte. Nicht alle eingereichten Artikel und Fotos können veröffentlicht werden, aber so verbessern Sie Ihre Chancen:

- detaillierte Informationen zum – wer, wie, wann, wo, warum und wie–über ein abgeschlossenes Clubprojekt oder eine Fundraising-Aktivität einreichen.
- Senden Sie keine Bilder ein, die für die Verwendung im Internet formatiert sind. Bilder für Webseiten sind zu klein und haben nicht genügend Auflösung für die Verwendung im LION-Magazin.
- Fügen Sie aussagekräftige Moment- oder Aktionsaufnahmen von Lions ein, die am Projekt teilgenommen haben. Geben Sie die Namen aller abgebildeten Personen an.
- Senden Sie keine typischen Fotos des Händeschüttelns bei einer Schecküberreichung usw. ein.
- Vermerken Sie Name, Anschrift, Telefonnummer und/oder E-Mail-Adresse eines Ansprechpartners, der mit dem Projekt vertraut ist.
- Das verbesserte [Digitale LION-Magazin](#) enthält Videos, archivierte Berichte, ergänzende Materialien und Weblinks.
- Die LION Magazin App erlaubt es Ihnen, das LION Magazin auf Ihrem Android oder iPad Tablet zu lesen.

Schicken Sie Ihre Beiträge und Fotos unter Beachtung der o.g. Richtlinien an: LION Magazine, 300 W 22nd Street, Oak Brook, IL 60523 USA oder senden Sie eine [E-Mail](#). Beachten Sie, dass die ausgewählten Artikel oft erst nach einem Jahr erscheinen.



## Welche weiteren PR-Ideen gibt es noch?

Sie können der Gemeinde Ihren Lions Club und seine Aktivitäten auf verschiedene Weisen bekannt machen. Falls Ihr Club einen Gemeindeganlass sponsert:

- Bitten Sie darum, dass Informationen dazu auf der Website bzw. im Message Board Ihrer Gemeinde veröffentlicht werden.
- Verteilen Sie Flyer oder Prospekte mit Informationen zu Ihrem Club und zu Clubaktivitäten. Falls mit der Veranstaltung Geld aufgebracht werden soll, verteilen Sie Informationen darüber, wofür es eingesetzt werden soll.
- Präsentieren Sie auf sämtlichen Materialien und bei allen Aktivitäten und Ereignissen das Lions-Logo sowie den Namen Ihres Clubs.

Selbst wenn Ihr Club keine besondere Veranstaltung geplant hat, können Sie:

- Tragen Sie die Lions-Anstecknadel und Lions-Kleidung.
- Lassen Sie Ihren Club einschließlich Kontaktperson sowie Telefonnummer in die örtlichen Telefonbücher und Verzeichnisse eintragen. Halten Sie diese Informationen auf dem Laufenden.
- Informieren Sie in Willkommenspaketen für Neuzugezogene, die von örtlichen Behörden oder der Handelskammer ausgegeben werden, über Ihren Club.

- Laden Sie kommunale Vereinigungen dazu ein, bei Clubveranstaltungen über deren Aktivitäten zu informieren, und bieten Sie im Gegenzug an, Ihren Club bei Veranstaltungen dieser Vereinigungen vorzustellen.
- Hängen Sie in Bibliotheken oder Gemeindeeinrichtungen lokale Friedensplakate aus.
- Bitten Sie darum, in kommunalen Newslettern oder anderen offiziellen Informationen über Ihren Club zu informieren, umso mehr, wenn Sie an Gemeinde- oder Schulprojekten wie dem Friedensplakatwettbewerb, einem Sehtest- oder Diabetestestprogramm oder an der Einrichtung einer Freizeiteinrichtung usw. beteiligt sind.
- Bringen Sie außerhalb Ihrer Gemeinde ein Hinweisschild an. Halten Sie diese gut in Stand. Werbetafeln für Schnellstraßen und Autobahnen sind bei der Abteilung [Club Supplies](#).
- Spenden Sie Ihrer örtlichen Bibliothek ein Abonnement der LION-Zeitschrift. Informationen zur Bestellung erhalten Sie bei der Abteilung [Member Service Center](#) oder indem Sie unter der Telefonnummer +1 630-203-3830 anrufen.

## Welche Ressourcen werden vom internationalen Hauptsitz bereitgestellt?

Es sind verschiedene Unterlagen erhältlich, mit denen Sie das jährliche PR-Programm Ihres Clubs gestalten können. Sehen Sie sich den Abschnitt [„Ihre Aktivitäten vermitteln“](#) im Bereich „Ressourcen“ im Mitgliederzentrum der LCI-Website an.

**[Vorlagen für Pressemitteilungen:](#)** Sie können von der Lions-Website verschiedene Vorlagen für Pressemitteilungen mit auszufüllenden Leerfeldern herunterladen.

**[Wichtige Mitteilungen und Fragen:](#)** Wenn Sie mit den Medien und anderen Gemeindeganmitgliedern über Lions Clubs und LCI sprechen, ist es hilfreich zu wissen, welche Botschaften Sie vermitteln möchten.

Wichtige Mitteilungen dienen zur Vorbereitung auf Interviews und Aktivitäten, bei denen Medienvertreter erwartet werden. Sie sind auch bei Präsentationen bei Gruppen, Schulen und sonstigen Organisationen hilfreich. Darin enthalten sind wichtige Fragen und vorgeschlagene Antworten. Nutzen Sie diese Antworten gemeinsam mit Ihren Lions Mitgliedern in Gesprächen, und denken Sie stets daran, dass es auf eine positive Grundhaltung ankommt.



**Faktenblatt:** Diese Veröffentlichung enthalten aktuelle Informationen über die Vereinigung und ihre Geschichte und können in allen Sprachen von der LCI-Webseite heruntergeladen werden. Oder Sie können ein Exemplar bei der [Hauptabteilung Public Relations and Communications](#) bestellen.

**Geschichtsblatt:** Diese Veröffentlichung enthalten wichtige Daten für die Vereinigung und ihre Geschichte und können in allen Sprachen von der LCI-Webseite heruntergeladen werden. Oder Sie können ein Exemplar bei der [Hauptabteilung Public Relations and Communications](#) bestellen.

**Logos und Grafiken:** Die Logos von LCI und LCIF sowie die Programm-Logos sind in verschiedenen Formaten erhältlich (TIF, GIF, JPG, EPS, AI) und können von der LCI-Website heruntergeladen werden.

**Lions Videos:** Hier finden Sie alle verfügbaren Videos und Werbespots von LCI und LCIF. In diesem Abschnitt der LCI-Website können Sie Videos ansehen oder bestellen.

**Lions Quarterly-Videomagazin:** Das Lions Videomagazin erscheint viermal im Jahr (Januar, April, Juli und Oktober). Es enthält inspirierende Geschichten von Lions Clubs aus der ganzen Welt, die sich dafür engagieren einen Unterschied in ihren Gemeinschaften und den Leben anderer Menschen zu machen. Das Video dauert ca.

14 Minuten und ist eine ausgezeichnete Darbietung für Lions- und Nicht-Lions-Gruppen und eignet sich auch für Sendungen im Kabelfernsehen.

**Lions-Online-Ressourcenleitfaden:** Nutzen Sie die Ressourcen e-Clubhouse, Message Boards, Facebook, Twitter, Blogs und vieles mehr!

**Newswire:** Dieser monatlich online veröffentlichte Newsletter behandelt die letzten Nachrichten, Informationen und Programme vom Internationalen Hauptsitz und ist auf der LCI-Website erhältlich. Diese Informationen eignen sich für die Aufnahme in Club-, Distrikt- und Multidistrikt-Publikationen.



**Lions Internationaler Friedensplakatwettbewerb:** Beim Lions International-Friedensplakatwettbewerb handelt es sich um ein Programm, das den Friedensgedanken fördern, Jugendliche motivieren und eine breite Öffentlichkeit schaffen will. Mehr Informationen dazu finden Sie auf der LCI Website, wo Sie die Wettbewerbsregeln nachlesen und sich die Gewinner aus vergangenen Jahren ansehen können. Kaufen Sie das [Kit zum Friedensplakatwettbewerb](#) (PPK-1) online bei der Abteilung für Clubbedarf oder rufen Sie unter +1 (800) 710-7822 an.

**So gelangt Ihr Beitrag ins LION-Magazin:** Diese Publikation enthält Tipps zum Aufbereiten von Artikeln für die Zeitschrift LION und gibt Ratschläge für die Aufnahme medienwirksamer Bilder.

Weitere Informationen erhalten Sie per E-Mail bei der Abteilung Relations and Communications oder unter der Telefonnummer +1 (630) 468-6817.

Um einen Beitrag einzureichen, wenden Sie sich per [E-Mail](#) oder telefonisch unter +1 (630) 468-6909 an die Redaktion der LION-Zeitschrift.



## Lions Clubs International

PR-Programm  
Lions Clubs International  
300 W 22ND ST  
Oak Brook IL 60523-8842 USA  
[www.lionsclubs.org](http://www.lionsclubs.org)  
E-Mail: [pr@lionsclubs.org](mailto:pr@lionsclubs.org)  
Telefonnummer: +1 630 571-5466

PR-710 GE 11/17