

TEAM ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Größe (ca. 3 KD, 3 WiKos, 1 IMI)

Wie in allen anderen Teams auch, wird zu Beginn des Projektes eine Doppelspitze für die Teamkoordination (KD und Wiko) gewählt. Die Teamkoordination vertritt die Interessen des Teams gegenüber den anderen Koordinatoren, der Projektleitung, dem Verein und der Hochschule im wöchentlichen PK-TK Meeting. In einem regelmäßigen Team-Meeting werden Arbeitsstände, -fortschritte und Ideen ausgetauscht und etwaige Probleme diskutiert.

Innerhalb eures Teams wird ein Finanzverantwortliche/-r gewählt. Er/Sie arbeitet Angebote, aufbereitete Aufträge/Verträge, den monatlichen Finanzplan und die Gesamtkalkulation eures Teams dem Team Finanzen zu.

Eure wesentlichen Aufgaben:

- Formulierung, Gestaltung und Aussendung von Pressemitteilungen (Print und digital)
- Textunterstützung sämtlicher Teams
- Gesamtlektorat aller Schriftstücke des Projektes (Anschreiben, Ausschreibungen, Mappen, FAQ, Jurytexte)
- Redaktionelle Beiträge und Anzeigen/Banner - Erstellung für relevante Medien
- Text und Gestaltung der Broschüre zur Unternehmensakquise (mit Team UK)
- Führen und Archivieren einer Pressemappe (Print und digital)
- Gestaltung sämtlicher Medien gemäß Werbestrategie und Motto
- Design und Produktion eines Pressestandes
- Präsentation des Projektes nach innen: Projektteam, andere Studenten und Dozenten (0-Tag, Einführungsveranstaltungen, Tag der offenen Tür)
- Erarbeiten und Umsetzung einer Werbestrategie: z. B. Plakate, Aktionen, Informationsveranstaltungen, Give-aways etc. (inklusive Design und Produktion)
- Direkte Zusammenarbeit mit Pressestelle der HTW (Gisela Hüttinger)
- Vor- und Nachbereitung des Presseworkshops (Implementierung der Maßnahmen)
- Präsentation des Projektes nach außen (Unternehmen, Sponsoren, Kooperationspartner, Medien)

- Pressekontakte kontinuierlich mit Informationen und Material versorgen
- Presseverteiler pflegen und ausbauen, Multiplikatorenliste erstellen (Kooperationspartner, Sponsoren, Vereinigungen und Verbände)
- Recherche und Beauftragung von kostenpflichtigen Pressediensten (Verteildienst)
- Akquise und kontinuierlicher Kontakt zu Schirmherren (Information über Projektfortschritt, Einladung zum Tag der Wirtschaftskommunikation, Einfordern von Grußwort und Jahrbucheinträgen, abschließende Dankschreiben inkl. Jahrbuch)
- Erstellung von Presse-Clipping und Pressespiegel
- Konzept, Planung und Durchführung Pressekonferenz (inkl. Einführungsrede)
- Besondere Betreuung von Journalisten am Tag der Wirtschaftskommunikation
- Pflege der Website www.dpwk.de (aktuelle Inhalte, Archiverweiterung, Verlinkung)
- Regelmäßige Formulierung, Design und Versand von Newslettern auf dpwk.de
- Erstellung und Verbreitung von Audio- und Videopodcast
- Stringente Bespielung sämtlicher Social-Media-Accounts (Twitter, Youtube, Xing, Facebook)
- Betreuung der Website students.dpwk.de (Interviews führen, Bilder und Texte hochladen)