



Deutsche  
Gesellschaft  
Sonnenenergie

Deutsche Gesellschaft für Sonnenenergie e.V.  
Bundesgeschäftsstelle  
EUREF-Campus 16

**Phone** + 49 (0)30 / 58 58 238 – 00  
**Email** baumann@dgs.de  
**Web** www.dgs.de

# Stellenbeschreibung

**Medienkoordinatorin (m/w/d) DGS – Deutsche Gesellschaft für Sonnenenergie e.V.**

## **Ausgangslage:**

Die DGS stellt sich in verschiedenen Kanälen dar:

- Zeitschrift SONNENENERGIE
- Newsletter DGS-News
- Pressearbeit/Pressemitteilungen
- Social Media
- Webseiten, inkl. SolarSchulen, Webinare, Wikipedia
- Messen
- Indirekt: Anzeigenkunden

Daneben agieren auch die Landesverbände und teils auch Sektionen z.B. mit eigenen Pressemitteilungen und Social Media-Auftritten.

## **Herausforderung:**

Die Medienarbeit ist derzeit nur wenig strukturiert und teils unkoordiniert. Meldungen der Zeitschrift, der News und der Pressearbeit sowie z.B. Erscheinungstermine werden nicht koordiniert. Ein „roter Faden“ fehlt. Angebote der DGS werden nicht passend beworben. Eine Koordination soll die Kommunikation effizienter und professioneller machen und damit die Wirkung verbessern. Ergebnis soll eine bessere Wirkung und mehr Sichtbarkeit sein.



## **Aufgaben der Medienkoordination:**

### **1. Abstimmung Kommunikationsziele**

#### kurzfristig:

- Aufbau einer Struktur der Medienkoordination aufsetzen
  - o Einführung des neuen Logos, der Schriften (bereits begonnen)
  - o gemeinsamer Contentplan
  - o Schnittstelle zum Präsidium/Festkomitee
  - o Einführung der noch zu verabschiedenden „Positionen“ und „Leitplanken“,
  - o fachliche Führung der Verantwortlichen der jeweiligen Medienkanäle, Teambuilding
- Kommunikationsziele im Jubiläumsjahr
- Zahl von Meldungen; koordiniert mit Budget
- Abstimmung zentrale Botschaften (bereits begonnen)

#### ab Herbst u. langfristig:

- genaue Definition der Zielgruppen und Botschaften zielgruppenbezogen
- Kommunikationsziele für 2026, eventuell Kennzahlen für Messbarkeit
- Zahl von Meldungen 2026; koordiniert mit Budget

### **2. Erstellung, Koordination und regelmäßige Pflege Redaktionsplan/Kommunikationskalender**

#### kurzfristig:

- Online-Kalender 2025 für alle DGS-Medien (nextcloud)
  - o relevante Termine intern (Delegiertenversammlung, Veranstaltungen etc.)
  - o relevante Termine extern (Messen, Stichtage Regulatorik etc.)
- Koordination von Themen und Erscheinungszeiten über alle Medien
- E-Mail-Verteiler Medienschaffende in der DGS
- wöchentliche Mail an diese Medienschaffende (aktuelle neue Themen und Vorschau, Hinweis Kalender, etc.)
- monatliche Medien-Team-Online-Sitzung (Abstimmung kommender Monat, aktuelle Projektliste, neue Medien/Bedeutung/Nutzung?)

#### ab Herbst u. langfristig:

- Online-Kalender 2026 (f. interne u. externe Termine)
- trello oder ähnliches zur Vernetzung (kostenpflichtig), CMS?



### **3. Erstellung/Pflege Medien- und Expertendatenbank**

#### kurzfristig:

- Kontakte Presse (bundesweit und nach Bundesländern)  
(ggfs. Zusammenführung bisheriger Sammlungen)
- Ansprechpartnerliste für Medien (Expertenliste)

#### ab Herbst u. langfristig:

- für 2026: Pressekonferenzen (z.B. zur Intersolar ...), Webinare (nicht nur für Presse, aber eben auch)

### **4. Erstellung Presse Kit für Website**

#### kurzfristig:

- Selbstdarstellung/Fact Sheet (erste Version bereits erstellt)
- Ansprechpartner
- Kurzportrait Präsidenten, GF, Vorsitzende Fachausschüsse mit Bildmaterial, update Wikipedia
- Koordination Pressemitteilungen (Themen, Zeiten)
- Erstellung DGS-Statements zu aktuellen Themen
- kleine Fotodatenbank
- Angebote/Dienstleistungen/Publicationen

#### ab Herbst u. langfristig:

- Vorschlag für größere Fachbeiträge
- Ausbau größere Fotodatenbank
- Vorschläge für Interviews
- ggfs. weitere Medienangebote
- Besichtigungen Beispielprojekte („success stories“)
- regionale Ansprechpartner
- Expertenvermittlung (Fachausschüsse etc.)
- gezielte zentrale Pressearbeit für die Sektionen
- Medienkooperationen (Energiekommune, usw.)



## **5. Social Media**

### kurzfristig:

- Koordination: Welche Medien mit welchem Gewicht?
- beobachten: Wie entwickeln sich die Kanäle (s. X und FB)
- Koordination Contenterstellung durch wen?
- Koordination: Wer erledigt Interaktion?

### langfristig:

- Ausbau dieser Punkte, neue Kanäle
- Kontakte zu Youtubern, Influencern ausbauen (bereits begonnen)

## **6. Monitoring (Evaluation Soll/Ist, Maßnahmenentwicklung, Steuerung)**

### kurzfristig:

- Statistik und zentrale Online-Ablage Medienberichte
- Aufbereitung, Analyse, Steuerung Social-Media-Auswertung
- Jahresbericht Medienarbeit
- quartalsweise Kurzbericht (für DGS-intern)
- Verbesserungen aufnehmen und umsetzen

### ab Herbst u. langfristig:

- langfristig: Clipping-Dienst engagieren? (Kosten?)
- Budgetvorschlag für Haushaltsplan 2025/2026  
(Überwachung per Fortschreibung Haushaltsplan)

## **7. Veranstaltungsunterstützung von DGS-Veranstaltungen**

### kurzfristig:

- Veranstaltungen (z.B. Sektionen) mit Zuarbeit unterstützen

### ab Herbst u. langfristig:

- Ausweitung der Unterstützung

## **8. Unterstützung von DGS-Projekten**

### kurzfristig:

- Projekte durch Zuarbeit unterstützen

### ab Herbst u. langfristig:

- echter Vertrieb über die Medien (z.B. Werbung für Schulungen, Projekte ...)

## **9. Krisenkommunikation**

### kurzfristig:

- mündliche Absprache: Wie vorgehen bei z.B. Pressekritik gegen DGS (von Schweigen bis Attacke)
- „quick-response-topics“ vorbereiten und bereithalten, inkl. Fürsprecher, Unterstützer (BEE, andere)

### ab Herbst u. langfristig:

- Ablaufplan dazu erstellen (Meldekette, inner circle, dos and don'ts)
- interne Schulung GS, Präsidium und Medienschaaffende

## **Organigramm**

