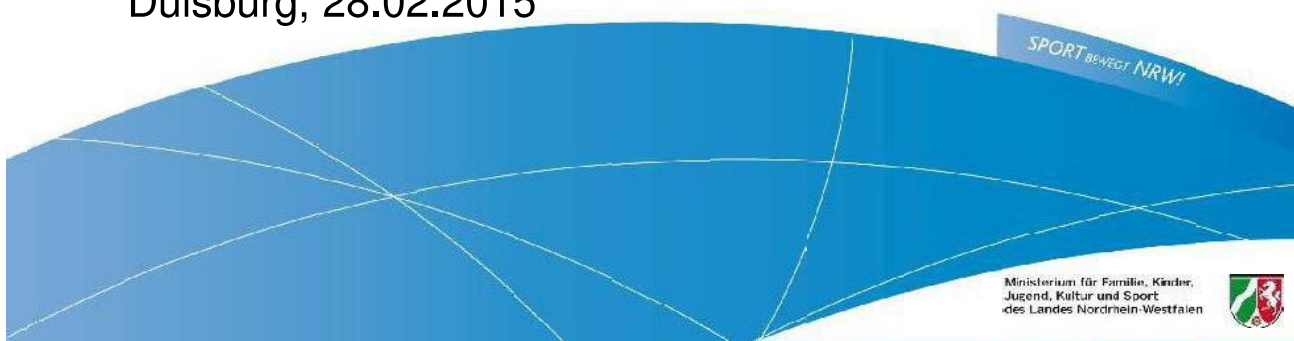




Öffentlichkeitsarbeit im Sportverein/im Tischtennissport

Dirk Schröter
Diplom-Sportökonom (Uni Bayreuth)

Duisburg, 28.02.2015



Praxistipp: Erweitern Sie Ihr Know-how!

- Weiterbildungs-/Informations-/Beratungsangebote (z.B. der Sportbünde und Sportverbände) nutzen
 - VIBSS-Online (www.vibss.de)
 - Vereinsberatungen der Bünde/Verbände
- Verbandszeitschriften
- Prüfen, ob Know-how im Verein vorhanden (Redakteur, MA PÖA Unternehmen?)



Was ist Öffentlichkeitsarbeit?

- Öffentlichkeitsarbeit (auch: Public Relations) bedeutet allgemein „Kommunikation“
- Verein kommuniziert auch, wenn er keine Öffentlichkeitsarbeit betreibt

**Grundsatz:
Verein kann nicht nicht kommunizieren!**

10 | Öffentlichkeitsarbeit im Sportverein/Tischtennisport, Duisburg 28.02.2015

Definition Öffentlichkeitsarbeit

- Öffentlichkeitsarbeit bezeichnet:
 - die bewusst geplante und gestaltete öffentliche Kommunikation (z.B. von Vereinen)
 - alle Maßnahmen zur Pflege der Beziehungen zur Öffentlichkeit (Menschen, Institutionen)
 - alle Maßnahmen zur Imagepflege eines Vereins in der Öffentlichkeit.

(in Anlehnung an <http://de.wikipedia.org/wiki/%C3%96ffentlichkeitsarbeit>)

Rede über das, was Du tust und schaffe Beziehungen!

11 | Öffentlichkeitsarbeit im Sportverein/Tischtennisport, Duisburg 28.02.2015

Definition Öffentlichkeitsarbeit

- Öffentlichkeitsarbeit **im weiteren Sinne**:
 - strategische Führungsaufgabe
 - Vereinskommunikation (alle Facetten)
- Öffentlichkeitsarbeit **im engeren Sinne**:
 - bezeichnet die operative Ebene
 - Presse-/Medienarbeit als Kerndisziplin

12 | Öffentlichkeitsarbeit im Sportverein/Tischtennisport, Duisburg 28.02.2015

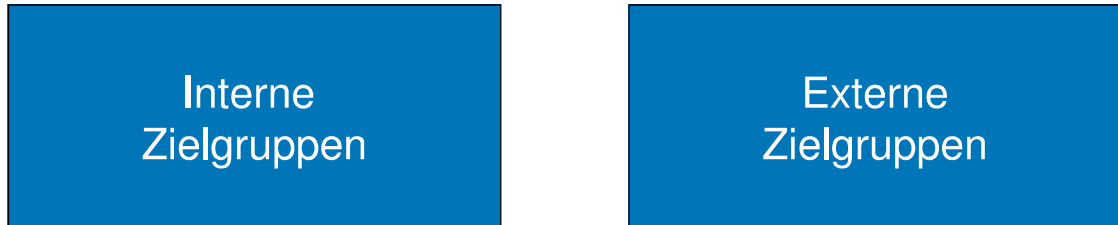
Voraussetzungen der Öffentlichkeitsarbeit

- Warum gibt es den Verein? (Zweck/Mission des Vereins)
- Hat der Verein eine -möglichst unverwechselbare- Identität? (Positionierung gegenüber anderen Vereinen/Sportarten)
- Wo will der Verein langfristig hin? (Strategie, Ziele)
- Welche Zielgruppen hat der Verein?

15 | Öffentlichkeitsarbeit im Sportverein/Tischtennisport, Duisburg 28.02.2015

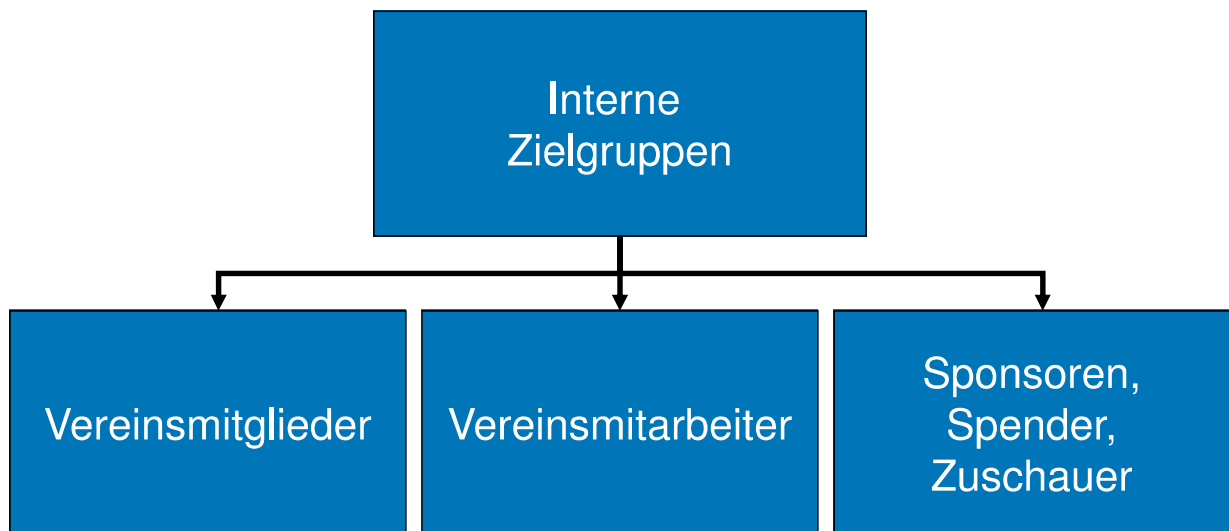
Zielgruppen der Öffentlichkeitsarbeit

- Interne und externe Bezugsgruppen des Vereins:



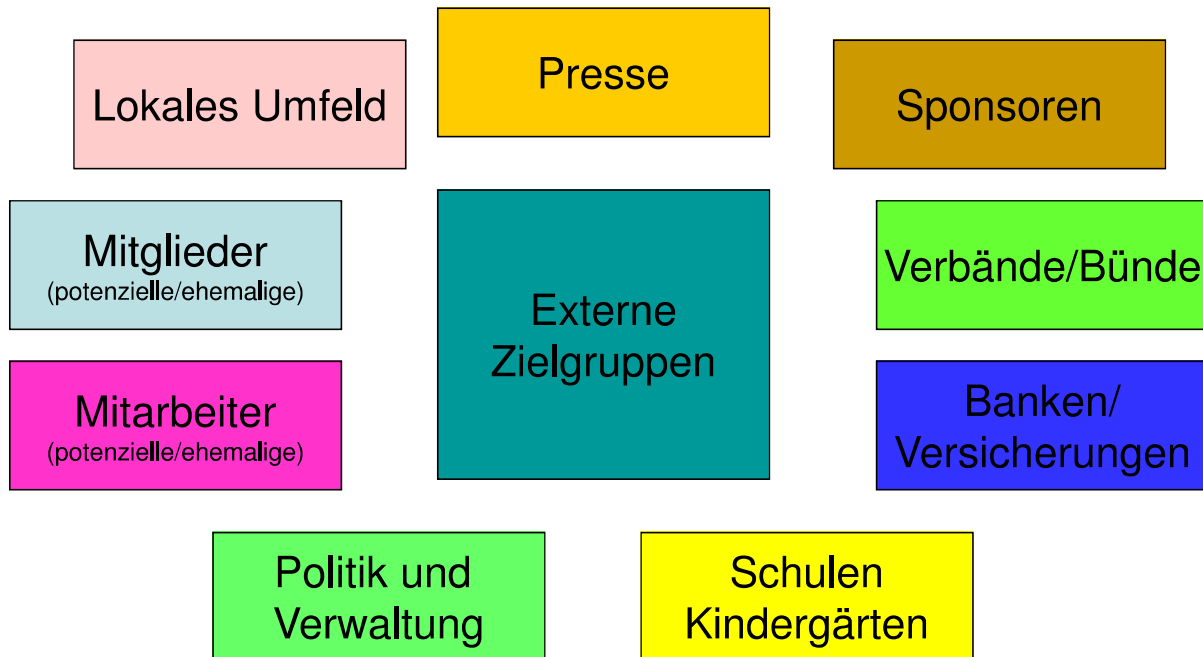
29 | Öffentlichkeitsarbeit im Sportverein/Tischtennissport, Duisburg 28.02.2015

Zielgruppen der Öffentlichkeitsarbeit



30 | Öffentlichkeitsarbeit im Sportverein/Tischtennissport, Duisburg 28.02.2015

Zielgruppen der Öffentlichkeitsarbeit



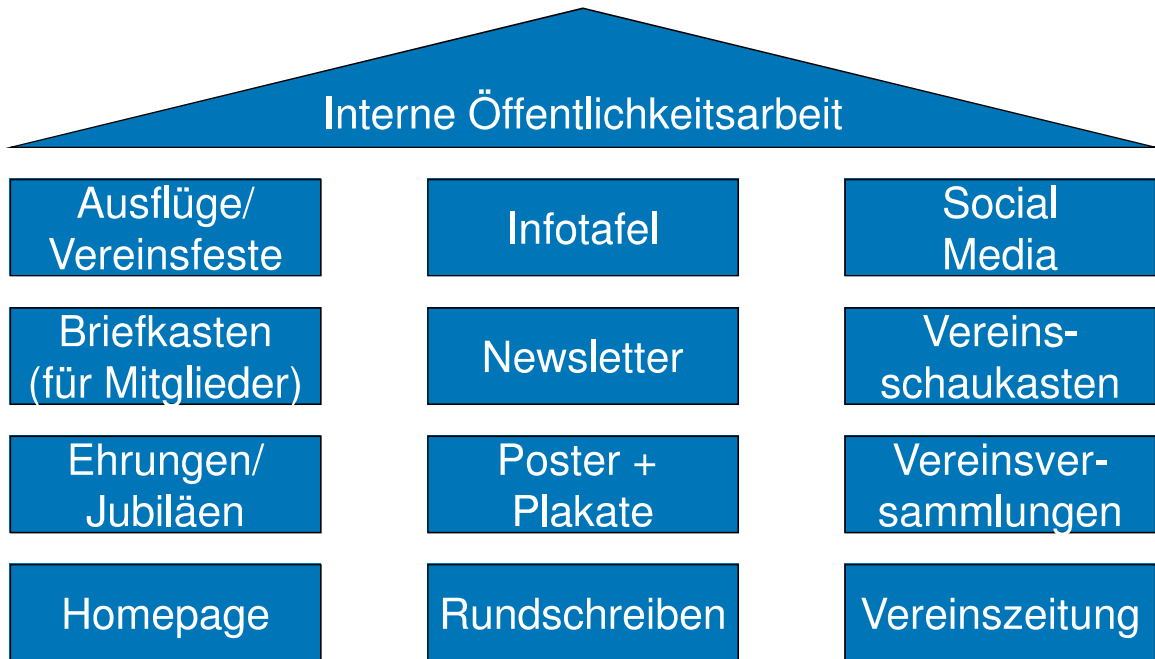
31 | Öffentlichkeitsarbeit im Sportverein/Tischtennissport, Duisburg 28.02.2015

Ziele der Öffentlichkeitsarbeit

- Verein und seine Angebote bekannt machen
- Mitgliedergewinnung und -bindung
- Imageaufbau- und -pflege
- Mitarbeitergewinnung und -bindung
- Verständnis schaffen und Vertrauen aufbauen
- Mittelbeschaffung erleichtern
- Internen und externen Informationsfluss sichern und aktiv gestalten

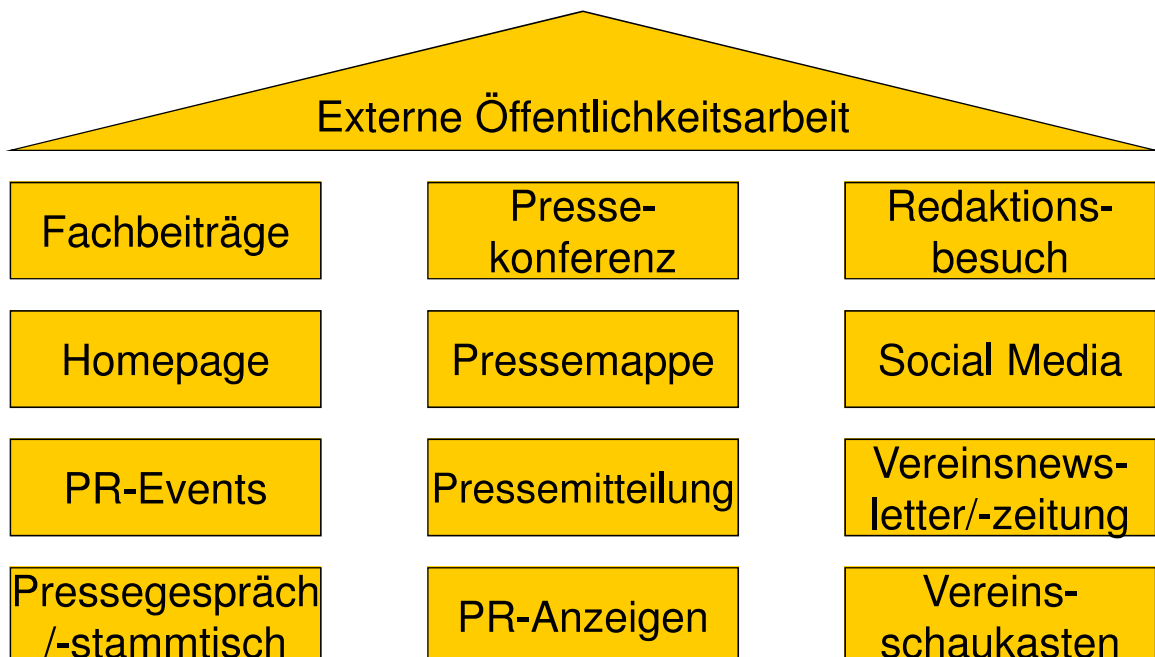
33 | Öffentlichkeitsarbeit im Sportverein/Tischtennissport, Duisburg 28.02.2015

Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit



34 | Öffentlichkeitsarbeit im Sportverein/Tischtennissport, Duisburg 28.02.2015

Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit



35 | Öffentlichkeitsarbeit im Sportverein/Tischtennissport, Duisburg 28.02.2015

Pressearbeit



105 | Öffentlichkeitsarbeit im Sportverein/Tischtennissport, Duisburg 28.02.2015

Pressearbeit

- **Kriterien zur Auswahl eines Themas durch Medienvertreter:**
 - **Vereinfachung:** Themen oder Ereignisse, die einfach zu verstehen und darzustellen sind und keiner Recherche mehr bedürfen, erfahren eine größere Bereitschaft bei den Journalisten, diese zu veröffentlichen.
 - **Identifikation:** Journalisten veröffentlichen eher Themen, die ihnen räumlich, kulturell oder durch Personen nahe sind.
 - **Sensationalität:** Je ungewöhnlicher das Ereignis, desto leichter machen Redaktionen Nachrichten daraus.

108 | Öffentlichkeitsarbeit im Sportverein/Tischtennissport, Duisburg 28.02.2015

Pressearbeit

- **Kriterien zur Auswahl eines Themas durch Medienvertreter:**
 - **Kontinuität:** Wenn ein Thema bereits in der öffentlichen Diskussion war, gelangen Themen in diesem Zusammenhang leichter in die Berichterstattung der Journalisten.
 - **Zeitaspekt:** Neben den obigen Kriterien können Vereine auch die nachrichtenarmen Zeiten nutzen. Im Hochsommer während der Ferien beispielsweise oder rund um den Jahreswechsel können Informationen thematisiert werden, die sonst eine geringe Chance auf Veröffentlichung haben.

109 | Öffentlichkeitsarbeit im Sportverein/Tischtennisport, Duisburg 28.02.2015

Pressearbeit

- **Nachricht muss:**
 - glaubwürdig sein
 - Neues vermitteln
 - für die Öffentlichkeit relevant sein
 - nachvollziehbar sein

**Gilt für alle in der Redaktion eingehenden
Berichte, Texte, Informationen!**

110 | Öffentlichkeitsarbeit im Sportverein/Tischtennisport, Duisburg 28.02.2015

Pressearbeit – Aufbau/Gliederung von Pressemitteilungen

- **Aussagekräftige Überschrift! Muss Interesse wecken und leicht verständlich sein.**
- **Klare Gliederung des Textes/Übersichtliche Struktur:**
Die wichtigsten Informationen sollten am Anfang des Textes stehen und dann in der Wertigkeit abnehmen.

111 | Öffentlichkeitsarbeit im Sportverein/Tischtennissport, Duisburg 28.02.2015

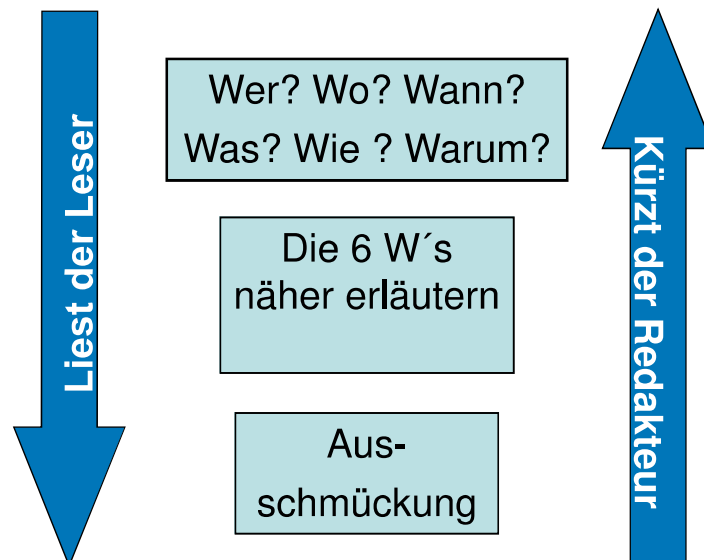
Pressearbeit – Aufbau/Gliederung von Pressemitteilungen

- **Journalistische W's**
Pressemitteilung sollte mit dem ersten Absatz die sechs W-Fragen beantworten:
 - **WER ?**
 - **WAS?**
 - **WANN?**
 - **WO?**
 - **WIE?**
 - **WARUM?**

Der erste Absatz entscheidet über den Erfolg!

112 | Öffentlichkeitsarbeit im Sportverein/Tischtennissport, Duisburg 28.02.2015

Pressearbeit – Aufbau/Gliederung von Pressemitteilungen



113 | Öffentlichkeitsarbeit im Sportverein/Tischtennissport, Duisburg 28.02.2015

Pressearbeit – Sprache/Formatierung von Pressemitteilungen

- **Keine Schachtelsätze verwenden:**
Kurze Sätze. Maximal 20 Wörter.
- **Verständlich schreiben:**
Vermeiden von Abkürzungen, Spezialbegriffen und Fremdwörtern, wenn diese nicht erklärt werden.
- **Sachlich/neutral formulieren**

KISS-Regel: Keep it short and simple!

115 | Öffentlichkeitsarbeit im Sportverein/Tischtennissport, Duisburg 28.02.2015



Pressearbeit – Sprache/Formatierung von Pressemitteilungen

- Keine ICH-Form/keine direkte Anrede
- Personen mit Vor- und Zunamen nennen
- Mit Zitaten den Inhalt auflockern
- Zeichensetzung, Rechtschreibung und Grammatik beachten

116 | Öffentlichkeitsarbeit im Sportverein/Tischtennisport, Duisburg 28.02.2015



Pressearbeit – Sprache/Formatierung von Pressemitteilungen

- Gut lesbare Schrift verwenden
- Bilder, Abbildungen und/oder Grafiken beifügen
- Ausreichend Korrekturrand lassen
- Datum, Absender und Ansprechpartner

117 | Öffentlichkeitsarbeit im Sportverein/Tischtennisport, Duisburg 28.02.2015

Praxistipp: Checkliste Pressemitteilung!

- Vermeiden, dass sich die Pressemitteilung mit ähnlichen und evtl. wichtigeren Themen überschneidet (Termin gezielt auswählen!)
- Überschrift wählen, die Aufmerksamkeit beim Leser erzeugt (Kernaussage! Muss Interesse wecken und leicht verständlich sein!)
- Die wichtigsten Informationen sollten am Anfang des Textes stehen!
- Inhalte auf das Wesentliche beschränken!
- Text mit Zitaten auflockern!
- Kurze Sätze. Maximal 20 Wörter. Prägnante Sprache verwenden!
- Bilder, Abbildungen und/oder Grafiken beifügen!

118 | Öffentlichkeitsarbeit im Sportverein/Tischtennissport, Duisburg 28.02.2015

Praxistipp: Checkliste Pressemitteilung!

- Gut lesbare Schrift verwenden!
- Breiter Rand (max. 40 Zeichen pro Zeile)!
- Stets den gleichen formalen Aufbau wählen (Wiedererkennungseffekt!)
- Corporate Design des Vereins beachten (Schrift, Vereinslogo etc.)!
- Sponsorenlogos auf der Pressemitteilung platzieren!
- Adressverteiler noch aktuell? Ggf. durch neue Ansprechpartner ergänzen!
- Datum, Absender und Ansprechpartner (Telefon und E-Mail)!

119 | Öffentlichkeitsarbeit im Sportverein/Tischtennissport, Duisburg 28.02.2015

Pressearbeit – Kontaktaufbau zu/ Kontaktpflege mit Redaktionen

- Name des/der Ansprechpartner/s (Sport-, Lokal-, Onlineredaktion) ermitteln
- Persönlich Kontakt aufnehmen (wenn neuer Kontakt aufgebaut werden soll bzw. wenn neuer Mitarbeiter im Verein)
- Gut vorbereiten, eigene Fragen notieren sowie aktuelle/interessante Infos und Kontaktdaten zum Verein bereithalten

120 | Öffentlichkeitsarbeit im Sportverein/Tischtennisport, Duisburg 28.02.2015

Pressearbeit – Erstkontakt

- **Folgende Fragen beim Erstkontakt klären:**
 - Was ist inhaltlich interessant, was nicht?
 - Wie sollen die Mitteilungen gestaltet sein? (Umfang, Schriftart, Korrekturrand)
 - Wann ist Redaktionsschluss? Wann sollen die Mitteilungen vorliegen?
 - Wie soll übermittelt werden?
 - Welche Dateiformate werden gewünscht? (PM in Mail integrieren oder als Anhang?)
 - Wer soll die Nachrichten erhalten?

121 | Öffentlichkeitsarbeit im Sportverein/Tischtennisport, Duisburg 28.02.2015

Pressearbeit – Umgang mit Medien

- Journalisten als Partner betrachten
- Absprachen einhalten
- Medien gleichzeitig informieren
- nur „interessante“ Informationen
- regelmäßig informieren
- aktuell informieren
- wahrheitsgemäß und solide informieren
- Vorleistungen erbringen
- hartnäckig bleiben
- Nähe zum Verein zulassen
- Kontakte pflegen

122 | Öffentlichkeitsarbeit im Sportverein/Tischtennissport, Duisburg 28.02.2015

Praxistipp: Adäquate Medienbetreuung sicherstellen!

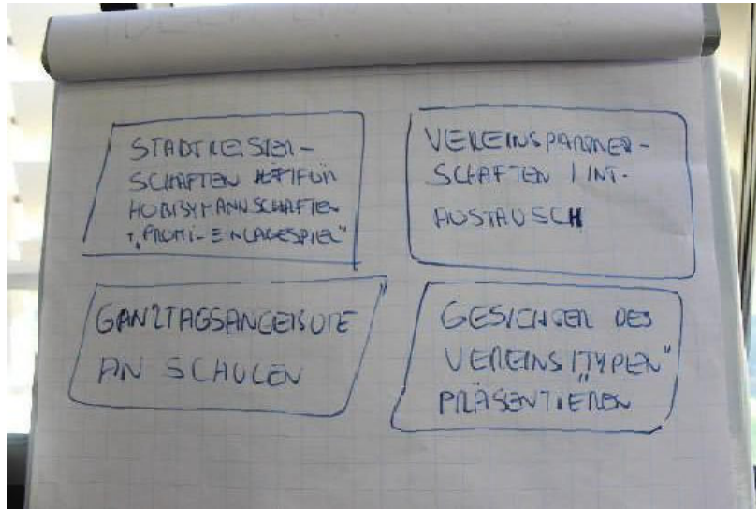
- Journalisten-/Pressestammtisch
- Journalisten (neue) Vereinsangebote selber ausprobieren lassen
- Einladung zu Vereinsveranstaltungen
- „Pressewart“; „Referent für Marketing“
- Newsletter, Blog, Twitter

123 | Öffentlichkeitsarbeit im Sportverein/Tischtennissport, Duisburg 28.02.2015

Öffentlichkeitsarbeit – Trends

- **Megatrend „Gesundheit“**
- **Megatrend „Alternde Bevölkerung“**
- **Megatrend „Kursangebote“**
- **Megatrend „Immer weniger Kinder/Jugendliche + G8“**
- **Megatrend „Zuwanderung/Integration“**
- **Megatrend „Inklusion“**





DIESE THEMEN / INHALTE INTERESSIEREN MEDIEN?

Stadthaus in Hasentown

Wie brauchen jede Krücke!

Inoor-Cycling der gesunde Fettkiller mit Spaßfaktor wird immer beliebter

Delit ist beim TTV der siechte Mann

Fußball als Integrationshilfe

Kneipen

Diese Mädchen bezaubern mit ihrem Können – natürlich nicht nur Karneval

Fußballer suchen 200 Rasen-Sponsoren

Stadtwerke Neuss unterstützen das Schülerprojekt „Ring und Raufen“

Rekord: 100 Mannschaften traten bei der Sportwoche in Weissenberg an

Tischtennis für den Nachwuchs

Sportler setzen Zeichen für Jugendschutz

Mini gegen Meister an der Tischtennisplatte

• Sport fördert Integration

„Kraut / Kirschenbrötchen“

Eine neue Trommel für die Handball-Fans

Abenteuer – Handball-Liga: TSV startet mit neuem

Glehner Turnverein feiert sein 50-jähriges

Latens Otto ist die neue Esprit

Mit Bewegung das Altern aufhalten

SV-Handballer kooperieren mit dem Kinderschutzbund

Wiss – die Kindersportschule

DJK bietet neue Fußball-Trainingsgruppen für Mädchen an

Teilnahmeübersicht Workshops

	Anzahl Vereine	vertretene Vereine	Anteil
Bochum	35	0	0,0%
Dortmund/Hamm	47	3	6,4%
Arnsberg/Lippstadt	53	5	9,4%
Lenne-Ruhr	37	4	10,8%
Lüdenscheid	16	1	6,3%
Siegen	57	0	0,0%
Arnsberg	245	13	5,3%
Düsseldorf	41	4	9,8%
Neuss/Grevenbroich	33	6	18,2%
Mönchengladbach	39	4	10,3%
Bergisches Land	47	3	6,4%
Essen	32	7	21,9%
Niederrhein	38	5	13,2%
Krefeld	41	2	4,9%
Rhein-Ruhr	40	6	15,0%
Düsseldorf	311	37	11,9%
Köln-Erft	48	3	6,3%
Oberberg	22	0	0,0%
Köln rrrh.	34	4	11,8%
Bonn	40	0	0,0%
Euskirchen	31	0	0,0%
Rhein-Sieg	32	2	6,3%
Aachen	30	0	0,0%
Düren	30	0	0,0%
Rur-Wurm	28	1	3,6%
Mittelrhein	295	10	3,4%
Münster/Warendorf	39	2	5,1%
Steinfurt	31	1	3,2%
Westmünsterland	33	2	6,1%
Emscher-Lippe	39	5	12,8%
Südmünsterland	31	4	12,9%
Münster	173	14	8,1%
Bielefeld/Halle	30	5	16,7%
Herford	17	1	5,9%
Höxter/Warburg	32	0	0,0%
Lippe	44	1	2,3%
Minden/Lübbecke	39	1	2,6%
Paderborn	29	5	17,2%
Wiedenbrück	23	3	13,0%
Ostwestfalen-Lippe	214	16	7,5%
WTTV	1238	90	7,3%



Liebe Vereinsvertreterin, lieber Vereinsvertreter!

Ihr Verein hat erfreulicherweise mindestens einmal an einem unserer Workshops zu den Themen „Öffentlichkeitsarbeit“, „Finanzen“, „Führung/Mitarbeitergewinnung“ und „Mitgliedergewinnung“ teilgenommen. Ihre Beteiligung können Sie der anhängenden Datei „Teilnehmer-Essen.pdf“ entnehmen. Zum Ende der Veranstaltungsserie lädt der WTTV Sie herzlich zu einer Abschlussveranstaltung ein. Dazu können sie so viele Personen entsenden, wie die letzte Spalte „Summe“ der genannten Datei ausweist. Die Zahl entspricht der Anzahl der besuchten Workshops. Die Fahrtkosten für einen Pkw pro Verein übernimmt der WTTV.

Wann? >> 19. Dezember 2015, 11 Uhr bis 15 Uhr

Wo? >> Hotel Franz, Steeler Str. 261, 45138 Essen

Folgender Ablauf ist vorgesehen:

- 11 Uhr >> • Talkrunde mit den Ihnen bekannten Referenten und Verantwortlichen des LSB (VIBSS)
• Stellungnahmen aus Ihrem Kreis zu den Themen und Workshops
- 12.30 Uhr >> gemeinsames Mittagessen
- 13.30 Uhr >> Hinweise und Anmeldung zu einem Projektwettbewerb

Zum vorgesehenen Projektwettbewerb ist Folgendes vorab zu sagen:

- Sie können zu jedem Thema, dessen Workshop Sie besucht haben (s. Datei), ein Projekt durchführen.
- Konkrete Informationen zur Durchführung und Unterlagen zur Anmeldung solcher Projekte erhalten Sie in Essen.
- Sie können also nur dann ein Projekt durchführen, wenn Sie in Essen vertreten sind. (Natürlich wollen wir Sie damit auch nach Essen „locken“.)
- Eine anwesende Person kann nur ein Projekt anmelden. (Etliche Vereine waren zwar in allen Workshops vertreten, aber meistens nur durch eine einzige Person. Eine Person kann aber nicht mehrere Projekte bewältigen.)
- Eine Kommission wird die durchgeführten Projekte, die schriftlich dargestellt werden müssen, bewerten.
- Letztlich, aber besonders wichtig: Es gibt für die Erst-, Zweit- und Drittplatzierten in jeder Kategorie wertvolle Preise zu gewinnen. Welche, erfahren Sie auch in Essen.

Da die Veranstaltung nicht frei besuchbar ist, können wir nicht die Anmeldung in click-TT nutzen. Deshalb bitten wir Sie, Ihre Anmeldung formlos mit Angabe des Vereins sowie Namen und Vornamen Ihrer Vertreter an die Geschäftsstelle zu senden (fuchs.hans@wttv.de). Weil wir für die Lokalität planen müssen, muss die Anmeldung zwingend erfolgen bis zum

25. November.

Ich hoffe, dass Sie mit Ihrer Anwesenheit dem gesamten Projekt zu einem würdigen Abschluss verhelfen.

Mit freundlichen Grüßen

Helmut Joosten
Präsident des WTTV

Liebe Vereinsvertreterinnen und Vereinsvertreter!

Der WTTV lädt Sie als Teilnehmer/innen dieser Abschlussveranstaltung zu den Workshops für die Vereine sehr herzlich zur Teilnahme an einem Wettbewerb mit sehr attraktiven Gewinnen ein.

Was müssen Sie tun, wenn Sie teilnehmen wollen? Sie führen dazu in genau der Kategorie der vier Themenbereiche (Vereinsführung/Mitarbeitergewinnung), Mitgliedergewinnung, Öffentlichkeitsarbeit, Finanzen), an der Sie teilgenommen haben, ein Projekt durch und dokumentieren dieses. Wenn Sie Interesse haben und wissen wollen, was Sie dazu tun müssen, erfahren Sie das auf dem beiliegenden Informationsblatt.

Die Teilnahme lohnt sich, weil es sehr wertvolle Preise gibt und Sie nur wenige Konkurrenten haben. Und dies sind die Gewinne in **jeder** Kategorie:

1. Preis: 4 Karten für die Tischtennis-WM 2017 in Düsseldorf

2. Preis: 2 Karten für die Tischtennis-WM 2017 in Düsseldorf

3. Preis: 1 Karte für die Tischtennis-WM 2017 in Düsseldorf

Die Karten werden für den **3. Juni** gelten. Dies ist der **Pfingstsamstag** und **drittletzte Spieltag** der WM. Er ist besonders attraktiv, weil Sie noch die komplette Weltelite erleben können. Das sollte ein besonderer Anreiz sein!

Den Teilnehmern wünsche ich schon jetzt viel Erfolg!

Mit freundlichen Grüßen

Helmut Joosten
WTTV-Präsident

Informationen

In folgenden Kategorien können Sie teilnehmen, sofern Ihr Verein tatsächlich durch die gemeldete Anzahl von Personen in Essen vertreten ist.

TTC Dortmund-Wick.	>>	Führung/Mitarbeitergewinnung
TTV Ense	>>	Mitgliedergewinnung
SuS Lipperbruch	>>	Führung/Mitarbeitergewinnung oder Mitgliedergewinnung oder Öffentlichkeitsarbeit oder Finanzen (zwei von vier Kat.)
TV Nützenberg	>>	Finanzen
SVM Essen	>>	Führung/Mitarbeitergewinnung und Mitgliedergewinnung
Kettwiger SV	>>	Mitgliedergewinnung
SV Walbeck	>>	Mitgliedergewinnung und Finanzen
TTV Rees-Groin	>>	Führung/Mitarbeitergewinnung und Mitgliedergewinnung und Öffentlichkeitsarbeit und Finanzen
Meidericher TTC	>>	Finanzen
TTC Brühl-Vochem	>>	Führung/Mitarbeitergewinnung und/oder Öffentlichkeitsarbeit oder/und Finanzen (zwei dieser drei Kategorien)
TTC Ederen	>>	Finanzen
PSV Recklinghausen	>>	Finanzen
SV Bentfeld	>>	Führung/Mitarbeitergewinnung oder Mitgliedergewinnung oder Öffentlichkeitsarbeit oder Finanzen

Folgende Schritte sind auf dem Weg zu einem Preis zu erledigen:

1. Sie nehmen sich in der jeweiligen Kategorie ein Projekt vor. Das Projekt darf auch schon im Jahr **2015 begonnen** worden sein.
2. Sie schicken bis zum **31. Januar 2016** formlos in einer Word- oder pdf-Datei Informationen mit Projektnamen, Kurzbeschreibung, Zielen und (gewünschten) Ergebnissen an mich. Hilfe zu möglichen Formulierungen liefern Ihnen die beiliegenden farbigen Blätter.
3. Im Laufe des Jahres 2016 führen Sie das Projekt durch oder führen ein begonnenes Projekt fort. Es ist kein Beinbruch, wenn Sie **nicht** alle gesteckten Ziele erreichen.
4. Zum Projekt fertigen Sie eine Dokumentation an. Diese soll im Idealfall die unter 2. genannten Informationen enthalten, dazu eine ausführliche Projektbeschreibung, eine Strukturskizze zur geplanten Durchführung, die Projektschritte mit Zeitangaben, Ihre Beurteilung und, ganz wichtig, Anlagen, aus denen Ergebnisse oder Zwischenschritte erkennbar sind. Wie eine Dokumentation aussehen **kann**, **nicht** aussehen **muss**, können Sie auf www.wttv.de unter „Über uns“ bei „Qualitätsmanagement“ erfahren. In dem Artikel finden Sie Links zu all unseren Dokumentationen. Wenn Sie mögen, können Sie sich bei Fragen während der Durchführung per E-Mail oder Telefon an mich wenden. Ich bin Ihnen gerne behilflich.
5. Ihr komplettes Material fügen Sie zu einer **pdf-Datei** zusammen und schicken mir diese per **E-Mail** zu. Ein **ausgedrucktes Exemplar** leiten Sie mir bitte per **Post** zu.
6. Ihre Dokumentation muss am **19. Dezember 2016** vorliegen.

Meine Kontaktdaten finden Sie auf der WTTV-Homepage. Scheuen Sie sich nicht, Fragen auch schon während der Veranstaltung in Essen an die Referenten oder Vertreter des WTTV zu richten.

Viel Erfolg!

Helmut Joosten
WTTV-Präsident