

# Public Relations



## Leitfaden für Zonta Clubs

Tipps und Taktiken zu PR und Kommunikation

Medien – Werbemittel – Planung



# PUBLIC RELATIONS TOOL KIT

## Leitfaden von Zonta International für Öffentlichkeitsarbeit in Ihrem Club

Die Anregungen auf den folgenden Seiten sind lediglich als Vorschläge gedacht, damit Ihr Zonta Club seine Öffentlichkeitsarbeit optimieren kann. Wählen Sie die Mittel oder Ideen, die für Ihren eigenen Club am besten geeignet sind.

### ZWECK EINES PUBLIC RELATIONS PROGRAMMS

Unsere Aufgaben und Ziele herüberbringen, beim Schlüsselpublikum erreichen:

**Aufmerksamkeit – Verständnis – Unterstützung – Kooperation**

**Unsere Aufgabe: Die Stellung der Frauen weltweit zu verbessern**

#### Unser Schlüsselpublikum – intern

Mitglieder – Club-, Distrikt- und internationale Vorsitzende – Angestellte

#### Extern

Potenzielle Mitglieder – Sponsoren und potenzielle Spender – führende Regierungsmitglieder und Meinungsbildner – Medien – potenzielle Redner – Projekt-Empfänger

### KOMMUNIKATIONS-MITTEL

<i>in diesem Leitfaden enthalten:</i>	Seite
◆ Club-Newsletter	4
◆ E-Mail optimal verwenden	5
◆ Club-Homepage	6
◆ Club-Prospekt	7
◆ Spezielle Anlässe	8
◆ Informationstafel des Clubs	9
◆ Beziehungen zu den Medien	
Zeitungen	10
Rundfunk	11
Audiovisuelle Präsentation	12
◆ Zonta-Rosentag	13
◆ Werbeartikel	14

### FÜR DIE INTERNE ORGANISATION

<i>Folgende Hilfsmittel sollen das PR-Komitee Ihres Clubs unterstützen</i>	Seite
◆ Planung und Termine	2
◆ Mitgliederverzeichnis	3
◆ Anerkennungen	15
◆ Archive	16

### ZONTA PR-HILFSMITTEL

können auch bei Zonta International bestellt werden. Siehe Seite 17.

Dies sind u.a.:

- ◆ Zonta International Prospekt
- ◆ Mini-Prospekt "Das ist Zonta"
- ◆ Pressemappen
- ◆ Videos und Dias

### BEISPIELE AUS ANDEREN CLUBS UND DISTRIKTEN

Auf der Zonta International Website [www.zonta.org](http://www.zonta.org), „Committee, Public Relations“ finden Sie Beispiele von PR-Mitteln aus anderen Clubs und Distrikten.

#### *Verfasser: 2002-2004 Zonta International Public Relations & Communications Committee*

Bridget Baker, Vorsitzende, USA  
Karin Gerber, Schweiz  
Judith Lord, Australien  
Brenda Tanjutco, Philippinen  
Bodil Ulate-Segura, Schweden  
Cathe Wood, Headquarters-Mitarbeiterin

# PLANUNG & TERMINE



- ◆ *Als gute Public Relations Komitee-Vorsitzende sollten Sie gut organisieren können, Ideen haben und die Aufgaben richtig durchziehen können.*
- ◆ *Sie sollten einen PC mit E-Mail-Anschluss haben und von elektronischer Kommunikation genügend verstehen.*
- ◆ *Sie sollten die Ideen gut schriftlich ausdrücken können.*

## AUFGABEN DES KOMITEES

Die Vorsitzende beruft eine Sitzung mit dem Komitee ein, legt die Ziele für das Jahr fest und weist Aufgaben zu.

Am Jahresbeginn anfallende Aufgaben:

- ◆ Club Newsletter oder Club-Zeitung
- ◆ Club Adressverzeichnis
- ◆ Club Webseite
- ◆ Eine Verbindungsperson aus dem Club für die Medien

## DIE JAHRESDATEN ERSTELLEN

- ◆ Prüfen Sie den letztjährigen Kalender.
- ◆ Kontaktieren Sie Ihre Präsidentin.
- ◆ Suchen Sie in den ZI & UN Webseiten.
- ◆ Kontaktieren Sie die Komitee-Vorsitzende.
- ◆ Notieren Sie die Meetings.
- ◆ Suchen Sie die speziellen Tage/Daten.
- ◆ Erstellen Sie eine Liste in chronologischer Reihenfolge.

## RÜCKWÄRTSPLANEN ZUR TERMIN-KONTROLLE

- ◆ Bestimmen Sie Daten auf Ihrem Kalender für die Public Relations-Mittel, die Sie während des Jahres erstellen wollen.
- ◆ Berücksichtigen Sie jedes Mittel separat, überlegen Sie, wie lange jede Produktionsphase dauern wird, setzen Sie Mini-Termine für jede Phase des Projektes, gehen sie rückwärts, bis Sie ein Anfangsdatum haben, an dem Sie mit dem Projekt beginnen müssen, damit es bereit ist, wenn Sie es brauchen. Das wird Rückwärtsplanung genannt.

- ◆ Ist ein Projekt sehr komplex, wie z.B. eine spezielle Veranstaltung, erstellen Sie eine Projekt-Datenliste mit sämtlichen Mini-Terminen.

## WEITERVERFOLGEN – DAMIT ES KLAPPT

- ◆ Verteilen Sie die Termin-Liste an die Komitee-Mitglieder.
- ◆ Übertragen Sie alle Termine in Ihre persönliche Agenda.
- ◆ Prüfen Sie einige Tage vor jedem Termin per Telefon oder E-Mail beim verantwortlichen Mitglied, ob die Aufgabe erfüllt ist.
- ◆ Vergewissern Sie sich, dass jedes Komitee-Mitglied die Mittel und Informationen hat, die es für seine Arbeit braucht.
- ◆ Machen sie sich auf unerwartete Probleme gefasst. Sie müssen möglicherweise bei einer Aufgabe helfen oder sie selbst zu Ende führen, falls es Komplikationen gibt. Dank Ihrer guten Planung und dem Delegieren der Aufgaben sollten Sie genügend Zeit haben, um Ihre Ziele für Ihren Club und für Zonta International zu erreichen.

## NEWSLETTERS ODER CLUB-ZEITUNG PLANEN

- ◆ Sind Ihre Daten festgelegt und die Redner und Rednerinnen für Ihre Programme bestimmt, werden Sie sehen, wann in Ihrem Newsletter Platz für Artikel über spezielle Themen reserviert werden muss.
- ◆ Für jeden Newsletter kann man eine Liste mit Themen und Terminen erstellen. Sie können auch festlegen, wer die Beiträge schreibt. Dies empfiehlt sich besonders auf Distriktebene oder bei vierteljährlichen Publikationen.

# VERZEICHNIS DER CLUB-MITGLIEDER



- ◆ Eine Broschüre oder eine elektronische Datei mit Kontaktangaben zu jedem Club-Mitglied.
- ◆ Um den Kontakt zwischen Mitgliedern, Club-Vorstand und Komitee-Vorsitzenden zu erleichtern.
- ◆ Jedes Mitglied erhält ein Verzeichnis.
- ◆ Wertvoll für neue Mitglieder.

## INHALT

Für jedes Mitglied können nachstehende Angaben eingefügt werden:

- ◆ Name, Adresse, Telefon, Fax, E-Mail – geschäftlich und/oder privat
- ◆ Klassifikation
- ◆ Geburtstag (Tag/Monat)
- ◆ Datum des Clubbeitritts

## Weitere mögliche Angaben:

- ◆ Club-Vorstand
- ◆ Komitee-Vorsitzende
- ◆ Datum der Club Charter, Clubnummer
- ◆ Area Director Kontaktangaben
- ◆ Distrikt Governor Kontaktangaben
- ◆ Wichtige Zonta-Daten
- ◆ Ehemalige Präsidentinnen
- ◆ Club Satzungen, Verfahrensregeln
- ◆ Zonta International Kontaktangaben
- ◆ Zonta International Aussage zur Mission
- ◆ Ziele von Zonta
- ◆ Zonta Code
- ◆ Club Geschichte

## PRODUKTION

- ◆ Erstellen Sie eine Datei mit einem Textverarbeitungssystem
- ◆ Wenn Sie das Verzeichnis auf Papier drucken oder kopieren, erwägen Sie das Format einer Viertelseite; das ist praktisch für die Handtasche.
- ◆ Ziehen Sie bleibende Vorder- und Rückseiten in Betracht, mit fixen Informationen wie z.B. der Name des Clubs, Zonta-Ziele, Zonta Code.

## VERTRIEB

- ◆ Für jedes Mitglied zu Beginn des Zonta-Jahres, so wie nötig nachführen.
- ◆ Per E-Mail versandte Kopien sparen Kosten.
- ◆ Sichern Sie die Datei und führen Sie die Angaben jedes Jahr nach.
- ◆ Senden Sie Ihrer Area Director eine Kopie.

# CLUB NEWSLETTER oder Club-Zeitung



- ◆ Monatliche Neuigkeiten mit Club-Informationen für die Mitglieder.
- ◆ Der Newsletter sollte professionell aussehen und so die Professionalität und Qualität unserer Mitglieder zeigen.

## ZWECK

- ◆ **Ankündigen** ... nächstes Treffen, Referenten, Pflichten der Mitglieder
- ◆ **Werben für** Anlässe: Club/Area/ Distrikt
- ◆ **Unterrichten** ... Zontians
- ◆ **Teilhaben** ... Neuigkeiten der Mitglieder
- ◆ **Bericht** ... *Vorstands-/Komitee-Sitzungen*

## INHALT

### Ständige Angaben

- ◆ Zonta Logo, Clubname, Area, Distrikt
- ◆ Club-Adresse
- ◆ Charter-Datum
- ◆ Amtsinhaberinnen im Club
- ◆ Area Director, Distrikt Governor, Zonta International Foundation, Distrikt Foundation Ambassadorin, Präsidentin von Zonta International

### Monatliche Angaben

- ◆ Angaben zum nächsten Treffen – Datum, Zeit, Ort, Kosten
- ◆ Kontaktperson für Entschuldigungen
- ◆ Pflichten der Mitglieder
- ◆ Angaben zu Board-Meetings: Datum, Zeit, Ort
- ◆ Termine / Kalender-Daten: Anlässe für den Club, Area, Distrikt
- ◆ Spezielle Tage von Zonta International und den Vereinten Nationen
- ◆ Bericht, Neuigkeiten der Club Präsidentin
- ◆ Bericht, Neuigkeiten des Club-Vorstands
- ◆ Mitglieder-Neuigkeiten, Erreichtes
- ◆ Club-Komitee Berichte
- ◆ Kurzbiografien der neuen Mitglieder
- ◆ Geburtstage der Mitglieder, Krankheit, Todesfälle
- ◆ Beiträge von Mitgliedern: Geschichten, Ideen, Diskussionspunkte, Anekdoten
- ◆ Aktuelles des Monats: Aspekte von Zonta International
- ◆ Fotos können eingefügt werden

## PRODUKTION

- ◆ Kurzer, prägnanter Text, rasch zu lesen
- ◆ Wenn Sie sich auf 4 Seiten beschränken, geht es leichter zum Kopieren
- ◆ Versand per E-Mail spart Kosten für Kopien und Porto
- ◆ Wenn Abbildungen enthalten sind, berücksichtigen Sie die Zeit zum Herunterladen bei der Empfängerin
- ◆ Prüfen Sie eine passende Form von Massen-Postversand, evtl. ohne Briefumschlag
- ◆ Setzen Sie Termine fest für Berichte, Beiträge, Versand

## Informationsquellen

- ◆ Mitglieder
- ◆ Präsidentin
- ◆ Distrikt Governor und Area Director andere Newsletters, Korrespondenz
- ◆ Distrikt Foundation Ambassadorin Zeitschrift *The Zontian*
- ◆ Das Zonta Club-Manual
- ◆ Internetseite von Zonta International

## VERTRIEB

- ◆ Für jedes Mitglied
- ◆ Nach Möglichkeit mindestens eine Woche vor dem Club-Treffen abgeben
- ◆ Senden Sie eine Kopie an: Distrikt Governor, Distrikt-Vorstand, Distrikt Komitee-Vorsitzende, andere Clubs in Ihrer Area, Club Website, lokale Politiker, Headquarters.
- ◆ Behalten Sie Kopien für das Clubarchiv

## CLUB MITGLIEDER

**Wenn Sie eine Mitgliederliste und Kontaktangaben beifügen, denken Sie daran, dass gewisse Gesetze einen Vertrieb des Newsletters ausserhalb Ihres Clubs oder der Club-Homepage untersagen.**

*Siehe ZI Satzungen – Verfahrensregeln  
(3) Rundschreiben*

# E-MAIL OPTIMAL VERWENDEN



## Deshalb so

- ◆ Zur Förderung Ihres Clubs
- ◆ Mail umgehend beantworten
- ◆ Unbedingt ein aussagekräftiges, kurzes und bündiges Betrifft schreiben.
- ◆ Gehört der „Realname“ - wirklicher Vor- und Nachname des Absenders – unbedingt in die „from“-Zeile.
- ◆ Unterteilung der Absätze. Endlose Absätze sind schlecht lesbar. Absätze durch Leerzeilen trennen.
- ◆ Zeilenlänge und Umbrüche: Eigene Texte nach etwa 70 Zeichen pro Zeile umbrechen (erfolgt meist automatisch), nie mit Bindestrich trennen.
- ◆ Für nicht englisch sprechende Länder keine Umlaute schreiben. Nur Zeichen verwenden, die der Reader richtig kodieren kann, damit der Empfänger alles richtig sichtbar erhält.
- ◆ Signaturen auf vier Zeilen beschränken, also entweder Adresse, Informationen (z.B. ZONTA-Hinweise) usw.
- ◆ Anhänge genau bezeichnen, sonst Gefahr von Verwechslung mit Viren.
- ◆ In der Einleitung immer sagen, auf wen oder was man sich bezieht. Lange Einleitungen sind langweilig!
- ◆ Bei Mailinglisten (Gruppdateien) kann man über eine Adresse viele Personen erreichen. Bei der Antwort muss man unterscheiden, ob nur dem Absender oder allen Listenteilnehmern geantwortet wird.
- ◆ Antivirus-Programm installieren, um sich und andere zu schützen!

## Aber so nicht

- ◆ Nur Smileys und wenig Text.
- ◆ Überlange Signaturen anhängen.
- ◆ Bei Antwort-Mail den gesamten erhaltenen Text wiederholen.
- ◆ Nichtbeachten von Klein- und Großschreibung, allg. Rechtschreib-, Grammatik- und Orthografieregeln.
- ◆ Nur noch Abkürzungen schreiben.
- ◆ Die kreativsten Textformatierungen verwenden!
- ◆ Ein E-Mail mind. dreimal senden.
- ◆ Viele Ausrufezeichen verwenden.
- ◆ „Lesevergnügen“ mit Leerzeichen schaffen.
- ◆ Kopien an *alle* senden.
- ◆ E-Mails als Word-Datei versenden.
- ◆ E-Mails mit seltenen Packern (anstatt z.B. ZIP) komprimieren.
- ◆ Zitate nicht kennzeichnen.
- ◆ Kettenbriefe und Viruswarnungen versenden; dies sind meistens Gaunereien und können Viren enthalten.
- ◆ Greller, mehrfarbiger Hintergrund.
- ◆ Höchste Priorität ist gerade hoch genug!

# CLUB HOMEPAGE

## Internetseite

- ◆ Hält Club-Mitglieder informiert
- ◆ Ein Public Relations Mittel auch für das allgemeine Publikum.
- ◆ Ermöglicht die Bekanntgabe Ihrer Aktivitäten auch an andere Clubs in Ihrer Area, Distrikt.

## ERSTELLEN IHRER CLUB-HOMEPAGE

Bitte lesen Sie die Zonta International Website-Richtlinien für Distrikte und Clubs, ehe Sie beginnen  
([www.zonta.org](http://www.zonta.org) – Member Resources)

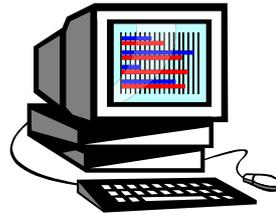
## INHALT

Folgende Angaben können eingefügt werden:

- ◆ Name des Clubs
- ◆ Einführender Absatz über Ihre Stadt / Area und Club, mit Fotos
- ◆ Kurze Entstehungsgeschichte Ihres Clubs
- ◆ Club Philosophie
- ◆ Ihr Meeting-Tag, Ort, Zeit und E-Mail-Kontakt-Adresse
- ◆ Alle jährlichen oder wiederkehrenden Fundraising-Aktivitäten
- ◆ Alle laufenden Service-Projekte
- ◆ Daten und Details zu bevorstehenden Anlässen
- ◆ Verwenden Sie Fotos und Zusammenfassungen Ihrer erfolgreichen Anlässe
- ◆ Club Newsletter

## NICHT EINFÜGEN

- ◆ Informationen, die auf internationaler Ebene bekannt gegeben und weitergeführt werden. Diese stehen auf der ZI-Homepage und werden von der ZI-Webmaster nachgeführt.



## CLUB NEWSLETTER

- ◆ Falls Sie den Club Newsletter auf Ihrer Homepage veröffentlichen, denken Sie daran, dass diese allgemein zugänglich ist und deshalb keine Mitglieder-Adressen enthalten sollte.

## IHRE HOMEPAGE NACHFÜHREN

- ◆ Halten Sie Ihre Homepage aktuell, um dem professionellen Image von Zonta zu entsprechen.
- ◆ Bestimmen Sie ein Mitglied Ihres Clubs, das hierfür verantwortlich ist.
- ◆ Erwägen Sie, alle 3 Monate neue Artikel zu bringen.

## WICHTIGE PUNKTE

### (aus den ZI Website-Richtlinien)

- ◆ Club-Seiten sollten unter der Distrikt-Domain laufen – kontaktieren Sie ihre Distrikt-Webmaster für nähere Angaben.
- ◆ Kopf und Titel der Club-Seiten sollten so gestaltet sein, dass sie nicht mit der “offiziellen” ZI-Homepage verwechselt werden können.
- ◆ Verwenden Sie eine permanente E-Mail-Adresse für Kontaktzwecke.
- ◆ Jeder Club sollte einen Link haben zur ZI-Homepage.
- ◆ Melden Sie die Adresse Ihrer Club-Homepage und/oder Seiten an die [webmaster@zonta.org](mailto:webmaster@zonta.org) damit die Homepage begutachtet und der Link erstellt wird.
- ◆ Fügen Sie [www.zonta.org](http://www.zonta.org) Links ein für Informationen zu Zonta Stipendien-Programmen und internationalen Service-Projekten.

# CLUB-PROSPEKT

- ◆ Broschüre oder Faltprospekt mit Informationen über Ihren Club und Zonta International.
- ◆ Ein Public Relations Mittel für das Publikum und für potenzielle Mitglieder.
- ◆ Der Prospekt sollte professionell aussehen, um die Professionalität und Qualität von Zonta International zu zeigen.

## VORSCHLAG FÜR INHALT

### Titelseite

- ◆ Emblem von Zonta International
- ◆ Name des Clubs
- ◆ Aussage zur Zonta Mission
- ◆ "Wer sind wir?", "Was ist Zonta?"  
*Der Zonta Club von \_\_\_\_\_ ist ein Service Club, der seit 19\_\_ auf lokaler und weltweiter Ebene tätig ist.*
- ◆ Zonta PR Fakten – zum Beispiel  
*Von 2000 bis zum Jahr 2002 erbrachten Zontians \$14, 865,000 und widmeten 916,000 Service-Stunden weltweit*
- ◆ "Was tun wir?"  
*Club-Treffen, Projekte und Aktivitäten, welche die Ideale von Zonta fördern: Service, Kameradschaft, Networking und persönliche Entwicklung für Frauen.*

### Innenseiten

- ◆ Zonta-Geschichte  
*Gegründet 1919 in Buffalo, N.Y., USA. Heute Clubs in 67 Ländern mit 33'000 Mitgliedern.*
- ◆ Zonta International Service  
*Zusammenfassung der Projekte*
- ◆ Zonta International Programme:  
*Zusammenfassung der Amelia Earhart-Stipendien, Jane M. Klausman-Stipendien, Young Women in Public Affairs Preise, ZISVAW, Internationaler Service.*
- ◆ Lokaler Service: *Aktivitäten Ihres Clubs – Service und Kameradschaft.*
- ◆ "Wer sind unsere Mitglieder?"  
*Zonta ist eine klassifizierte Organisation mit Mitgliedern aus vielen verschiedenen Berufen.*
- ◆ Mitgliedschaft erfolgt auf Einladung.
- ◆ Bedingungen für die Mitgliedschaft: *In einem anerkannten Geschäft oder Beruf 50% pro Woche in verantwortungsvoller Stellung tätig.*
- ◆ "Wann treffen wir uns?" *Tag, Zeit, Ort.*
- ◆ Ständige Komitees



## Rückseite des Prospektes

- ◆ Ziele von Zonta International
- ◆ Vorteile einer Mitgliedschaft
- ◆ "Können Sie beitreten?" – zum Beispiel,  
*Möchten Sie die Stellung der Frauen fördern?*  
*Möchten Sie anderen Frauen besser helfen können?*  
*Sind Sie Geschäfts-Inhaberin oder in verantwortungsvoller Stellung tätig?*  
*Möchten Sie Kameradschaft pflegen und interessante Leute aus anderen Berufen treffen?*  
*Möchten Sie Ihr Führungspotenzial und interpersonelle Fähigkeiten entwickeln und dabei Unterstützung erhalten?*  
*Möchten Sie Freundinnen in 67 Ländern haben und Teil einer renommierten Organisation werden?*  
Lautet Ihre Antwort zu diesen Fragen "Ja", dann möchten Sie auch Zontian werden.
- ◆ "Zusätzliche Informationen?" –  
*Kontaktperson oder Club-Details, www.zonta.org. Club-Website*

## PRODUKTION

- ◆ Kurzer, prägnanter Text, rasch zu lesen.
- ◆ Kann gedruckt oder kopiert werden.
- ◆ Qualitativ hochstehend, um die Professionalität von Zonta International zu zeigen.

## GEMEINSAME SACHE

- ◆ Mit Clubs in Ihrer Area.
- ◆ Spart Kosten und Zeit, die es für ein gutes Resultat braucht.
- ◆ Es wird dadurch leichter, das professionelle Image zu erreichen.

## VERTRIEB

- ◆ An alle potenziellen Mitglieder abgeben.
- ◆ Bei Zonta-Aktivitäten Exemplare an das Publikum verteilen.
- ◆ Prospekte in Ihrem Geschäft auflegen.
- ◆ Allen Pressemitteilungen beilegen.

# SPEZIELLE ANLÄSSE

## ZWECK

*Spezifische Ereignisse und Gedenkanlässe, die für Zonta wichtig sind, werden gefeiert. Dadurch erhalten auch unsere Mitglieder und das Publikum nützliche Informationen. Beispiele sind:*

- ◆ Club-Jubiläen und Ernennungen
- ◆ Spezielle Feiertage
  - Amelia Earhart Tag
  - Tag der Vereinten Nationen
  - Zonta Rosentag und internationaler Tag der Frau

*Erreichen besserer Präsenz über die Clubmitglieder hinaus – und dadurch mehr Spenden.*

## WIE BEGINNEN

Beim Entscheid, einen speziellen Anlass zu organisieren, müssen sowohl die Verpflichtung und Möglichkeiten der Clubmitglieder, sich zu beteiligen, als auch die finanziellen Mittel des Clubs berücksichtigt werden. Alle Clubmitglieder stimmen über den Anlass ab.

Die Clubpräsidentin ernennt danach eine Vorsitzende oder überträgt die Verantwortung für den Anlass einem bestehenden Komitee.

## AUFGABEN DES ODER DER KOMITEES

- ◆ **Teilnahme und Registrierung** sowie Druck und Verteilen der Tickets.
- ◆ **Finanzen:** Erstellen des Budgets, Bestimmen und Kontrolle der Einnahmen und Ausgaben, Erstellen einer Schlussabrechnung.
- ◆ **Veranstaltungsort:** Bestimmen des Themas, Dekoration, Menu, Einrichtungen für Licht und Ton.



- ◆ **Programm:** Bestimmen des Redners/Rednerin, Zeremonienmeister/Conférencier. Arrangements für die Begrüßung der Präsidentin, Appell, Nationalhymne, Unterhaltung, Honorar oder Geschenk für den Redner/die Rednerin, Abschlusszeremonie. Vorbereiten des Scripts und Organisation der Proben nach Bedarf.
- ◆ **PR:** Druck der Einladung und Programm, Kontakt mit den Medien wie angebracht.

## EXTRAS

Diese Extras können Ihren Anlass zu etwas Besonderem machen:

- ◆ Gefälligkeiten
- ◆ Tickets werden verlost
- ◆ Platzkarten
- ◆ Namensetiketten oder Abzeichen
- ◆ Zonta-Rosen

## ZONTA INFORMATION

Bei allen Anlässen können weitere Informationen zu Zonta verteilt werden. Nützlich sind folgende Seiten dieses Leitfadens:

- ◆ Informationstafel des Clubs
- ◆ Werbeartikel
- ◆ Prospekte und Newsletters
- ◆ Pressemitteilungen und ausführlichere Unterlagen

## ANMERKUNG

Das Programm-Komitee sollte das Zonta International Protokoll-Handbuch konsultieren zu näheren Angaben über allgemeine Protokoll-Fragen und der richtigen Reihenfolge bei der Vorstellung der Personen.

Es gibt im erwähnten Handbuch auch Vorschläge für Zeremonien.

# INFORMATIONSTAFEL DES CLUBS

## ZWECK

- ◆ Zur Förderung Ihres Clubs
- ◆ Zur Förderung von Zonta International
- ◆ Informationen für potenzielle Mitglieder
- ◆ Informationen für neue Club-Mitglieder

## INHALT

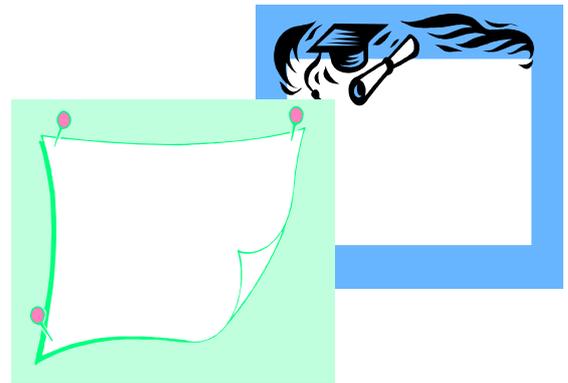
**Folgende Informationen können verwendet werden:**

### *Informationen über Ihren Zonta Club*

- ◆ Kurze Geschichte
- ◆ Erfolgreiche Service-Projekte
- ◆ Stipendien oder Preise
- ◆ Aufgebrachte Gelder
- ◆ Presse-Ausschnitte / Fotos
- ◆ Laufende Funktionen / Programme
- ◆ Gegenwärtiger Club-Vorstand
- ◆ Informationen zur Mitgliedschaft
- ◆ Bevorstehende Anlässe
- ◆ Fotos von Mitgliedern und Anlässen
- ◆ Komitee-Aktivitäten

### *Informationen über Zonta International*

- ◆ Aussage zur Zonta Mission
- ◆ Zonta Logo, Erklärung
- ◆ Zonta Name, Ehrlich und Vertrauenswürdig
- ◆ Zonta International Service-Projekte
- ◆ Zonta PR-Fakten – 2000-02
  - ◆ \$14'865'000 Einnahmen
  - ◆ 916'000 aufgewendete Service-Stunden
  - ◆ Service-Gebiete – Erziehung, Alphabetisierung, Gesundheit der Frauen, Menschenrechte / Frauenrechte, Frauen und das Alter, Umwelt



## PRODUKTION

- ◆ Eine Ausstellungstafel, mindestens ein Meter im Quadrat.
- ◆ Wenn möglich mit Ständer.
- ◆ Texte und Fotos mit Stecknadeln, Klebstreifen befestigen.
- ◆ Sicherstellen, dass Text und Fotos groß genug und gut leserlich sind.
- ◆ Beauftragen Sie die kreativen Mitglieder Ihres Komitees, die Ausstellungstafel zu gestalten.
- ◆ Führen Sie die Informationen mindestens einmal pro Jahr nach.

## VERWENDUNG

- ◆ Bei Club-Funktionen.
- ◆ Bei Club-Treffen, falls Gäste kommen.
- ◆ Bei Informations-Veranstaltungen für potenzielle Mitglieder.

## INFORMATIONEN-QUELLEN

- ◆ Ihr Club-Archiv
- ◆ Die Zeitschrift *The Zontian*
- ◆ Das Zonta Club Manual
- ◆ Newsletter der Governor
- ◆ Newsletter der Area Director
- ◆ [www.zonta.org](http://www.zonta.org)
- ◆ Ihre Distrikt-Internetseite

# BEZIEHUNGEN ZU DEN ZEITUNGEN



## WESHALB BERICHT-ERSTATTUNG?

- ◆ Um neue Mitglieder zu gewinnen, weil sie von Ihrem Erfolg lesen.
- ◆ Um für Spender und unterstützende Organisationen attraktiv zu sein, weil sie über Ihre Tätigkeit lesen.

## WAS SIND NACHRICHTEN?

*Herausgeber suchen Geschichten, von denen sie glauben, dass die meisten Leute sie interessant finden. Gesucht wird dabei nach folgenden Elementen:*

- ◆ Konsequenz, publikumswirksam.
- ◆ Konflikt, Meinungsverschiedenheiten zwischen Gruppen oder Personen.
- ◆ Änderung, wird etwas anders?
- ◆ Konkret, Greifbares im Vergleich zu Begriffen.
- ◆ Nähe, je näher je besser.
- ◆ Persönlichkeit, menschliches Interesse, über Leute.
- ◆ Prominenz, Reiche und Berühmte.
- ◆ Rarität, ungewöhnliche Ereignisse.
- ◆ Handlung, etwas tun, nicht nur etwas sagen.
- ◆ Aktualität, es geschah heute, nicht vor einem Monat.

## WIE BEGINNEN

*Erstellen Sie anhand eines Telefonverzeichnisses Ihre Liste mit Adressen der Medien.*

- ◆ Suchen Sie Namen, Adressen und Telefonnummern von Medienfirmen heraus und notieren Sie diese.
- ◆ Telefonieren Sie jeder Firma. Verlangen und notieren Sie den Namen des Herausgebers, die E-Mail-Adresse und die Faxnummern.

## INHALT VORBEREITEN

- ◆ Beginnen Sie mit einer Auflistung der Fakten. Erwähnen Sie die 5 W: wer, was, wann, wo und warum.
- ◆ Für die Printmedien benötigen Sie eine Pressemitteilung. Versuchen Sie, die 5 W im ersten Absatz unterzubringen.

- ◆ Schreiben Sie Ihre Pressemitteilung für die entsprechende Leserschaft und überzeugen Sie die Zeitung, dass Ihre Neuigkeiten für die Leser wichtig sind.
- ◆ Setzen Sie immer einen Erscheinungstermin fest. Erwähnen Sie immer Ihren Namen und Ihre Telefonnummer, damit die Presse Sie bei Fragen erreichen kann.
- ◆ Zitate wirken interessanter. Setzen Sie evtl. eine Kernaussage Ihrer Präsidentin in Anführungszeichen. Verlangen Sie vorher ihr Einverständnis.
- ◆ Bereiten Sie eine Zusammenfassung über Ihren Zonta Club vor, die in jede Mitteilung eingefügt werden kann.
- ◆ Merken Sie an, dass Fotos erhältlich sind und fügen Sie die Bildlegenden an.
- ◆ Lassen Sie Ihren Text von mindestens 2 weiteren Personen geglesen.
- ◆ Ein Muster einer Pressemitteilung ist auf der Internetseite von Zonta International.

## PRESSE KONTAKTIEREN

- ◆ Beginnen Sie mehrere Wochen vor ihrem Anlass mit der Kontaktaufnahme. Nur interessante Ereignisse (wie z.B. Verbrechen) werden erst am Vortag geschrieben.
- ◆ Übermitteln Sie Ihre Pressemitteilung per Fax, E-Mail oder überbringen Sie sie.
- ◆ Wenden Sie sich an die richtige Stelle – ist Ihre Pressemitteilung für die Gemeinde bestimmt, kontaktieren Sie den Lokalredaktor oder Journalisten. Der Chefredaktor wäre Ihre letzte Wahl.
- ◆ Stoßen Sie mit einem Anruf an dem Tag nach, wo Ihr schriftliches Material angekommen sein sollte. Fragen Sie:
  - ◆ 1) Haben Sie meine Pressemitteilung erhalten?
  - ◆ 2) Kann ich Ihnen mit weiteren Informationen dienen?
  - ◆ 3) Wann glauben Sie, wird die Mitteilung erscheinen?
- ◆ Erkundigen Sie sich, ob Ihre Zeitung ein Online-Mitteilungsbrett hat, wo Sie Ihre Nachricht anbringen können, wenn sie nicht in der Zeitung erscheint.

# MEDIEN: RUNDFUNK



## VERGLEICH

### MIT PRINTMEDIEN

Manche Beiträge eignen sich besser für Radio oder TV und andere besser zum Drucken. Fernsehen ist vorwiegend visuell, beim Radio ist es der Ton und bei den Printmedien kann man viel mehr Details unterbringen.

Beim Fernsehen soll Ihr Auftritt farbig und dramatisch sein. Die 67 Zonta-Fahnen sind eine farbenfrohe Demonstration unserer Internationalität.

Beim Radio ergibt eine Nationalhymne oder andere Musik einen guten Hintergrund. Bei den Printmedien kann eine lange Liste eindrücklich sein.

## ÖFFENTLICHE GRATISANSAGEN

- ◆ Radiostationen senden kostenlos kurze Ansagen, die von öffentlichem Interesse sind. In den USA ist für die Erneuerung der Lizenz eine gewisse Anzahl solcher Ansagen Bedingung.
- ◆ Drucken Sie für das Radio die 5 W auf eine etwa 7,5 x 10,5cm große Karteikarte, senden Sie diese mit einem Brief an jede Station und ersuchen Sie, dass man sie an den von Ihnen gewünschten Daten vorliest.
- ◆ Für das Fernsehen können Sie eine Kurzversion Ihrer Pressemitteilung für Zeitungen verwenden. Lesen Sie den Text laut vor und stoppen Sie die Zeit auf maximal 30 Sekunden.
- ◆ Manche Radiostationen verschenken Tickets für Anlässe, die sie übertragen. Wenn Sie der Station zwei Ihrer eigenen Tickets schenken, machen Sie Ihren Anlass noch bekannter.
- ◆ Einige Fernsehstationen haben eine Art Anschlagbrett für die Gemeinden für schriftliche Ansagen, die über den Bildschirm laufen. Senden Sie auch hier nur die 5 W.
- ◆ Manchmal sind Radio-Talkmaster bereit, eine Zontian am Tag des Anlasses zu interviewen. Planen Sie dies früh genug.

## BEZAHLTE ANZEIGEN

- ◆ Anzeigen für Radio, TV oder Zeitungen können immer platziert werden. Dies könnte für Fundraising in Frage kommen, wenn Sie anstelle des Redaktors den Inhalt selber bestimmen wollen. Beim Fernsehen kann dies wegen der Produktionskosten, die nicht im Übertragungspreis inbegriffen sind, sehr teuer zu stehen kommen.
- ◆ Alle Medien machen Marktuntersuchungen und kennen ihren Anteil. Verlangen Sie die Unterlagen, damit Sie wissen, welchen Prozentsatz und welche demografischen Gruppen die Station erreicht. Der Preis für die Sendezeit wird nach Größe der Hörerschaft berechnet.
- ◆ Spots (Anzeigen) können 15, 30 oder 60 Sekunden lang sein.
- ◆ Es ist empfehlenswert, mit einer Inserateagentur zusammenzuarbeiten.

## WENN DIE MEDIEN ZU IHNEN KOMMEN

- ◆ Sie könnten wegen einer Krise in die Nachrichten kommen und die Medien machen ein Interview mit Ihnen.
- ◆ Auch wenn Sie mehrere Minuten lang interviewt werden, ist das Band nur 15-20 Sek. lang. Das nennt man Tonschnitt.
- ◆ Planen Sie im Voraus, was Sie sagen wollen, welches der wichtigste Punkt ist, schreiben Sie es auf und reduzieren Sie alles auf 15-20 Sekunden. Üben Sie, bis Sie es ohne abzulesen sagen können.
- ◆ Wenn Sie ein Mitglied haben, das in einer Fernseh- und Inserateagentur arbeitet, wäre zu überlegen, ob Sie Ihre eigenen Video-Mitteilungen herstellen. Dies sind kurze, 20-30 Sekunden lange Geschichten, die Sie selber schreiben und produzieren.

## PRESSEKONFERENZ?

Halten Sie nur eine Pressekonferenz ab, wenn Sie weltbewegende Neuigkeiten haben, über die alle Medien in Ihrer Stadt unbedingt berichten möchten.

# AUDIOVISUELLE PRÄSENTATIONEN



## ZWECK

- ◆ Mitglieder unterrichten und Enthusiasmus bewirken – für Zonta im Allgemeinen und Ihren Club im Besonderen.
- ◆ Zur Aufzeichnung dessen, was Ihr Club geleistet und erreicht hat.
- ◆ Wird die Aufzeichnung ausgestrahlt, können Sie damit Ihr Fundraising unterstützen oder Zonta als Organisation in der Gemeinde darstellen, welche die Förderung der Stellung der Frauen vorantreibt.

## WIE BEGINNEN

- ◆ Machen Sie mit dem Club-Konzept ein Brainstorming für eine audiovisuelle Präsentation (AVP). Bestimmen Sie den Zweck des Programms und das Zielpublikum.
- ◆ Sammeln Sie Anschauungsmaterial mit Fotos und einigen Metern Film von Ihren Club-Anlässen. Das könnten sein:
  - Service-Projekte
  - Einsetzen neuer Amtsinhaberinnen oder Mitglieder.
  - Stipendien-Empfängerinnen.

## FERNSEH-PROGRAMME

Für einen Film müssen Sie Storyboards (gezeichnetes Drehbuch) vorbereiten. Dies sind Bilder einzelner Szenen für die Einstellungen. Darunter der Text. Sie benötigen dazu:

- Künstler, zum Zeichnen des Boards
- Verfasser für den Text
- Hintergrund-Musik oder Geräusche.
- ◆ Es ist empfehlenswert, mit einer Werbeagentur zusammenzuarbeiten. Mit dieser professionellen Erfahrung erhält der Club ein professionelles Produkt. Die heutigen Fernsehzuschauer sind anspruchsvoll und an erstklassige Videos gewöhnt.
- ◆ Agenturen können die Arbeit pro bono als öffentlichen Beitrag liefern und Ihnen auch helfen, gesponserte Beiträge von Video-Produzenten oder Medien-Studios zu erhalten.

- ◆ Hat der Club die Handlung/Szenen begutachtet, können die benötigten Teile aufgenommen und oben erwähnte Einzelbilder im Film eingefügt werden.
- ◆ Der Film muss von einer Produktionsfirma hergestellt werden. Dazu gehören:
  - Herstellung/Bearbeitung des Films
  - Synchronisation
  - Film und Ton miteinander verbinden
- ◆ Führen Sie vor der Fertigstellung Ihren Club-Mitgliedern den Entwurf vor.
- ◆ Vertreiben Sie den Film wie geplant.
- ◆ Es gibt Städte mit öffentlich zugänglichen Fernsehstationen und gratis Programm-sendungen, die eventuell Ihren Beitrag zeigen können. Solche Kanäle haben normalerweise weniger Zuschauer.

## DIA-VORFÜHRUNGEN

- ◆ Hier benötigen Sie kein Storyboard. Mit Software-Programmen wie PowerPoint ist es für Zontians relativ leicht, mit dem Computer eine Präsentation zu machen.
- ◆ Wählen sie ein Hintergrund-Dia aus vorhandenen Mustern oder kreieren Sie Ihr Eigenes.
- ◆ Machen Sie einen Entwurf für den Ablauf der Präsentation.
- ◆ Fügen Sie für jedes Dia den Text hinzu.
- ◆ Scannen Sie das Anschauungsmaterial und importieren Sie es an den benötigten Stellen in die Vorführung.
- ◆ Waagrechte Fotos passen besser auf die Leinwand.
- ◆ Erstellen Sie Ihr Drehbuch, wenn Sie die Präsentation selber zeigen.
- ◆ Koordinieren Sie das Drehbuch mit den Punkten in der Präsentation. Vermerken Sie im Drehbuch, wann Dias ausgewechselt werden sollen.
- ◆ Machen Sie eine Probevorführung.

# ZONTA-ROSENTAG

Der 8. März wurde von Zonta International zum Rosentag bestimmt, der in Verbindung mit dem internationalen Tag der Frau gefeiert werden soll.



## ZWECK

- ◆ Förderung der Anerkennung des internationalen Frauentags
- ◆ Zonta besser sichtbar machen
- ◆ Einnahmen durch den Rosenverkauf

## DIE ZONTA-ROSE

Die gelbe Rose ist seit Jahrzehnten ein Zonta-Symbol und hat schon viele Zonta-Gegenstände verziert, vom Briefpapier bis zu Kleidern. Die gelbe Rose wird auch bei Charter- und Jubiläumsfeiern verwendet.

Es gibt zwei offizielle Zonta-Rosen: die "Hartana" und die "Harflow"-Rose. Nähere Angaben zur Zonta-Rose sind auf der Zonta International Internetseite.

## VERKAUF VON ROSEN-PRODUKTEN

Die Clubs haben auf verschiedene Weise schon öffentlich und privat Rosen verkauft, um Geld einzunehmen.

### Beispiele

- ◆ Rosenstöcke
- ◆ Blühende Rosen – echte oder Stoffrosen
- ◆ Rosenknöpfe, Pins oder Schmuck
- ◆ Rosenkarten

*Namhafte Rosenzüchter haben in Österreich, Australien und Großbritannien neue Rosen-Arten gezüchtet. Es gibt Verträge mit Rosenzüchtern in Österreich und Dänemark.*

## ROSEN ALS ANERKENNUNG

Clubs haben schon gratis Rosen an lokale Einwohner verteilt, als Anerkennung ihrer Leistungen für die Gemeinde. Die Rosen werden zusammen mit Zonta-Informationen abgegeben.

### Beispiele

- ◆ Frauen, die Staatsvorsitzende sind
- ◆ Führende Frauen
- ◆ Frauen die Freiwilligenarbeit leisten
- ◆ Ältere Frauen oder Seniorinnen

## SPEZIELLE ANLÄSSE ZUM ROSENTAG

Clubs haben am Zonta-Rosentag spezielle Anlässe organisiert.

### Beispiele

- ◆ Modeschau
- ◆ Zeremonielles Rosenpflanzen
- ◆ Bei großen Club-Essen mit Referenten
- ◆ Internationaler Abend
- ◆ Zugunsten von Frauenhäusern

## ANDERE IDEEN

- ◆ Veranlassen Sie Ihren Bürgermeister oder offiziellen Stadt-Verantwortlichen, eine lokale Proklamation herauszugeben. Muster-Proklamationen sind bei Zonta International erhältlich.
- ◆ Für nähere Informationen klicken Sie auf die Rose auf der Zonta International Webseite.

# WERBEARTIKEL

- ◆ Kleine Aufmerksamkeiten, auch „Give-Aways“ genannt.
- ◆ Zonta International Artikel
- ◆ Artikel des Clubs
- ◆ Zonta Club Prospekte
- ◆ Geschäftskarten
- ◆ Zonta Ansteckschilder

## ZWECK

- ◆ Promotion Ihres Zonta Club
- ◆ Ein Dankeschön für jemand, der eine Funktion ausübt
- ◆ Zur Erinnerung an Ihren Zonta Club und was Sie tun.

## KLEINE GESCHENKARTIKEL

Hier geht es um kleine Dinge, die von Mitgliedern hergestellt oder für wenig Geld gekauft werden können.

### Beispiele

- ◆ Buchzeichen kann man mit einem Computer gestalten und auf dünnen Karton drucken.
- ◆ Kalender können mit einem Computer leicht hergestellt werden.
- ◆ Geschenk-, Glückwunschkarten
- ◆ Clips
- ◆ Taschen
- ◆ Notizblöcke
- ◆ Papierservietten
- ◆ Kugelschreiber

### Format

Information, die auf Gegenstände gedruckt werden kann:

- ◆ Zonta International Logo
- ◆ Zonta Mission

## ZONTA INTERNATIONAL VERKAUFSARTIKEL

Erhältlich von Zonta International Headquarters. Zur Verwendung als Werbung und Geschenk für Gastredner.



## ARTIKEL DES CLUBS

Alle Artikel mit dem Zonta International Logo, die von den Clubs verkauft werden, **müssen** von Zonta International begutachtet werden.

### Beispiele

- ◆ Shirts
- ◆ Kugelschreiber
- ◆ Briefpapier
- ◆ Schürzen, Servietten usw.
- ◆ Tassen, Teller
- ◆ Schirme
- ◆ Rosenkarten

## ZONTA-PROSPEKTE

- ◆ Prospekte von Zonta International
- ◆ Distrikt-Prospekte
- ◆ Club-Prospekte oder Broschüren
- ◆ Mini-Prospekt „Das ist Zonta“
- ◆ Alle diese Dinge können mit oder ohne Geschenk abgegeben werden, um für Zonta International und ihren Club zu werben.

## GESCHÄFTSKARTEN

Machen Sie auf der Rückseite Ihrer Geschäftskarten Werbung für Zonta International und Ihren Club.

Fügen Sie hinzu:

- ◆ Zonta-Logo
- ◆ Name Ihres Clubs
- ◆ Ihre Stellung in Ihrem Club oder Mitglied des Zonta Clubs.
- ◆ Aussage zur Zonta International Mission.

## ZONTA-SIGNET

Tragen Sie Ihr Zonta-Abzeichen immer und überall, als ausgezeichnete Werbung für Ihren Zonta Club.

# AUSZEICHNUNGEN UND ANERKENNUNGEN



## ZWECK

- ◆ Die von den Zontians für den Club geleisteten Dienste anerkennen und ihnen danken.
- ◆ Frauen ehren, die in ihren Gemeinden eine führende Stellung einnehmen oder gute Dienste leisten.
- ◆ Publizität für Zonta erreichen, wenn in den Medien über die Geehrten berichtet wird.

## DANKESCHÖN FÜR ZONTIANS

Viele Clubs, der Vorstand und die Präsidentinnen anerkennen traditionellerweise am Ende des Jahres was die Zontians getan haben. Dies ehrt die Mitglieder und ist ein lobenswertes Beispiel, das fortgesetzt werden sollte.

### Beispiele der Anerkennung

- ◆ **Vorbildliche Anwesenheit**
- ◆ **Komitee-Vorsitzende**
- ◆ **Projekt-Leiterinnen**
- ◆ Amtsinhaberinnen und Vorstandsmitglieder
- ◆ Die scheidende Präsidentin
- ◆ Nicht-Zontians, die den Club unterstützt haben (z.B. auch Ehegatten).

## Gestaltung

Die meisten Anerkennungen werden als Urkunden abgegeben. Diese können mit einem Computer einfach hergestellt werden und zeigen

- ◆ Ihr Zonta Club-Logo
- ◆ Name und Amt oder Titel
- ◆ Eine oder zwei Zeilen zu dem, was die Empfängerin erreicht hat.
- ◆ Ein kleines Geschenk oder eine Zonta Rose kann überreicht werden.

## FRAU DES JAHRES

Die Clubs wählen oft eine Frau des Jahres, die sie ehren. Manchmal ist dies eine interne Anerkennung, die dem Mitglied gewährt wird, das im vergangenen Jahr im Club am meisten Freiwilligenarbeit geleistet hat. Manchmal ist es eine prominente Führungskraft auf Gemeindeebene, die der Club für ihre Bemühungen zur Verbesserung der Stellung der Frauen ehren möchte. Diese Auszeichnung kann dem Club Publizität bringen.

## Vorgehen

- ◆ Anerkennungs-Kriterien erstellen
- ◆ Nominationen suchen
- ◆ Ein Auswahl-Komitee bilden, das die Nominationen prüft und eine Gewinnerin auswählt.
- ◆ Die Geehrte, Freunde und Familie zum Anlass einladen
- ◆ Urkunde, Geschenk vorbereiten
- ◆ Bestimmen, wer die Urkunde überreicht
- ◆ Informationen zum Lebenslauf beschaffen und ein Skript vorbereiten

## PUBLIZITÄT ERREICHEN

- ◆ Falls die Person sehr prominent ist und an Ihrem Anlass sprechen wird, laden Sie die Presse ein.
- ◆ Fotografieren Sie die Übergabe.
- ◆ Bereiten Sie eine Pressemitteilung vor und unterbreiten Sie diese den Medien zusammen mit dem Foto.
- ◆ Würdigen Sie die Geehrten in Ihrem Newsletter.
- ◆ Prüfen Sie, ob Sie den Namen der Geehrten auf die Versandliste des Clubs setzen können.

## EHRENMITGLIEDSCHAFT

Der Club möchte vielleicht der Empfängerin die Ehrenmitgliedschaft im Club anbieten. Dazu müssen ihre internationalen- und Distrikt-Gebühren bezahlt werden. Siehe in den internationalen Satzungen und dem Club Manual.

# ARCHIVE



## ZWECK

- ◆ Unterlagen eines jeden Clubs sind wichtig und wertvoll. Sie erzählen die Geschichte des Clubs, wie die Traditionen entstanden sind und wer bei der Entwicklung des Clubs maßgebend war. Diese Dokumente sagen auch anderen etwas darüber aus, was der Club für die Gemeinde geleistet hat.
- ◆ Ihr Club ist Teil der Gemeinschaft, und die Akten müssen zukünftigen Historikerinnen zugänglich gemacht werden können. Die meisten Historiker berücksichtigen nur den männlichen Teil der Geschichte und ignorieren oft das, was Frauen für die Gemeinschaft geleistet haben. Wir müssen sicherstellen, dass Historiker nicht nur Berichte über das was Männer getan haben schreiben, sondern auch über Frauen. Für Historiker/innen ist es wichtig, an Informationen über das zu gelangen, was die Clubs geleistet haben.

## WAS ARCHIVIERT WIRD

Die Akten jedes Clubs sollen zusammenbleiben und organisiert sein.

### Unterlagen, die aufbewahrt werden

- ◆ Protokolle
- ◆ Komitee-Berichte
- ◆ Club-Jahresberichte
- ◆ Programme, Fotos und Presseauschnitte von speziellen Anlässen.
- ◆ Mitgliederlisten

### Nur für 6-10 Jahre aufbewahrt werden:

Informationen aus Club-Jahresbericht (Originale werden anderswo aufbewahrt)

- ◆ Headquarters
- ◆ Governor
- ◆ Area Director
- ◆ Andere Clubs

## WICHTIGER HINWEIS

Wenn der Club seine Akten im Computer archiviert, sollten von wichtigen Daten Papierkopien gemacht werden, weil die Sicherung von elektronischen Daten für die Zukunft unsicher ist.

## WER SOLL ARCHIVIEREN

Die Präsidentin sollte eine Club-Archivarin oder Historikerin ernennen. Auch die Club-Sekretärin kann diese Aufgabe übernehmen.

## WO WIRD ARCHIVIERT

- ◆ Die Club-Archivarin soll einen geeigneten, gut zugänglichen Verwahrungsort organisieren. Die Akten sollten in einer sicheren Umgebung aufbewahrt werden.
- ◆ Sorgen Sie dafür, dass das Archiv für die allgemeine Forschung zugänglich ist. Das Abkommen über den Verwahrungsort sollte auch einen Passus enthalten, dass die Unterlagen für allgemeine Zwecke eingesehen werden dürfen.
- ◆ Ehe Ihre Akten deponiert werden, müssen sie organisiert und ein Inhaltsverzeichnis erstellt werden, zur Registrierung und als Quellenangabe.
- ◆ Entscheiden Sie sich sorgfältig für einen Verwahrungsort Ihres Archivs. Die Möglichkeiten variieren für die Clubs. Folgende Orte kommen in Frage:
  - ◆ Lokales Museum
  - ◆ Lokale Bibliothek
  - ◆ Staatliches oder regionales historisches Museum
  - ◆ Eine Universität in diesem Land oder Provinz

## WAS IST ZU TUN

Nehmen wir uns vor, in diesem Biennium damit zu beginnen, die Akten unseres Clubs zusammenzutragen und zu organisieren:

- ◆ Bestimmen einer Club-Archivarin
- ◆ Zusammentragen, was gefunden wird
- ◆ Bestimmen, was aufbewahrt werden sollte
- ◆ Zusammenstellen und Auflisten für eine sichere Verwahrung und zur Verwendung als Quellenmaterial.
- ◆ Wählen sie einen Verwahrungsort und sprechen Sie mit dem dortigen Personal.
- ◆ Deponieren Sie das Archiv an einem sichern, gut zugänglichen Verwahrungsort.

# PR-MATERIAL ERHÄLTlich VON ZONTA INTERNATIONAL

Folgende Unterlagen können von der Zonta International Website heruntergeladen werden:  
[www.zonta.org](http://www.zonta.org), Member Resources.

- ◆ Zonta International / Zonta International Fact Sheet.
- ◆ Die Programme von Zonta International, finanziert von der Zonta International Foundation.
- ◆ Geschichte der internationalen Service-Projekt-Programme.
- ◆ Biografien von Zonta International / Zonta International Foundation Vorsitzende und Management.
- ◆ Muster von Pressemitteilungen.
- ◆ Muster von Newsletters.
- ◆ Amelia Earhart Aktivitäten.
- ◆ Zonta-Rosentag / Internationaler Frauentag Aktivitäten.
- ◆ Logos zum Herunterladen.
- ◆ Fotos zum Herunterladen.



## Impressum deutsche Übersetzung

### *Public Relations Tool Kit*

Zonta International  
557 West Randolph Street  
Chicago, Illinois 60661-2206 USA  
Tel. (312) 930-5848  
Fax (312) 930-0951  
[www.zonta.org](http://www.zonta.org)

### **Leitfaden für die PR-Aufgaben in den Clubs**

Deutsche Übersetzung von Anni Rudin  
ZC Liestal, D.28/0  
Übersetzung nach bestem Wissen und  
Gewissen: Bei Unstimmigkeiten gilt das  
englische Original.

### **Weitere deutsche Manual-Übersetzungen**

„Club-Handbuch“ (*Manual for Zonta Clubs*)  
„Mitgliedschafts- und Klassifikations-Manual“  
(nach *Marian de Forest*)  
„Organisation und Weiterführung“ (*O & E*)  
„Cookbook for Clubs“ Ideen, Tipps,  
Erfahrungen bei Clubgründungen und  
Vergrößerung bestehender Clubs.  
„Satzungen/Verfahrensregeln von Zonta  
International“ (*Bylaws, Rules of Procedure*)

Die Satzungen, den vorliegenden PR-Leitfaden  
und weitere Manuals gibt es auch in  
Französisch und Italienisch sowie in anderen  
Sprachen. Erkundigen Sie sich bitte bei den  
Area Directors in den betreffenden Gebieten.

Die Dateien der deutschen Übersetzungen sind  
auf der Webseite [www.zonta-union.de](http://www.zonta-union.de) oder  
werden von den Area Directors abgegeben.  
Auskunft oder einzelne Sendungen direkt von:

Anni Rudin, Hauptstrasse 8  
CH-4411 Seltisberg  
Tel./Fax +41 61 911 94 76  
E-Mail: [annirudin@vtxmail.ch](mailto:annirudin@vtxmail.ch)

März 2004/August 2005