Öffentlichkeitsarbeit (Kommunikation, Presse und Marketing)

Ingo Hagemann

www.wtv.de

© WESTFÄLISCHER TENNIS-VERBAND

„Man kann nicht nicht kommunizieren.“

(Paul Watzlawik, österreichischer Kommunikationswissenschaftler)

Jede Kommunikation (nicht nur mit Worten) ist Verhalten und genauso wie man sich nicht nicht verhalten kann, kann man nicht nicht kommunizieren.

Auch wenn ein Sportverein nicht proaktiv Öffentlichkeitsarbeit betreibt, entsteht ein Meinungsbild über den Verein, denn ein Verein kann nicht *nicht* kommunizieren.

© WESTFÄLISCHER TENNIS-VERBAND

Wozu Öffentlichkeitsarbeit?

- Man unterscheidet in **externe** und **interne** Öffentlichkeitsarbeit

- Eine wirksame Öffentlichkeitsarbeit eines Tennisvereins kann auf unterschiedliche Zielgruppen einen positiven Einfluss nehmen. Diese Einflussnahme wiederum führt dazu, dass die Ziele des Vereins leichter erreicht oder erst dadurch möglich werden.

© WESTFÄLISCHER TENNIS-VERBAND

Öffentlichkeitsarbeit

Für die **interne** Öffentlichkeitsarbeit und damit für die Zielgruppen Mitglieder und Mitarbeiter lassen sich weitere Argumente feststellen:

- Bereitstellung aller Basisinformationen für die Mitarbeiter in der täglichen Arbeit
- Zeitnahe Kommunikation aktueller Entwicklungen im Verein an Mitarbeiter & Mitglieder
- Erreichung von Akzeptanz und Verstehen der Vereinspolitik
- Vermittlung von Orientierung, Leitbildern und Visionen zur Mitarbeiter- und Mitgliederbindung und Identifikation
- Mitarbeiter- und Mitgliedermotivation durch die Identifikation mit den Vereinszielen

© WESTFÄLISCHER TENNIS-VERBAND

Öffentlichkeitsarbeit

Was genau kann die **externe** Öffentlichkeitsarbeit für den Sportverein bewirken?:

- Anregung von "Kaufentscheidungen" (Entscheidungen für den Verein)
- Steigerung des Bekanntheitsgrades
- Streuung von Information & Aufklärung
- Darlegung der eigenen Argumente oder Widerlegen falscher, externer Behauptungen
- Erreichen von Verständnis
- Überzeugung Andersdenkender

© WESTFÄLISCHER TENNIS-VERBAND

Keine Öffentlichkeitsarbeit ohne Konzept

Das Konzept der Öffentlichkeitsarbeit beinhaltet:

1. **Situationsanalyse** (Wo steht der Verein?)
2. **Strategie, Ziele, Zielgruppen** (Was/wen kann der Verein erreichen?)
3. **Taktik: Maßnahmenplan und Instrumente** (Wie kann der Verein seine Ziele erreichen?)
4. **Kontrolle** (Ist der Verein auf dem richtigen Weg? Hat er seine Ziele erreicht?)

© WESTFÄLISCHER TENNIS-VERBAND

Keine Öffentlichkeitsarbeit ohne Konzept

Das Konzept der Öffentlichkeitsarbeit beinhaltet:

- allgemeine Zielsetzungen des Vereins (strategische Ziele, die z.B. in einem **Leitbild** festgehalten sind und sich aus der **Vereinssatzung** ergeben)
- die **Vereinsidentität** (Was zeichnet den Verein aus? Was sind dessen Attribute? Welche Alleinstellungsmerkmale hat der Verein?)
- **Vereinszielgruppen** (wen will der Verein ansprechen und welche Medien bzw. **Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit** muss der Verein zielgruppenorientiert bespielen?)

© WESTFÄLISCHER TENNIS-VERBAND

Zitate

„Wir mussten unsere Werbung zurückfahren, weil es so gut läuft."

„Die Mannschaftsführer dienen als Multiplikatoren für unsere Informationen."

„Bei uns traut sich niemand an das Thema Social Media heran."

„Wir verzichten bewusst auf Social Media, weil wir alle Leute auch so erreichen."

„Unser vorheriger Vorsitzender ist ständig hat ständig nach Außen kommuniziert ohne es mit dem Vorstand abzustimmen."

„Die beste Werbung sind zufriedene Mitglieder."

„Die Presse in unserem Ort interessiert sind nicht im Geringsten für unseren Verein und die Arbeit."

„In unserem Verein wird man nur per Mail informiert."

© WESTFÄLISCHER TENNIS-VERBAND

Öffentlichkeitsarbeit

Wie sollte ÖA im Tennisverein sein:

- informativ, umfassend, aufmerksamkeitsstark, zum Image des Vereins passend
- das Corporate Design des Vereins einbeziehend, regelmäßig, ehrlich und wahrheitsgemäß, sprachlich und optische Möglichkeiten nutzend

Was sollte ÖA NICHT tun:

- beschönigen, vertuschen/ verheimlichen, ablenken, Selbstzweck sein

© WESTFÄLISCHER TENNIS-VERBAND

Das ÖA-Netzwerk

Wo, wie und mit wem baue ich mein Netzwerk auf?

- Partnervereine/Nachbarvereine
- Sponsoren,
- Stadt/Stadtmarketing
- Redaktionen: Zeitung/Print, Online-Magazine
- Kreissportbünde
- Vereinsmitglieder → Potentiale der Vereinsmitglieder → Anreize schaffen
- lokale Events und Veranstaltungen,
- professionelle Agenturen/Digitalagenturen

© WESTFÄLISCHER TENNIS-VERBAND

Öffentlichkeitsarbeit

Die Arbeit des Medienbeauftragten

- **Koordiniert** die verschiedenen Medienkanäle des Vereins
- Ist für **ALLE** Ansprechpartner
- Ihm müssen **die Informationen** zugestellt werden
- Für die Externe ist nur **ein Ansprechpartner** optimal
- **Filter** zwischen innen und außen. Nicht alles was sich intern abspielt, ist für die Öffentlichkeit bestimmt.

© WESTFÄLISCHER TENNIS-VERBAND

6 Gründe für eine gute Vereinshomepage

1. Steigern Sie Ihren Bekanntheitsgrad und werden Sie gefunden
2. Zeigen Sie, dass Sie ein moderner Verein sind
3. Gewinnen Sie neue Partner
4. Machen Sie es anderen leicht, Sie zu kontaktieren
5. Informieren Sie die Menschen über das, was in Ihrem Verein geschieht
6. Zeigen Sie, was für einen großartigen Verein Sie haben

© WESTFÄLISCHER TENNIS-VERBAND

Öffentlichkeitsarbeit

Vereinshomepage – Aber wie?

1. Aufmerksamkeit wecken: Der erste Eindruck zählt!
   - Aussagekräftige Bilder samt zentraler Botschaft → Interesse für den Verein wecken

2. Zahlen und Fakten
   - Veranstaltungen/Termine
   - Anzahl der Mitglieder
   - Treffen/Trainings

3. Aktuelle News
   - Bestehende Mitglieder auf dem Laufenden halten
   - Informationen für Neumitglieder bereitstellen

© WESTFÄLISCHER TENNIS-VERBAND

Vereinshomepage – Aber wie?

4. Bildergalerien und Impressionen sollten auf keiner Homepage fehlen.
→Wichtig: Auf eine angemessene Qualität der Bilder achten

5. Mobile Version für Smartphone und Tablet

6. Aufnahmebedingungen, Beiträge und Formulare bereitzustellen spart Zeit.
Satzung, Datenschutzerklärung und Impressum nicht vergessen

7. Ansprechpartner abbilden. Am Besten mit Kontaktdaten und Bild

8. Sponsoren
   - Auch Sponsoren freuen sich über eine Erwähnung mit Verlinkung

© WESTFÄLISCHER TENNIS-VERBAND

Social Media

Welche Ziele lassen sich mit Social Media erreichen?

1. Kostenlose Nachrichtenverbreitung
2. Kostenlose Informationsquelle
3. Kostenlose Mitgliederbindung durch Dialog
4. Neumitgliedergewinnung
5. Wertschätzung ehrenamtlichen Engagements
6. Schaffung von medialen Mehrwerten für Sponsoren des Vereins
7. Soziale Medien als Instrument der Imagebildung/-pflege
8. (Weiter-)entwicklung von Angeboten

© WESTFÄLISCHER TENNIS-VERBAND

Social Media

Was spricht für eine Nutzung von Instagram durch einen Sportverein?

- Instagram ist aktuell (Sommer 2019) das am schnellsten wachsende Netzwerk. Instagram hat rund 18 Mio. aktive Nutzer in Deutschland (Mai 2019). Tendenz stetig steigend.
- Der Sportverein erreicht eine eher jüngere Zielgruppe. 84 Prozent der Teenager in Deutschland sind auf Instagram aktiv. Allerdings wird die Instagram-Community kontinuierlich älter. Immer mehr Ältere entdecken Instagram für sich.
- Durch die Instagram-App kann man jederzeit und von überall per Smartphone oder Tablet Fotos und Bewegtbilder hochladen. Dadurch kann man seine Instagram-Fans am Vereinsleben in Sekundenschnelle teilhaben lassen.
- Man kann Traffic auf seiner Vereins-Homepage generieren, indem der Verein in seinem Instagram-Profil neben einer kurzen Vereinsbeschreibung seine Internetadresse hinterlegt.

© WESTFÄLISCHER TENNIS-VERBAND

Social Media

Was spricht für eine Nutzung von Instagram durch einen Sportverein?

- Besonders beliebt ist aktuell die Funktion der Instagram Stories.
- Auf Instagram gibt es Hashtags (z.B. #Vereinsname), Geotags und den „Entdecken"-Bereich (Discover), über die Ihr Sportverein leicht gefunden werden kann.
- Man kann den Verein und seine Werte (z.B. Wertschätzung ehrenamtlichen Engagements) erfahrbar machen und damit den Sportverein als Marke stärken.
- Man ermöglicht der Social Media-Community einen Blick hinter die Kulissen des Vereins (Wer sind die Gesichter des Vereins? Was zeichnet sie aus? Was macht sie besonders? Warum engagieren sie sich im Verein?)

© WESTFÄLISCHER TENNIS-VERBAND

Und was ist mit TikTok, Twitch und Snapchat?

Die Tennisabteilung der SG Zons hat einen außergewöhnlich erfolgreichen Auftritt auf der Social Media-Videoplattform TikTok

https://www.vibss.de/vereinsmanagement/marketing/social-media/tiktok-twitch-linkedin-co/tiktok/erfolgreiches-praxisbeispiel-tiktok-auftritt-der-sg-zons-tennisschule

© WESTFÄLISCHER TENNIS-VERBAND

Öffentlichkeitsarbeit

Darüber müssen wir auch reden:

Persönlichkeitsrechte – Recht am eigenen Bild

→Grundsätzlich gilt: keine Veröffentlichung ohne Einwilligung

Ausnahmen:

- Mannschaftsfotos = bewusstes Posieren, Achtung bei Minderjährigen
- Spielszenen/Wettkampfszenen vor Publikum – Szenen, die das Geschehen wiedergeben
- Fotos von Zuschauern und Teilnehmern bei „Massenveranstaltungen“
- Wenn Personen bei Fotos als Beiwerk dienen

Detaillierte Infos: https://www.vibss.de/vereinsmanagement/marketing/social-media/rechtliche-aspekte/persoenlichkeitsrechte-recht-am-eigenen-bild

© WESTFÄLISCHER TENNIS-VERBAND

Darüber müssen wir auch reden:

WhatsApp-Nutzung im Sportverein ist mit Vorsicht zu genießen!

- Die Nutzung des Messenger-Dienstes WhatsApp ist aus datenschutzrechtlicher Sicht problematisch

detaillierte Infos:

https://www.vibss.de/vereinsmanagement/digitalisierung-im-sportverein/kommunikation/soziale-medien/snapchat-whatsapp/whatsapp-rechtslage-mit-einfuehrung-der-eu-dsgvo

© WESTFÄLISCHER TENNIS-VERBAND

Öffentlichkeitsarbeit

Grundsätzlich bietet das Vereins-, Informations-, Beratungs- und Schulungs-System (VIBSS) des Landessportbundes NRW zahlreiche und ausführliche Informationen sowie praktische Tipps u.a. zu den Themen:

- Öffentlichkeitsarbeit
- Social Media
- Sponsoring

o.g. Themen sind über folgenden Link zu erreichen:

https://www.vibss.de/vereinsmanagement/marketing

© WESTFÄLISCHER TENNIS-VERBAND

Eure Meinung ist uns wichtig!

www.wtv.de

© WESTFÄLISCHER TENNIS-VERBAND

Vielen Dank!

www.wtv.de

© WESTFÄLISCHER TENNIS-VERBAND