

**Rotary  
2016**



**MADRID  
ROTARY INSTITUTE**

*Kein Eintritt*

Geschlossene Gesellschaft

Rotary Club

# ROTARYS IMAGE



Mitgliederentwicklung 2016-17 –  
ist Rotary für junge Menschen attraktiv  
und brauchen wir eine andere PR?

# Das bin ich.

## Thomas Meier-Vehring

Rotary Public Image Coordinator 2015-18

Medienbeauftragter und Pressesprecher des Deutschen Governorrates  
*Atlanta Convention 2017 | Regional Promotion Coordinator Germany*

Am Barenbach 8 | 59174 Kamen

Telefon 02307 79525 (p.) / 02307 9835-273 (d.)

Mobil 0171 3196250

Facebook <https://www.facebook.com/thomas.meiervehring>

E-Mail [meier-vehring@pr-rotary.de](mailto:meier-vehring@pr-rotary.de)

Instagram rotary\_germany & thmeiervehring

Snapchat rotary\_germany & thomasmv59



GETS 2016 in Madrid

Thomas Meier-Vehring | RPIC 2015-18 | DGR-Medienbeauftragter

Verwendung: Nur für den internen Gebrauch und zur nichtöffentlichen Präsentation in den Clubs

Realisation und Copyright: [www.tmv-kommunikation.de](http://www.tmv-kommunikation.de) | & tmv-kommunikation e.K.

# Was erwartet Euch?

Ich will sprechen über:

Markenidentität / Rotary als Marke

Rotarys Bekanntheit und Glaubwürdigkeit

Mitgliederentwicklung 2016-17

Zielgruppen und deren Erreichbarkeit

Design Thinking

Wie können/sollten wir Rotary zeigen?

*People of action / new strategy*

Aspekte der Presse- und Medienarbeit inkl. Social Media

Bilder und Geschichten

Facebook

Das könnt ihr mitnehmen

Am Ziel



GETS 2016 in Madrid

Thomas Meier-Vehring | RPIC 2015-18 | DGR-Medienbeauftragter

Verwendung: Nur für den internen Gebrauch und zur nichtöffentlichen Präsentation in den Clubs

Realisation und Copyright: [www.tmv-kommunikation.de](http://www.tmv-kommunikation.de) | & tmv-kommunikation e.K.

# Markenidentität 2016



# Früher ... war alles besser?



# Und heute?

## Was sind starke Marken?



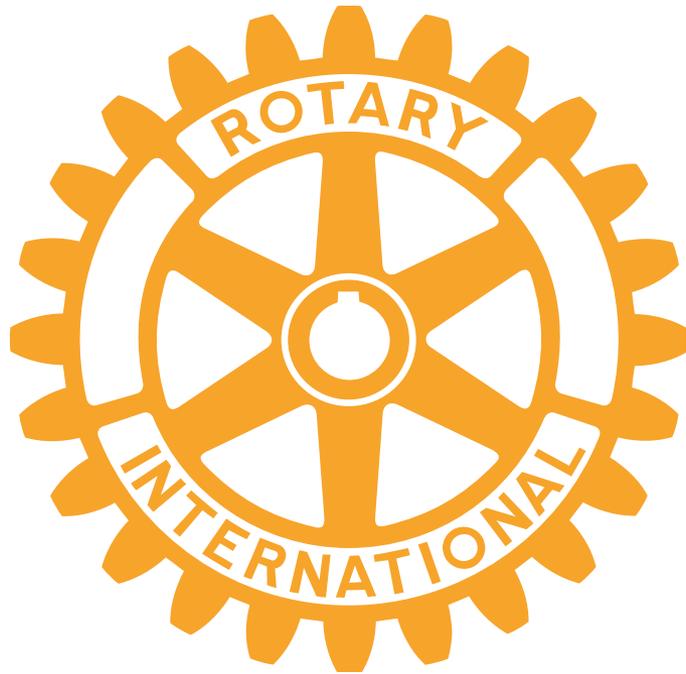
GETS 2016 in Madrid  
Thomas Meier-Vehring | RPIC 2015-18 | DGR-Medienbeauftragter  
Verwendung: Nur für den internen Gebrauch und zur nichtöffentlichen Präsentation in den Clubs  
Realisation und Copyright: [www.tmv-kommunikation.de](http://www.tmv-kommunikation.de) | & tmv-kommunikation e.K.

2016

# Marken



# Marken



GETS 2016 in Madrid  
Thomas Meier-Vehring | RPIC 2015-18 | DGR-Medienbeauftragter  
Verwendung: Nur für den internen Gebrauch und zur nichtöffentlichen Präsentation in den Clubs  
Realisation und Copyright: [www.tmv-kommunikation.de](http://www.tmv-kommunikation.de) | & [tmv-kommunikation.de](http://tmv-kommunikation.de) e.K.

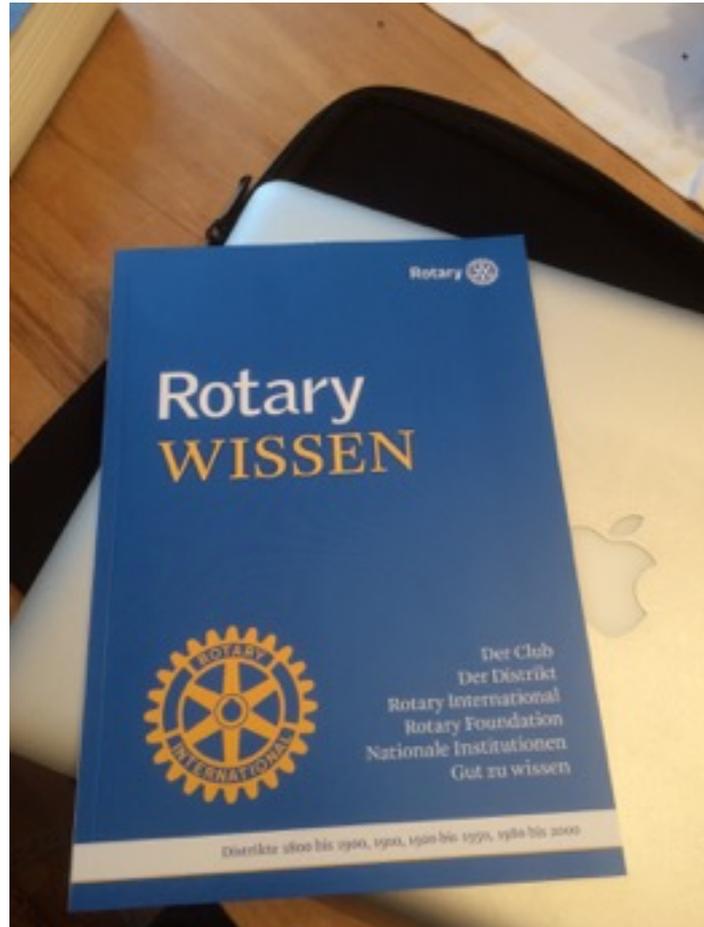
2016

# Wann sind Marken stark?



Hamburg  
Store am Jungfernstieg

# ... wenn sie erkannt werden!



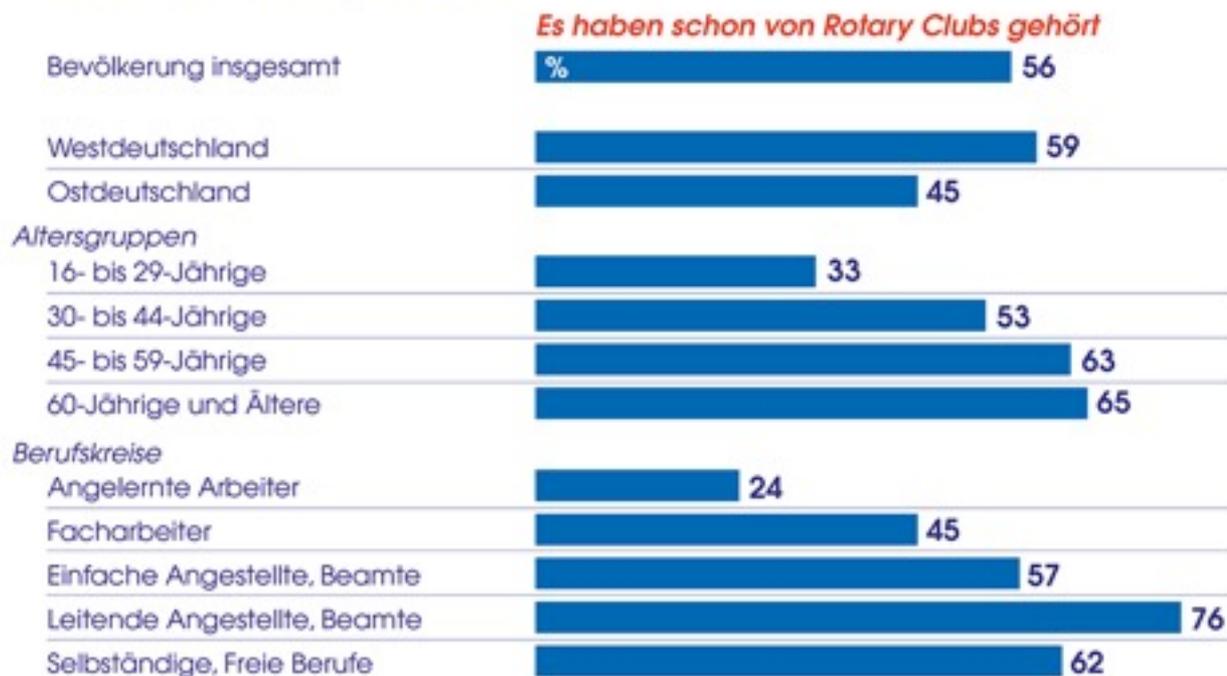
GETS 2016 in Madrid  
Thomas Meier-Vehring | RPIC 2015-18 | DGR-Medienbeauftragter  
Verwendung: Nur für den internen Gebrauch und zur nichtöffentlichen Präsentation in den Clubs  
Realisation und Copyright: [www.tmv-kommunikation.de](http://www.tmv-kommunikation.de) | & [tmv-kommunikation.de](http://tmv-kommunikation.de) e.K.

2016

# Wie bekannt sind wir?

## Bekanntheitsgrad von Rotary

Frage: "In vielen deutschen Städten gibt es sogenannte Rotary Clubs. Die Mitglieder dieser Clubs nennen sich Rotarier. Haben Sie von Rotary Clubs bzw. den Rotariern schon mal gehört, oder hören Sie davon gerade zum ersten Mal?"



Basis: Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung ab 16 Jahre  
Quelle: Allensbacher Archiv, IFD-Umfrage 11044

© IFO-Allensbach



GETS 2016 in Madrid  
Thomas Meier-Vehring | RPIC 2015-18 | DGR-Medienbeauftragter  
Verwendung: Nur für den internen Gebrauch und zur nichtöffentlichen Präsentation in den Clubs  
Realisation und Copyright: www.tmv-kommunikation.de | & tmv-kommunikation e.K.

GLOBALLY, 1 OUT OF 4 PEOPLE KNOW OR HAVE MET A ROTARY MEMBER

Only 25% of respondents know a Rotarian

Of those,

- 41% know a casual acquaintance
- 33% know a friend
- 28% know a professional contact
- 16% know a family member



# Was verbindet man mit uns?

## Assoziationen zu Rotary

Frage: "Wenn Sie den Begriff 'Rotary Club' hören, woran denken Sie dann? Ich lese Ihnen jetzt Verschiedenes vor, und Sie sagen mir bitte jeweils, ob Sie bei 'Rotary Club' daran denken oder nicht."



Basis: Bundesrepublik Deutschland, Personen, die schon von Rotary gehört haben  
Quelle: Allensbacher Archiv, IFD-Umfrage 11044

© IFD-Allensbach

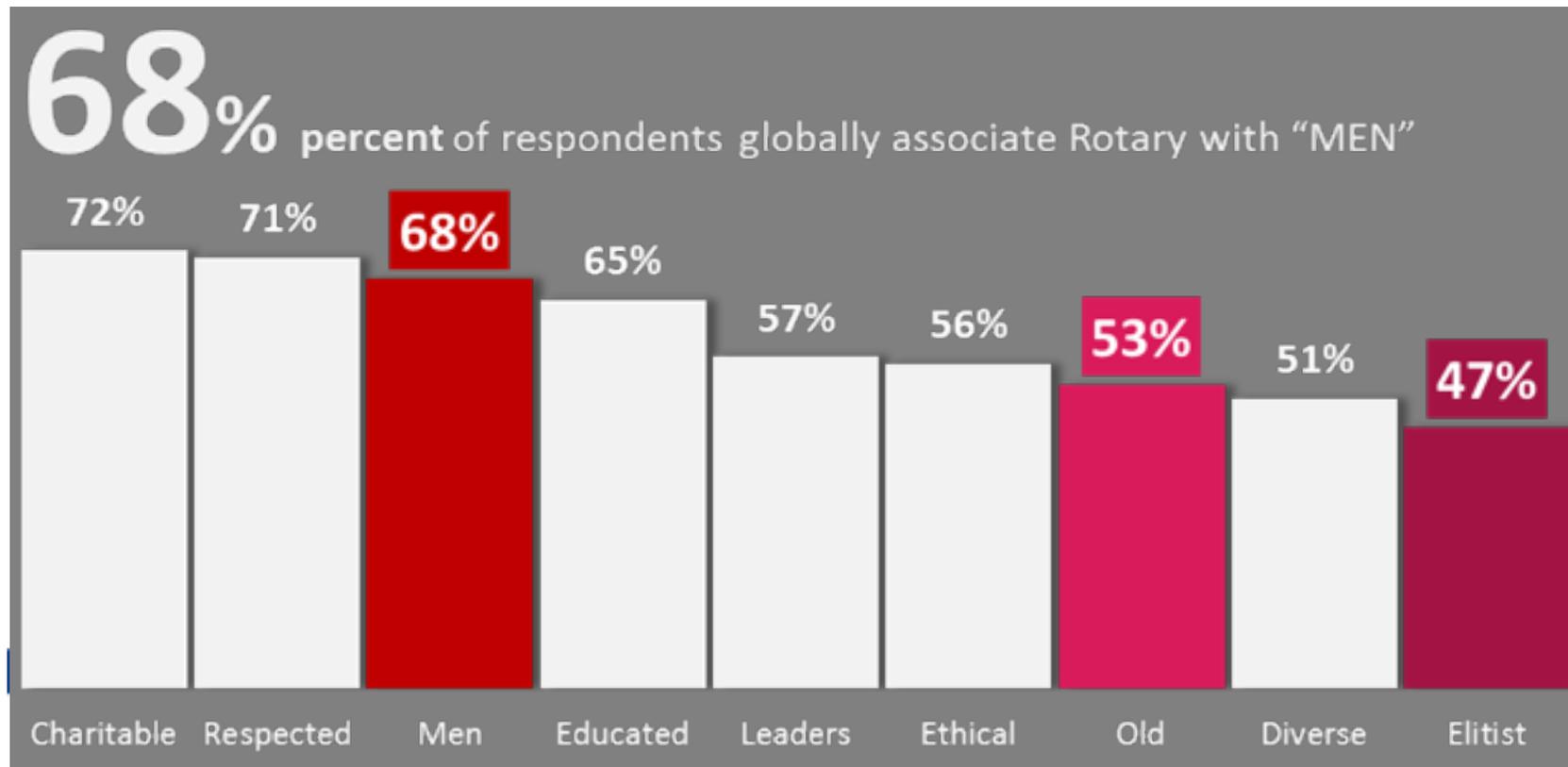


GETS 2016 in Madrid  
Thomas Meier-Vehring | RPIC 2015-18 | DGR-Medienbeauftragter  
Verwendung: Nur für den internen Gebrauch und zur nichtöffentlichen Präsentation in den Clubs  
Realisation und Copyright: www.tmv-kommunikation.de | & tmv-kommunikation e.K.

2016

# Was verbindet man mit uns?

Only 35% of respondents agree with the statement that Rotary is an organization for people like me

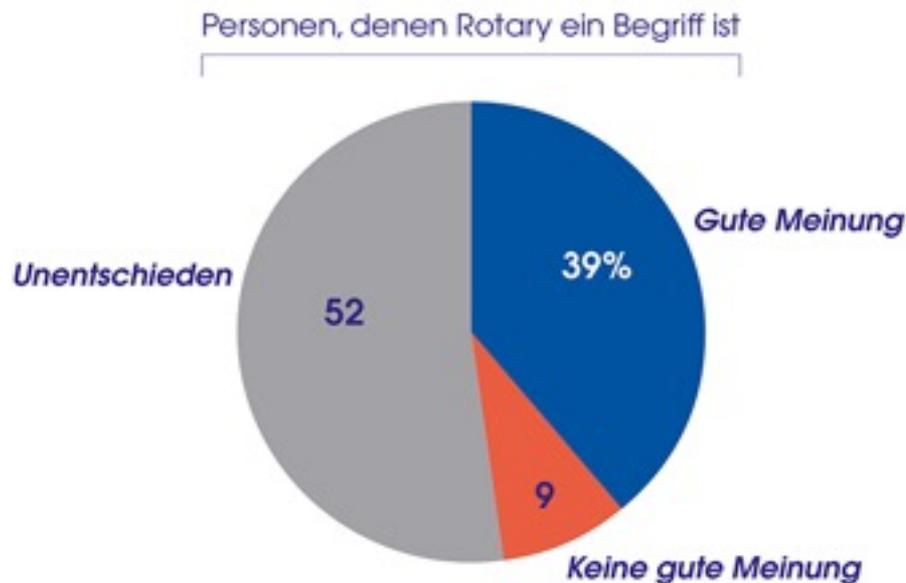


2016

# Welche Meinung hat man von uns?

## Viele haben zu Rotary keine Meinung

Frage: "Wenn Sie einmal danach gehen, was Sie über die Rotarier bzw. über Rotary Clubs wissen oder gehört haben: Haben Sie von Rotary Clubs eine gute oder keine gute Meinung?"



Basis: Bundesrepublik Deutschland, Personen, die schon von Rotary gehört haben  
Quelle: Allensbacher Archiv, IFD-Umfrage 11044

© IFD-Allensbach

# Wie glaubwürdig kommen wir 'rüber?

Mein linkes Auge Anfang  
Januar 2016



- Nein, das war keine Schlägerei ...
- Den anderen geht es noch schlechter ...
- Aus dem Möbeltransporter kam mir überraschend eine Schranktür entgegen ...
- Die Frau war es wert ...

# PR ist alles und nichts läuft ohne PR?



# PR ist alles und nichts läuft ohne PR?



# Wie viele sind wir denn?

Kennst Du einen Rotarier oder  
eine Rotarierin?



# Mitglieder gesamt per 31.10.2016

Zone 14 und Teile von 19

# 54.847

(1059 Clubs)

Veränderung von Juli 2015 bis Okt. 2016:  
+ 1.209 Mitglieder und 17 Clubs)

Quelle: Rotary International / Jörg Goll



# Mitgliederentwicklung 31. Okt. 2016

## Rotarier pro 10.000 Einwohner

6,7 Rotarier/-innen

Deutschsprachige Distrikte in den  
Zonen 14 und Teilen von 19

Quelle: Rotary International / Jörg Goll



# Mitgliederentwicklung 2016

## Rotarier pro 10.000 Einwohner

9,1 Rotarier/-innen

Österreich (Zone 19)

Gesamt: 7.874 (+ 160 und keine neuen Clubs)

Quelle: Rotary International / Jörg Goll



GETS 2016 in Madrid  
Thomas Meier-Vehring | RPIC 2015-18 | DGR-Medienbeauftragter  
Verwendung: Nur für den internen Gebrauch und zur nichtöffentlichen Präsentation in den Clubs  
Realisation und Copyright: [www.tmv-kommunikation.de](http://www.tmv-kommunikation.de) | & tmv-kommunikation e.K.

2016

# Mitgliederentwicklung 2016

## Rotarier pro 10.000 Einwohner

**15,8** Rotarier/-innen

**Schweiz (Zone 13 und 19)**

Gesamt: 12.959 (+ 142 und 2 Clubs)

Quelle: Rotary International / Jörg Goll



# Altersstruktur gesamt per 31.10.2016

Zonen 13, 14 und 19

35,5% älter als 65 Jahre

4,2% jünger als 40 Jahre

Quelle: Rotary International / Jörg Goll



GETS 2016 in Madrid  
Thomas Meier-Vehring | RPIC 2015-18 | DGR-Medienbeauftragter  
Verwendung: Nur für den internen Gebrauch und zur nichtöffentlichen Präsentation in den Clubs  
Realisation und Copyright: [www.tmv-kommunikation.de](http://www.tmv-kommunikation.de) | & tmv-kommunikation e.K.

2016

# Gender per 31.10.2016

Zonen 13, 14 und 19

29,6 % Clubs ohne Frauen

10,3 % Gesamtanteil Frauen

Quelle: Rotary International / Jörg Goll



GETS 2016 in Madrid  
Thomas Meier-Vehring | RPIC 2015-18 | DGR-Medienbeauftragter  
Verwendung: Nur für den internen Gebrauch und zur nichtöffentlichen Präsentation in den Clubs  
Realisation und Copyright: [www.tmv-kommunikation.de](http://www.tmv-kommunikation.de) | & tmv-kommunikation e.K.

2016

# Wen suchen wir?

Potenzialeliten & Positionseliten

Frauen & Männer

Möglichst unter  
40 Jahren (?)



# Wie suchen wir?

Der Markt, auf dem Nachwuchs für NGOs rekrutiert werden kann, hat sich geändert.

NGOs müssen heute viel mehr **von sich** darstellen und weniger von dem, was sie erwarten.

## **Recruiting heute ähnelt immer mehr dem Dating:**

Ich muss mich sexy darstellen, sodass ich auf den ersten Blick als interessante Organisation auftrete, und dann muss ich noch kommunizieren: Das biete ich Dir alles, unser Tun ergibt einen Sinn – Du bist dabei.



# Die 5 Prinzipien des Design Thinking.

## DT beginnt immer zuerst beim Menschen

- zum Beispiel mit der Vier-Fragen-Probe

## Die Brille des Forschers aufsetzen

- wie fühlt es sich an, Kunde zu sein? Wie nehmen andere Rotary wahr?

## Scheitern ist eine Option

- wenn wir daraus lernen

## Storytelling als strategisches Tool

- Kunden kaufen zuerst die Werte, die mit einer Kampagne transportiert werden

## Es geht (immer) um das Problem

Statt zu fragen: "Wie verkaufen wir mehr Drehstühle?", lieber überlegen: "Wie können wir dazu beitragen, dass die Mitarbeiter von Firma XY im Büroalltag besser zurechtkommen und weniger unter Rückenschmerzen leiden?"

*DT ist ein Heilmittel gegen zu eng gesteckte gedankliche Grenzen.*



GETS 2016 in Madrid

Thomas Meier-Vehring | RPIC 2015-18 | DGR-Medienbeauftragter

Verwendung: Nur für den internen Gebrauch und zur nichtöffentlichen Präsentation in den Clubs

Realisation und Copyright: [www.tmv-kommunikation.de](http://www.tmv-kommunikation.de) | & tmv-kommunikation e.K.

# Auf der richtigen Spur?

Wo und wie erreichen wir diese Zielgruppen – heute?

Und in 10 Jahren?



# Wo stehen wir heute?

79,1 %

Internetnutzer in Deutschland

Quelle: ARD/ZDF Onlinestudie 2014



GETS 2016 in Madrid  
Thomas Meier-Vehring | RPIC 2015-18 | DGR-Medienbeauftragter  
Verwendung: Nur für den internen Gebrauch und zur nichtöffentlichen Präsentation in den Clubs  
Realisation und Copyright: [www.tmv-kommunikation.de](http://www.tmv-kommunikation.de) | & tmv-kommunikation e.K.

2016

# Wo stehen wir heute?

59,0 %

Internetnutzer in der Generation  
60plus / 17 % gehen mobil ins Internet

Quelle: Institut für Demoskopie Allensbach (AWA 2014), How Millennials get m

# Wo stehen wir heute?

93 %

der 30- bis 39-Jährigen sind online.  
58 % gehen mobil ins Internet

Quelle: Institut für Demoskopie Allensbach (AWA 2014), How Millennials get m

# Wo stehen wir heute?

69,0 %

der 18- bis 34-Jährigen  
konsumieren mindestens einmal  
täglich **online Nachrichten**

Quelle: State of the News Media 2015, JIM-Studie

# Wo stehen wir heute?

**facebook** Community Update

4.27.2016



1.65 Billion

on **Facebook** each month



1 Billion

on **WhatsApp** each month



900 Million

on **Messenger** each month



400 Million

on **Instagram** each month

**LIVE**

**Live Video**

Launched worldwide



**Connectivity**

25 million connected  
via Internet.org

**Introduced Reactions**



**Artificial Intelligence**

Access for the blind  
and visually impaired



**Oculus Rift**

Shipped with 50+  
games and apps



Like

Love

Haha

Wow

Sad

Angry

**Rotary**



GETS 2016 in Madrid

Thomas Meier-Vehring | RPIC 2015-18 | DGR-Medienbeauftragter

Verwendung: Nur für den internen Gebrauch und zur nichtöffentlichen Präsentation in den Clubs

Realisation und Copyright: www.tmv-kommunikation.de | & tmv-kommunikation e.K.

**2016**

# Wo stehen wir heute?



**Tatort - Die Show ist jetzt live.**  
Diese Seite gefällt mir · Heute um 21:45 · 🌐 · 🗨

**Tatort die Show # 12 Es lebe der Tod**  
Murot und Steinmetz sind in Wahrheit ein Paar? Wir präsentieren die schönste Liebesgeschichte seit "Brokeback Mountain". Literweise Blut? Wir decken auf, wie sich Schauspieler die Pulsadern aufschlitzen. "Tatort - Die Show" mit Jess Lange, Florian Wess, Tatort-Redakteur Jörg Himstedt und NICHTLUSTIG-Zeichner Joscha Sauer.

👍 Gefällt mir 🗨 Kommentieren ➦ Teilen 👤

👍 🗨 🌐 205

71 Mal geteilt 252 Kommentare

**Lukas Pillich** Wie soll man die Schlusszene im Café verstehen?  
Gefällt mir

**Alexander Stucki** So ein Quatsch .  
Gefällt mir

**Sven Glor** Also der Heutige Tatort war ehrlich gesagt xheisse

Kommentieren ...



GETS 2016 in Madrid  
Thomas Meier-Vehring | RPIC 2015-18 | DGR-Medienbeauftragter  
Verwendung: Nur für den internen Gebrauch und zur nichtöffentlichen Präsentation in den Clubs  
Realisation und Copyright: www.tmv-kommunikation.de | & tmv-kommunikation e.K.

# Wo stehen wir heute?

Die Welt ist on- und offline lauter geworden, und es ist viel schwerer, gehört und erkannt zu werden.



# Wo stehen wir heute?

Die Schwelle vom **Information Age** zum **Inspiration Age** ist schon lange überschritten.



# Information-Age

## Freiheit - feingetuned! Mit dem Cabrio nach Atlanta.

Was gibt es Schöneres? Nicht ballern, sondern rauschen. Sich den Wind um die Nase wehen lassen – im neuen Porsche Roadster zur Rotary Convention nach Atlanta 2017. Wir haben keine Eile. Was war noch mal gestern? Egal, wir lieben das Jetzt. Kein Zweifel. Rotary hat viel zu bieten!



# Information-Age → Inspiration-Age

Freiheit - feingetuned!

Mit dem Cabrio nach Atlanta.

Was gibt es Schöneres? Nicht ballern, sondern rauschen. Sich den Wind um die Nase wehen lassen – im neuen Porsche Roadster zur Rotary Convention nach Atlanta 2017. Wir haben keine Eile. Was war noch mal gestern? Egal, wir lieben das Jetzt. Kein Zweifel. Rotary hat viel zu bieten!

#riconatlanta2017 #reise #lebensgefuehl  
#rotaract #enjoylife #rotaryinternational



# Inspiration-Age

Oder besser gleich so:



GETS 2016 in Madrid  
Thomas Meier-Vehring | RPIC 2015-18 | DGR-Medienbeauftragter  
Verwendung: Nur für den internen Gebrauch und zur nichtöffentlichen Präsentation in den Clubs  
Realisation und Copyright: [www.tmv-kommunikation.de](http://www.tmv-kommunikation.de) | & tmv-kommunikation e.K.

2016



# Rotary in Atlanta 2017 - Freiheit & Leben spüren



# Und Rotary sonst so?



## JOINING HEADS & HANDS TO UNLEASH POSSIBILITIES

- 1.2 million problem solvers, across 200 countries—united by a sense of purpose.
- We represent our local communities but mobilize to tackle projects of every scale.
- We bring together leaders from diverse backgrounds to work together and learn from each other.
- We know that great things happen when we partner.

- We see potential where others see challenges.
- We are passionate about using our skills in the service of others.
- We work as cross-functional teams to bring an innovative approach to sustain every project.
- We're action-oriented in our work and relentless in our goals.

# Rotarian Age → visuelle Botschaften!



PR mit  
Emotionen

# Rotarian Age → visuelle Botschaften!



PR mit Personen und Emotionen

# KOMMUNIKATIONSSTRATEGIEN SOLLTEN FOLGENDE ELEMENTE INTEGRIEREN ...

- Websites und soziale Medien
- Plakatwände, Radio, TV, Print
- Zusammenarbeit mit Medien
- Krisenpläne
- Rotarys visuelle Identität



GETS 2016 in Madrid  
Thomas Meier-Vehring | RPIC 2015-18 | DGR-Medienbeauftragter  
Verwendung: Nur für den internen Gebrauch und zur nichtöffentlichen Präsentation in den Clubs  
Realisation und Copyright: www.tmv-kommunikation.de | & tmv-kommunikation e.K.

# SOCIAL MEDIA – mit einem Donut erklärt

Twitter	I'm eating a #Donut
Facebook	I like Donuts
FourSquare	This is where I eat Donuts
Instagram	Here's a vintage photo of my Donut
YouTube	Here I am eating a Donut
LinkedIn	My skills include Donut eating
Pinterest	Here's a Donut recipe
Snapchat	Awe – here I am eating a Donut in 4 seconds – nofilter



Quelle: Richard Gutjahr's Blog und via facebook

# Wen wollen wir medial erreichen?

Je nach Zielgruppe muss ich meine Presse-Medien-Arbeit ändern/anpassen.

Grundsatz:

Der **Wurm** muss dem Fisch schmecken,  
nicht dem Angler.

# Reichweite als Ware: Um 50 Millionen Menschen zu erreichen benötigte ...



# Kleines 1x1 der Pressearbeit

Wen spreche ich in klassischen Redaktionen an? Das kleine 1 x 1 der Pressearbeit:

- 1. Das richtige Medium** – Was hat der Journalist davon?
- 2. Rechtzeitig** – Am besten 2 bis 14 Tage vorher
- 3. Zuständige Person** – Das kann auch der Pauschalist sein  
CvD fragen – Liste aufbauen – Evaluieren
- 4. Richtig füttern** – PK(?), homestory, unter 3, exklusiv
- 5. Mittags** – Bitte nicht morgens oder abends

# Kleines 1x1 der Pressearbeit

## Was macht ein Ereignis/Thema zur Story?

1. **Aktualität** – Es muss top-aktuell sein
2. **Relevanz** – Es muss für die Zielgruppe Bedeutung haben
3. **Interessant** – Es muss Gesprächswert haben  
lokale Nähe, Prominenz, Besonderheit,  
Spaß, Nutzen
4. **Geschichte/Pointe** – Es sollte sich erzählen lassen
5. **Foto/Video** – Bilder von Menschen in Aktion

# Kleines 1x1 der Pressearbeit



## Rotary Club spendet 5000 Euro für Asylbewerber

**Freising.** Einen Scheck in Höhe von 5000 Euro haben Vertreter der Rotary Clubs München Flughafen und Erding am Freitag an Landrat Josef Hauner überreicht. Das Geld, das aus Spenden der Club-Mitglieder stammt, soll für Deutschunterricht für Asylbewerber, insbesondere für alleinstehende Mütter, verwendet werden. Der Landrat bedankte sich beim Rotary Club München Flughafen und Erding und betonte: „Das Thema Sprache ist uns besonders wichtig.“ Das Landrats-

amt sei mit der Unterbringung der Flüchtlinge sowie mit der Auszahlung der Gelder beschäftigt, daher sei es enorm wertvoll, dass Ehrenamtliche die Deutschkurse übernehmen. 40000 Euro hat der Landkreis im vergangenen Jahr für Alphabetisierungskurse ausgegeben, die an den Volkshochschulen angeboten werden. Genauso viel steht 2016 bereit. Ehrenamtskoordinatorin Irgard Eichelmann schlug vor, die 5000 Euro vom Rotary Club ebenfalls für Deutschunterricht an

der VHS zur Verfügung zu stellen, da diese Zertifikate ausgeben darf. Idealerweise solle eine Volkshochschule im nördlichen Landkreis Kurse anbieten können, da sie sich bisher auf Freising, Moosburg und den Süden beschränken. - Unser Bild zeigt (v.r.) Landrat Josef Hauner, Gabriele Maaßen, Ehrenamtskoordinatorin Irgard Eichelmann, Stephan Kesenheimer, Barbara Scholz-Wittig, Stephanie Kemnitz und Otto Klug bei der Scheckübergabe. (Foto: Landratsamt)

Warum kein Foto mit Asylbewerbern?

# Kleines 1x1 der Pressearbeit



7°

**NW**  
Neue Westfälische

Lokal Nachrichten Sport Fotos Videos Lifestyle Anzeigen Service

HOME > LOKAL > KREIS GÜTERSLOH > SCHLOSS HOLTE-STUKENBRÖCK > ROTARY CLUB SPENDET FLÜCHTLINGEN TASCHEN

WILLKOMMENE UNTERSTÜTZUNG: FRIEDER ENDER, LEITER DER ZELTSTADT, NIMMT DIE TASCHENSPENDEN GERNE VOM PRÄSIDENTEN DES ROTARY CLUBS GÜTERSLOH-VEREIN, HUBERT ERICHLANDWEHR, ENTGEGEN. DIE ROTARIER MICHAEL MERSCH (HINTEN V. L.), BURKHARD MARCINKOWSKI, CHRISTOPH WISNIEWSKI, MAGDA WEGER UND BERNHARD HELLEN LIESSEN SICH SPÄTER VON FRIEDER ENDER NOCH DIE EINRICHTUNG AM EINSWEG ZEIGEN. ÜBER DEN KLEINEN GELBEN RUCKSACK MIT ELEFANTENMOTIV WIRD SICH SICHER EIN KIND FREUEN. | © BIRGIT GUHLKE

**SCHLOSS HOLTE-STUKENBRÖCK**  
**Rotary-Club spendet Flüchtlingen Taschen**

AUTOR  
Birgit Guhlke

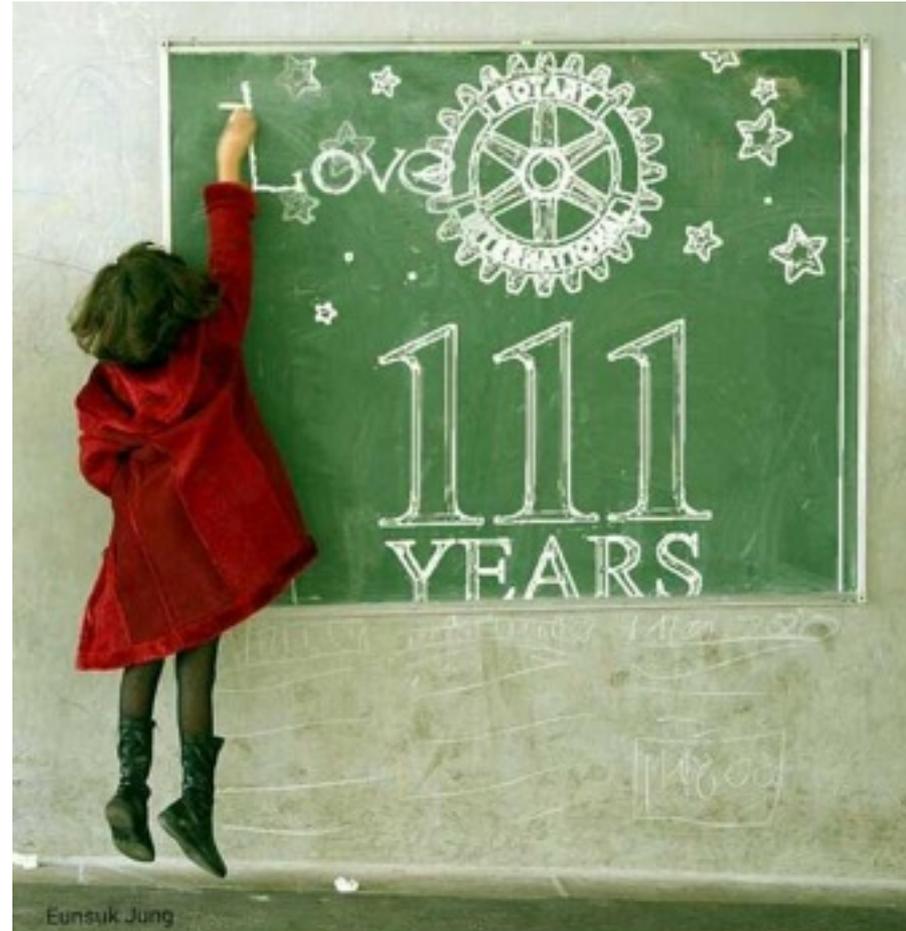


GETS 2016 in Madrid  
Thomas Meier-Vehring | RPIC 2015-18 | DGR-Medienbeauftragter  
Verwendung: Nur für den internen Gebrauch und zur nichtöffentlichen Präsentation in den Clubs  
Realisation und Copyright: www.tmv-kommunikation.de | & tmv-kommunikation e.K.

# Kleines 1x1 der Pressearbeit

Welches Foto gefällt Euch besser?

Welches erzählt eine Geschichte?



# Kleines 1x1 der Pressearbeit

## Tell a Story

**Personalisieren** – Geschichten an Personen aufhängen

**Visualisieren** – Bilder und visuelle Hilfsmittel einsetzen

**Problematisieren** – Mut zu Offenheit und aktuellen Themen

**Simplifizieren/KISS** – Information vereinfachen, damit sie aufgenommen wird / **keep it simple and stupid**

**Aktualisieren** – Botschaft durch aktuellen Bezug interessanter machen

# Kleines 1x1 der Pressearbeit

## Tell a Story



# Kleines 1x1 der Pressearbeit

## Tell a Story

**Nachrichtenwert** hat das, worüber die Leute reden.

Es passiert immer so viel, wie in die Zeitung passt.

Oder anders gesehen:

**Es passiert nur das, was einen Newswert hat.**



# Kleines 1x1 der Pressearbeit

**Du musst nicht wissen,  
was der Redakteur will,  
du musst wissen, was sein Chef will.**

(Weisheit aus Pressestellen)

# Kleines 1x1 der Pressearbeit

**Ein deutscher Journalist  
muss nicht bestochen werden,  
er ist schon froh,  
wenn er eingeladen wird.**

(Kurt Tucholsky)



# Womit wen erreicht?

BILD-Zeitung	älter als 50 / männlich
BILD.de/Desktop	älter als 40 / männlich
BILD.de/App	älter als 30 / männlich
BILD/Facebook	älter als 20 / männlich
Byon (Be yourself online)	ab 16

# Womit wie viel verdient?

Bilanz Axel-Springer-Konzern Jan. – Sept. 2016

Das **Digitalgeschäft** erwirtschaftete im Berichtszeitraum:

<b>67 Prozent</b> vom Konzernumsatz,	(Gesamtumsatz: 2,39 Mrd. Euro)
<b>72 Prozent</b> vom Konzern-EBITDA	(Operativer Gewinn: 419 Mill. Euro)
<b>85 Prozent</b> der Werbeerlöse.	(Werbeerlöse ges.: 645 Mill. Euro)

Die Zahl der digitalen Abonnenten von BILD und WELT stieg im Vergleich zum Vorjahr um 14,3 Prozent auf 414.272.

**Springer ist vermutlich der einzige deutsche (Ex-)Zeitungskonzern, der tatsächlich seine Druckmaschinen abschalten und trotzdem weiter profitabel arbeiten könnte.**

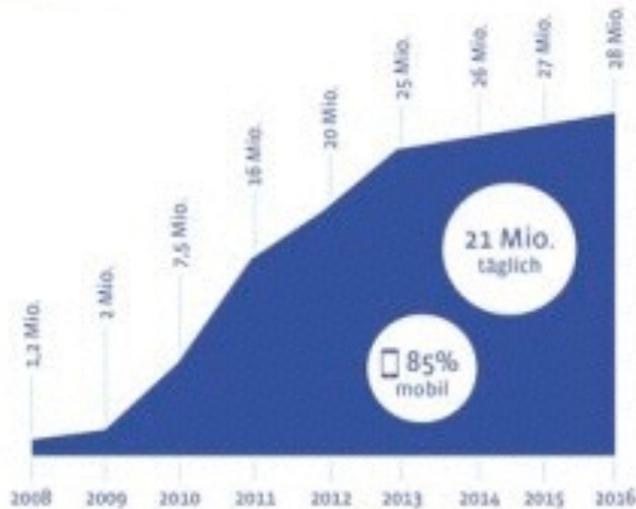
Quelle: Meedia, 3.11.2016



# Trends im Digital Marketing



**28 Millionen Deutsche nutzen Facebook**



**24 Millionen Deutsche nutzen Facebook mobil**



# So tickt ein Facebook-Fan

## Erfolg auf/im Facebook\*

- 60 % mehr Interaktionen für Posts mit Hashtags
- Doppelt so viele Shares für Postings mit 80 Wörtern und mehr
- Posts mit Ausrufezeichen erzeugen 300 % mehr Interaktionen
- 23 % mehr Interaktionen für Posts, in denen Fragen gestellt werden
- Posts mit Bildern werden zu 37 % mehr beantwortet
- Posts zwischen 17 und 1 Uhr erzeugen 11 % mehr Interaktionen

(\*Erfahrungen von Volontären bei BILD-online, die zwei Jahre lang BILD auf fb testen durften)



# So tickt ein Facebook-Fan

Inhalte müssen teilbar sein

Interaktionen beobachten und kennenlernen

Wut – *wird kommentiert*

Trauer – *wird geteilt*

Freude – *wird geliked*

(\*Erfahrungen von Volontären bei BILD-online, die zwei Jahre lang BILD auf fb testen durften)



# So tickt ein Facebook-Fan

Chronologie beobachten und nutzen

Was könnte wann gepostet/geliked werden?

vormittags – Emotionen (Überfälle, Katastrophen)

mittags – Ablenkung (bored worker syndrom)

abends – News, Shortreads

nachts – Longreads (Politik, Reise, Reportage)

(\*Erfahrungen von Volontären bei BILD-online, die zwei Jahre lang BILD auf fb testen durften)



GETS 2016 in Madrid

Thomas Meier-Vehring | RPIC 2015-18 | DGR-Medienbeauftragter

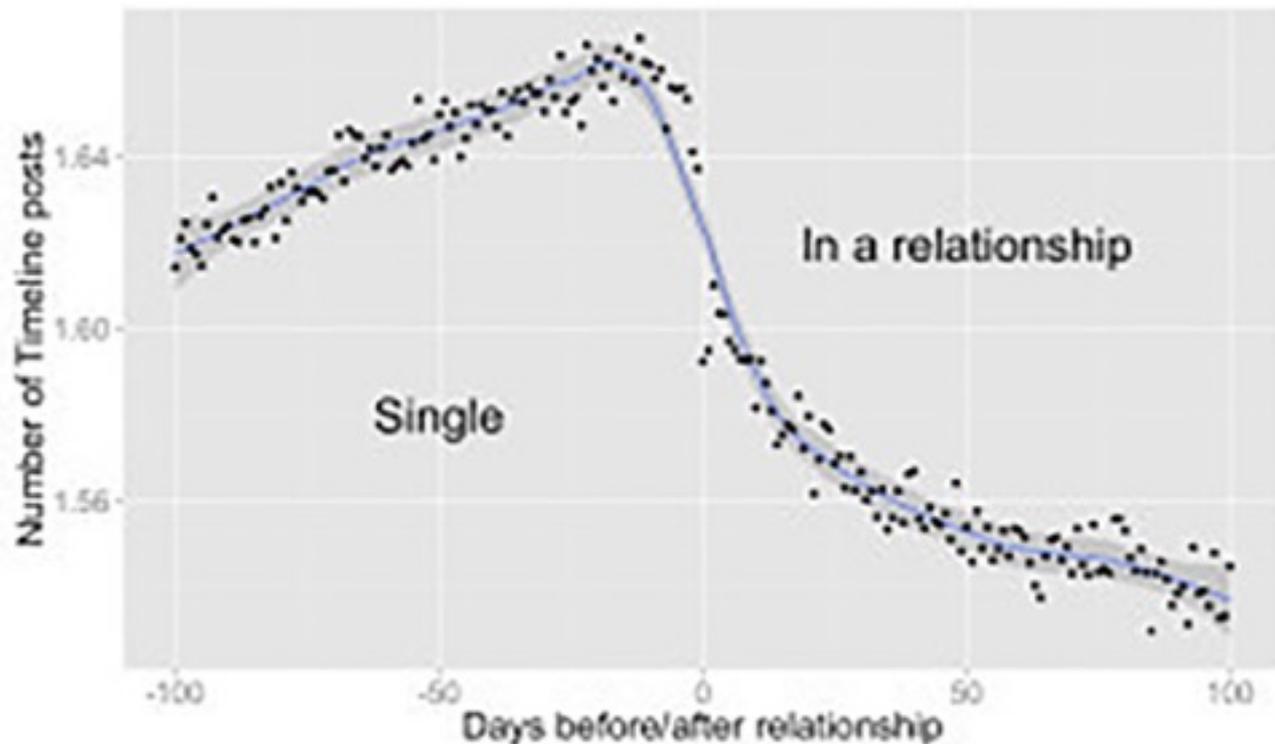
Verwendung: Nur für den internen Gebrauch und zur nichtöffentlichen Präsentation in den Clubs

Realisation und Copyright: [www.tmv-kommunikation.de](http://www.tmv-kommunikation.de) | & tmv-kommunikation e.K.

2016

# So tickt ein Facebook-Fan

Facebook kann vorhersagen,  
wer sich innerhalb der nächsten 100 Tage verliebt!



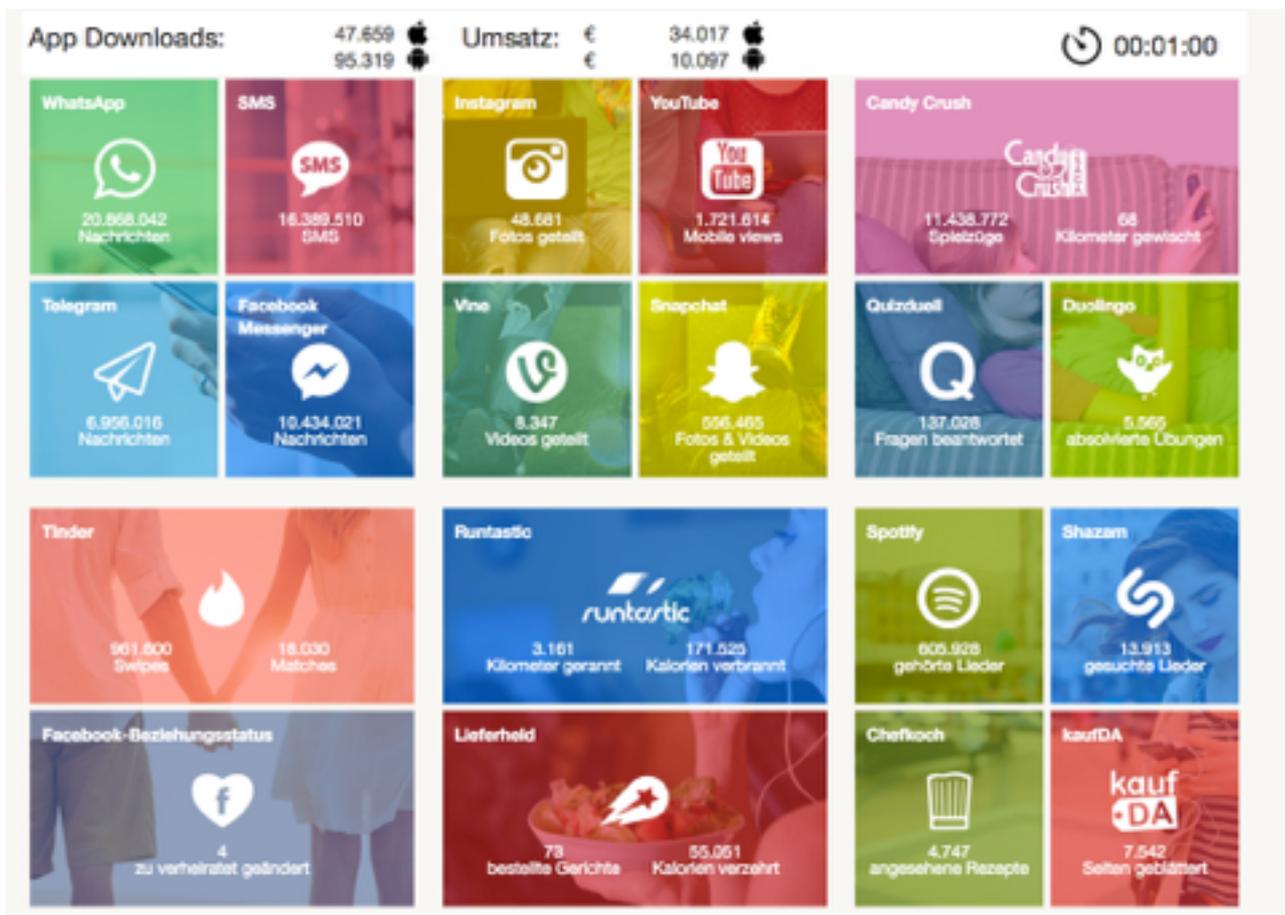
# Das Wissen von Facebook

## **Was Facebook über Dich weiß:**

- nach 4 Likes kennt fb Deine sexuelle Orientierung
- nach 10 Likes kennt fb Dich besser als Deine Kollegen
- nach 70 Likes besser als Deine Freunde
- nach 150 Likes besser als Eltern & Geschwister
- nach 300 Likes besser als Dein/e Ehepartner/-in

# Wer Facebook nicht mehr mag, ist heute (zusätzlich) schon bei ...

... 1 Minute  
morgens um 8  
Uhr



Quelle: Kauf.da 2016

**Snapchat**

**Livestreams / Facebook & Twitter**

**Influencer / reichweitenstarke Blogger  
und Profile bei fb, Twitter und  
YouTube mit sehr vielen Fans**

# Das solltet Ihr mitnehmen!

## Kohortenanalyse zur Lektüre von gedruckten Tageszeitungen

Reichweite Leser pro Nummer in Prozent

1970 20-24-Jährige = 81,2 Prozent

2015 65-69-Jährige = 73 Prozent

2015 20-24-Jährige = 28,9 Prozent

2045 50-54-Jährige = ??

Quelle: IfD-Allensbach AWA 2015

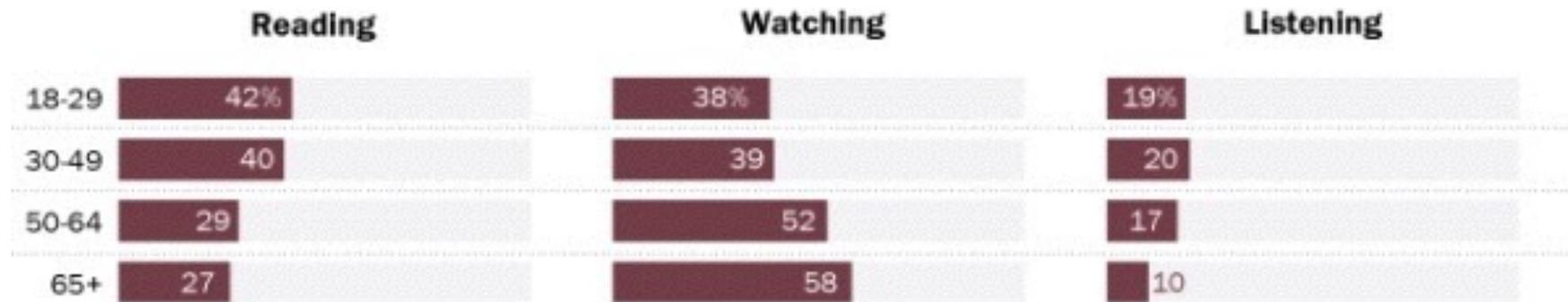


GETS 2016 in Madrid  
Thomas Meier-Vehring | RPIC 2015-18 | DGR-Medienbeauftragter  
Verwendung: Nur für den internen Gebrauch und zur nichtöffentlichen Präsentation in den Clubs  
Realisation und Copyright: [www.tmv-kommunikation.de](http://www.tmv-kommunikation.de) | & tmv-kommunikation e.K.

# Das solltet Ihr mitnehmen!

## Younger Americans more likely than older to prefer reading news; older opt for watching

*% of each age group who prefer to get their news by ...*



Source: Survey conducted Jan. 12-Feb. 8, 2016.

PEW RESEARCH CENTER

Quelle: meedia.de 7.10.2016



GETS 2016 in Madrid  
Thomas Meier-Vehring | RPIC 2015-18 | DGR-Medienbeauftragter  
Verwendung: Nur für den internen Gebrauch und zur nichtöffentlichen Präsentation in den Clubs  
Realisation und Copyright: www.tmv-kommunikation.de | & tmv-kommunikation e.K.

2016

# Das solltet Ihr mitnehmen!

Führungskräfte lesen heute Nachrichten zu

41 Prozent auf dem Smartphone

30 Prozent auf dem PC

20 Prozent auf dem Tablet

Quelle: Quartz



# Das solltet Ihr mitnehmen!

Pressearbeit für Rotary ist **aktive und kreative** Arbeit

Es gibt **nicht DIE** Pressearbeit, sondern viele Formen und Kanäle

**Die Welt ist digital und Ihre Zielgruppe online**

Der Wurm muss **dem Fisch** schmecken, nicht dem Angler

Wirb nicht – **erzähle lieber eine Geschichte**



# ... und: ERFOLGE messen!

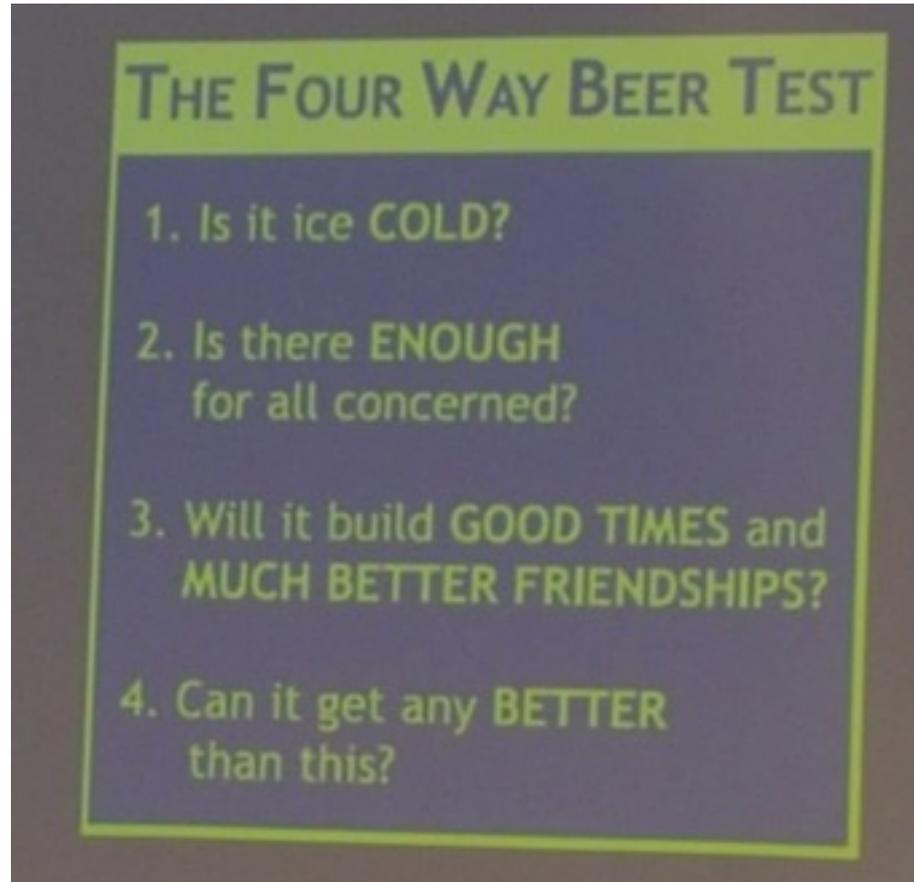
- Frage Deinen Nachbarn, ob er Rotary/Rotaract kennt?
- Frage jemanden, den Du zufällig triffst: Was weißt Du über Rotary/Rotaract?
- Versuche den “Elevator-Pitch”  
Erkläre Rotary/RAC auf dem Weg vom EG ins 14. OG (= 30 Sekunden?)



... am Ziel!



# Vielen Dank für Eure Aufmerksamkeit!



# Vielen Dank für Eure Aufmerksamkeit!



# Vielen Dank für Eure Aufmerksamkeit!



Sitzungstermine des DGR-Ausschuss  
Kommunikation:

**18. März und 9. September 2017**

Steigenberger Hotel Metropolitan, Frankfurt/Main



**Thomas Meier-Vehring**

RPIC – Rotary Public Image Coordinator 2015-18

Tel. +49 171 3196250 [info@tmv-kommunikation.de](mailto:info@tmv-kommunikation.de)



**Nadine Dusberger**

ARPIC – Assistant Rotary Public Image Coordinator 2016-18

Tel. +49 172 8009452 [nadine@dusberger.de](mailto:nadine@dusberger.de)



**Holger Bahl**

ARPIC – Assistant Rotary Public Image Coordinator 2016-18

Tel. +49 171 8417107 [bahl.pressebuero@t-online.de](mailto:bahl.pressebuero@t-online.de)

# Vielen Dank für Eure Aufmerksamkeit!

## Thomas Meier-Vehring

Rotary Public Image Coordinator 2015-18

Medienbeauftragter und Pressesprecher des Deutschen Governorrates  
*Atlanta Convention 2017 | Regional Promotion Coordinator Germany*

Am Barenbach 8 | 59174 Kamen

Telefon 02307 79525 (p.) / 02307 9835-273 (d.)

Mobil 0171 3196250

Facebook <https://www.facebook.com/thomas.meiervehring>

E-Mail [meier-vehring@pr-rotary.de](mailto:meier-vehring@pr-rotary.de)

Instagram rotary\_germany & thmeiervehring

Snapchat rotary\_germany & thomasmv59



GETS 2016 in Madrid

Thomas Meier-Vehring | RPIC 2015-18 | DGR-Medienbeauftragter

Verwendung: Nur für den internen Gebrauch und zur nichtöffentlichen Präsentation in den Clubs

Realisation und Copyright: [www.tmv-kommunikation.de](http://www.tmv-kommunikation.de) | & tmv-kommunikation e.K.