

Die Auswahl der geeigneten Ansprache – mögliche Bewertungs- und Orientierungskriterien:



Rollenverteilung

statisch
wechselnd



Voraborganisation, Grundlagen

z.B. Datenbanken mit Adressen, Corporate Identity für die Erstellung von Homepage und Druckerzeugnissen



Art und Weise

- formell oder informell
- analog oder digital
- Gendern
- leichte oder einfache Sprache



Reichweite

Wie viele Menschen können durch die Methode der Ansprache potenziell erreicht werden?



Aufwand

Aufwand für Erstellung und Pflege



Nachhaltigkeit

Wie nachhaltig ist eine Ansprache? Erfolgt sie kurz und einmalig oder ist die Methode auf den dauerhaften Dialog oder Informationsfluss ausgerichtet?



Gatekeeper

Menschen, die Einfluss auf Entscheidungsprozesse zur Veröffentlichung von Ansprachemethoden oder zur Weitergabe von Informationen haben



Zugangsmöglichkeit

- bauliche Hürden
- Zugang zum Internet
- Verfügbarkeit notwendiger Software



Kosten

Kosten für Software, Kosten für Druckerzeugnisse, Porto, Werbekosten



Ziel

Akquise, Beratung, Information

Auszug aus Band 151 „Hauptamt stärkt Ehrenamt – Ansatzpunkte, Ideen und gute Beispiele“ der Veröffentlichungen des Vereins für Geschichte der Deutschen Landkreise e.V., Seite 55



DEUTSCHER
LANDKREISTAG

Ulrich-von-Hassell-Haus
Lennéstraße 11
10785 Berlin
Telefon: +49 (0)30 590097 309
info@landkreistag.de
www.landkreistag.de



Deutsche Stiftung
für Engagement
und Ehrenamt

Deutsche Stiftung
für Engagement und Ehrenamt
Woldegker Chaussee 35
17235 Neustrelitz
hallo@d-s-e-e.de
www.d-s-e-e.de