

Öffentlichkeitsarbeit

Wecken Sie Aufmerksamkeit für Ihre Veranstaltung!

Den Erfolg einer Sportveranstaltung kann man auch an der Anzahl der Besucher*innen/Zuschauer*innen bzw. Teilnehmer*innen messen.

Mit einer gut gemachten Öffentlichkeitsarbeit lassen sich die Veranstaltungszielgruppen für einen Besuch, eine Teilnahme der Vereinsveranstaltung oder eine Berichterstattung begeistern.

Die Öffentlichkeitsarbeit (engl. Public Relations: auch PR) ist die Gestaltung und Beeinflussung der Außen- und Innenwirkung des Sportvereins bzw. seiner Sportveranstaltung durch eine zielgerichtete Kommunikation.

Bevor Sie mit der Öffentlichkeitsarbeit für eine Vereinsveranstaltung starten, legen Sie zunächst fest, an wen sich diese richtet: Gibt es neben den Besuchern, Zuschauern und Teilnehmern weitere Zielgruppen, die man im Fokus haben muss? Weitere Zielgruppen sind z.B. Medienvertreter*innen, Blogger*innen, Social Media Influencer*innen., Sponsoren, Anwohner*innen, Sportverbände sowie öffentliche Geldgeber und deren Vertreter*innen. Überlegen Sie sich gut, über welche Medien und mit welchen Instrumenten der Öffentlichkeitsarbeit Sie Ihre Zielgruppen erreichen! Es gilt Streuverluste (= man erreicht die falsche Zielgruppe) zu vermeiden!

Erstellen Sie einen Plan, welche Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit Sie umsetzen wollen (idealerweise welche Maßnahmen, wann umgesetzt werden sollen und an wen sie sich richten).

Welche **Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit** können eingesetzt werden?

a.) Nicht-digitale (klassische) Instrumente

- Vereinszeitung
- Programmheft
- Vereinsschaukasten/Infotafel
- Durchsagen/Ankündigungen bei Vereinsveranstaltungen
- Pressemitteilung
- Pressegespräch
- Redaktionsbesuch
- [PR-Kooperation/Medienpartnerschaft](#)
- PR-Event (Pre-Event im Vorfeld der Veranstaltung)
- Brief

- Plakate
- Flyer

b.) Online-Instrumente

- Homepage
- [E-Mail-Newsletter](#)
- [Vereins-/Veranstaltungs-App](#)
- E-Mailing (z.B. an potenzielle Teilnehmer*innen und Mitglieder)
- Social Media (Instant Messenger, wie WhatsApp, Threema oder Signal; soziale Netzwerke, wie Facebook, Instagram & Co., YouTube, Twitter etc.)
- Event-Portale (z.B. für Veranstaltungsankündigungen)
- Online-Pressekonferenzen
- Online-Pressemitteilung
- [Influencer Relations](#)
- [Online-Werbung](#)(z.B. Google Ads, Facebook-Anzeigen)

Praxistipps:

- Informieren Sie frühzeitig Ihre Kernzielgruppe(n): Zuschauer*innen und Teilnehmer*innen!
- Informieren Sie rechtzeitig Medienvertreter*innen mit einer Pressemitteilung und laden diese ein, bei der Veranstaltung live dabei zu sein!
- Motivieren Sie Blogger*innen/Influencer*innen, von der Vereinsveranstaltung zu berichten!
- Lassen Sie die Veranstaltung in die Veranstaltungskalender ihrer Kommune, ihres Stadt-/Kreisportbundes und Fachverbandes aufnehmen!
- Nutzen Sie die Medien von Kooperationspartnern, Sponsoren, Sportbünden, Sportfachverbänden und der Kommune, um auf Ihre Veranstaltung aufmerksam zu machen!

Checkliste „Aufgabenspektrum Mitarbeiter*in Öffentlichkeitsarbeit“:

- PR-Plan erstellen
- Kontaktaufbau- und -pflege mit Medien (frühzeitig informieren, dass die Veranstaltung stattfindet, interessante Zwischeninformationen verschicken: z.B. eine bestimmte Teilnehmerzahl wurde erreicht, eine bestimmte Anzahl von Tickets wurde abgesetzt, ein*e bekannte Sportler*in; hat seine/ihre Teilnahme zugesagt; Ergebnis-/Pressemitteilung am Tag der Veranstaltung)
- Information Vereinsmitglieder, Teilnehmer*innen, Besucher*innen mit den o.g. Instrumenten
- Information Fachverband, Stadt-/Kreisportbund, Kommune, Sponsoren
- Aufnahme der Veranstaltung in Veranstaltungskalender

- Vorabinformation an die Presse, Ankündigungsartikel erstellen und veröffentlichen
- Autoren für Beiträge im Programmheft gewinnen
- Grußwort für Programmheft erbitten (Bürgermeister*in, Verbandspräsident*in, Vertreter*in, Hauptsponsor)
- Fotograf*in bestellen
- Pressekonferenz durchführen, wenn dadurch ein Mehrwert für Medienvertreter*inne zu erwarten ist
- Nachberichterstattung in Vereinsmedien und externen Medien
- Mediendokumentation erstellen für vereinseigene Zwecke sowie Sponsoren
- Auswertung der Medienresonanz (online und offline)

Ausführliche Informationen zum Themengebiet Öffentlichkeitsarbeit finden Sie in unserer VIBSS-Rubrik [„Öffentlichkeitsarbeit“](#) . Dort erfahren Sie z.B., wie man eine Pressemitteilung verfasst oder eine Pressekonferenz organisiert.