

Erfolgreiche PR-Strategien für Vereine und Verbände



Dr. Natalie Schwägerl

Bildungsakademie des BLSV

15. November 2013, Stein bei Immenstadt

Erfolgreiche PR-Strategien für Vereine und Verbände



1 Grundlagen der Kommunikation und der PR

2 Erfolgreiche PR-Strategien

- *Systematische Kommunikationsplanung*
- *Ansprache von Stakeholdern*
 - *interne und externe Zielgruppen*
 - *Medienpartner*
- *Social Media-Nutzung*

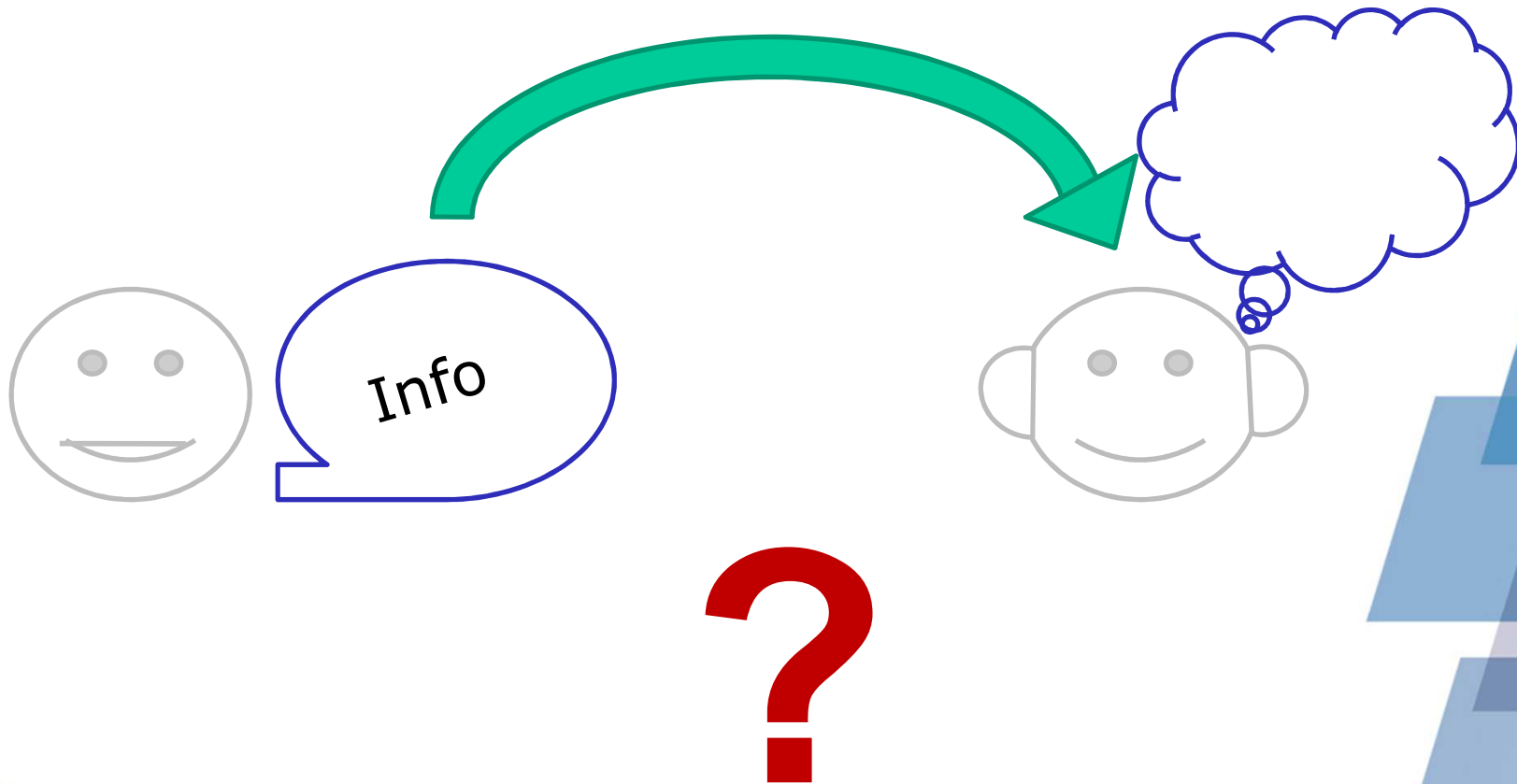
3 Tipps und mehr



Grundlagen der Kommunikation und der PR

1 Grundlagen der Kommunikation und der PR

- **Kommunikation**



1 Grundlagen der Kommunikation und der PR



- **„Starke Marken“ – National und international**



1 Grundlagen der Kommunikation und der PR



- ***Was geben Marken dem Empfänger/Kunden?***
 - Orientierung
 - Sicherheit
 - Vertrauen

- ***Was bringen Marken dem Absender?***
 - Erhöhung des Marktanteils
 - Steigerung des Gewinns
 - Steigerung des Markenwertes

1 Grundlagen der Kommunikation und der PR



- **PR (Public Relations)**
 - i.e.S. Pflege öffentlicher Beziehungen
 - i.w.S. Marketing in eigener Sache
- **Motto der Öffentlichkeitsarbeit/PR im Sport**
„Die eigene Leistung darstellen“
- **Zielsetzung**
„Kunden“ sollen vom „Produkt“ Sportverein/
Sportverband überzeugt werden
 - Mitglieder
 - Potentielle Mitglieder
 - Unternehmen/Sponsoren

1 Grundlagen der Kommunikation und der PR



- **Kernfragen beim Aufbau der Markenidentität (Selbstbild)**

- Woher kommen wir?

Herkunft

- Wohin wollen wir?

Vision

- Wie treten wir auf?

Persönlichkeit

- Woran glauben wir?

Werte

- Was können wir?

Kompetenzen

- Was tun wir?

Leistungen

1 Grundlagen der Kommunikation und der PR



- **Markenidentität (Selbstbild) Bildungsakademie**

- **Herkunft:** Gründung in den 1980er Jahren, Neuausrichtung seit 2013
- **Vision:** Nummer 1 in der Sportbildung durch Schulung ehren-/ hauptamtlicher MA
- **Persönlichkeit:** professionell, seriös, modern
- **Werte:** Bildung bewegt, Qualitätsmanagement
- **Kompetenzen:** erfolgreiche Aus-/Weiterbildung von Führungskräften (Verein/Verband), Referentenpool
- **Leistungen:** qualitativ hochwertige Bildungsangebote, Mix aus kostenfreien und kostenpflichtigen Angeboten



Erfolgreiche PR-Strategien

2 Erfolgreiche PR-Strategien *Systematische Kommunikationsplanung*

- **Gute Kommunikation**

... ist auf die Zielgruppe(n) abgestimmt und dabei

- ... permanent,
- ... individuell und
- ... emotional.



2 Erfolgreiche PR-Strategien

Systematische Kommunikationsplanung



- **Referent für Öffentlichkeitsarbeit/PR**
 - Aufgaben
 - regelmäßig und gezielt relevante Gruppen über Aktivitäten des Vereins/Verbandes informieren
 - abwechslungsreiche Berichterstattung
 - Anforderung
 - gute Ausdrucksfähigkeit, Kontaktfreude
 - Eigeninitiative, Spürsinn, Gründlichkeit, Zähigkeit
 - Kritikfähigkeit

2 Erfolgreiche PR-Strategien

Systematische Kommunikationsplanung



- **Kommunikationsplanung**
 - Gesamtkommunikation
 - *Wie möchten wir uns nach außen „verkaufen“?*
 - *Wie stellen wir aus unserer internen und externen Kommunikation eine Einheit her?*
 - Einsatz von Kommunikationsinstrumenten
 - *Veranstalten wir eine Pressekonferenz?*
 - *Brauchen wir einen Newsletter?*
 - *Nutzen wir soziale Netzwerke?*

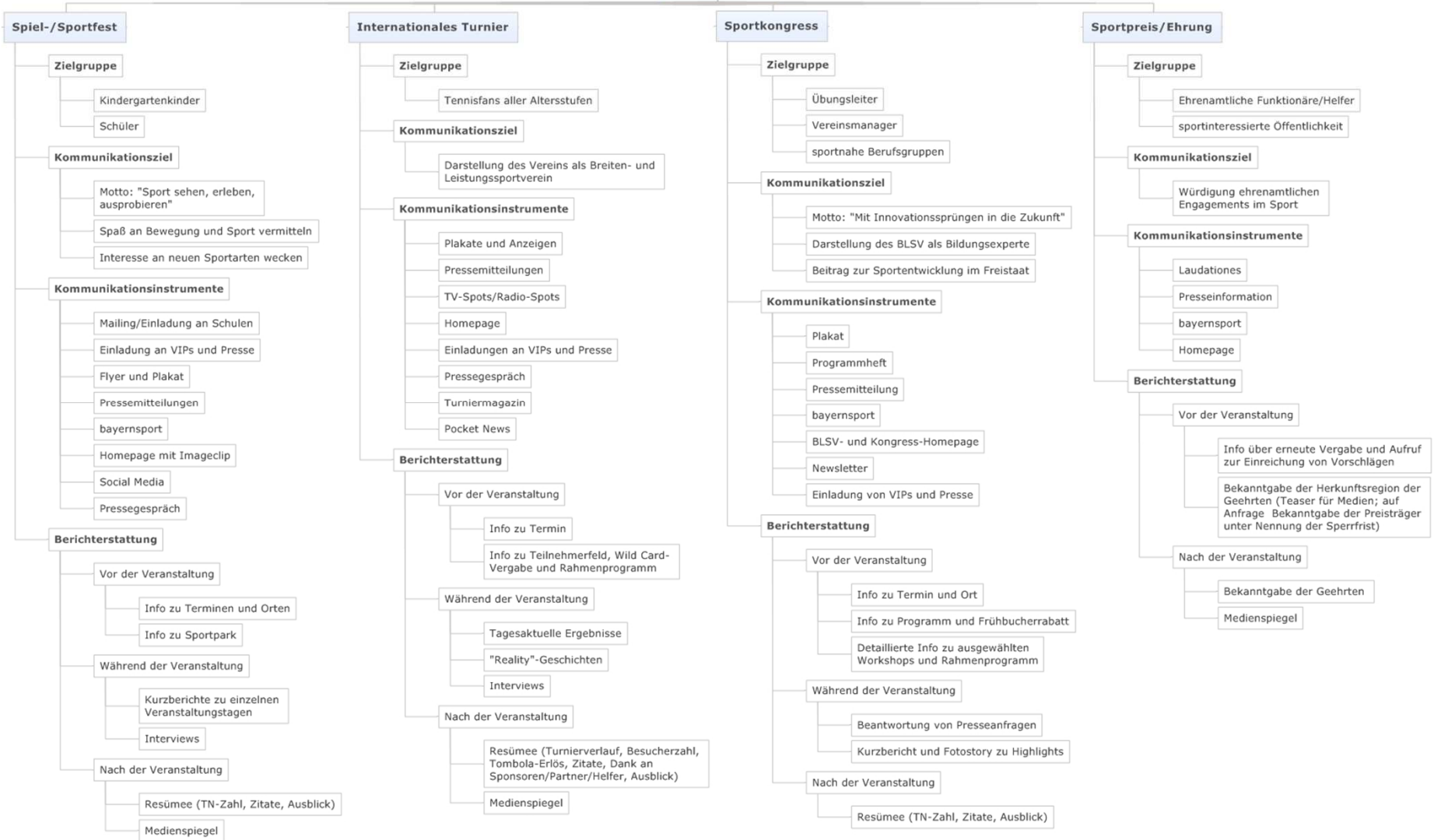
2 Erfolgreiche PR-Strategien

Systematische Kommunikationsplanung



- **Phasen der Kommunikationsplanung**
 - Planungsphase
 - Zielgruppe
 - Kommunikationsziel
 - Kommunikationsinstrumente
 - Budgetierung
 - Durchführungsphase
 - Fokussierung
 - Flexibilität
 - Kontrollphase
 - Erfolgskontrolle

PR-Strategie



2 Erfolgreiche PR-Strategien *Ansprache von Stakeholdern - Zielgruppen*



- **Interne Zielgruppen**
 - Mitglieder des Vereins/Verbandes
 - Mitarbeiter des Vereins/Verbandes
- **Externe Zielgruppen**
 - Kinder, Jugendliche
 - Erwachsene, Senioren
 - Kindergärten, Schulen
 - Kommunen, Behörden, Ministerien
 - Medien
 - ...

2 Erfolgreiche PR-Strategien *Ansprache von Stakeholdern - Zielgruppen*



- **Instrumente der internen und externen PR**
 - Vereins-/Verbandsmedien, Magazine, Zeitungen (redaktionelle Texte und Anzeigen)
 - Flyer und Plakate
 - öffentliche Plätze, Bauzäune, Litfaßsäulen
 - Aushänge/Auslagen in Geschäften, Verkehrsmitteln, behördlichen Infoständen
 - Homepage und Intranet
 - Mailing/Rundschreiben und Newsletter
 - Social Media

2 Erfolgreiche PR-Strategien *Ansprache von Stakeholdern - Zielgruppen*



- **Zusätzliche Instrumente der externen (und eventbezogenen) PR**
 - Transparente an Brücken, öffentlichen Plätzen sowie am Veranstaltungsgelände
 - Durchsagen bei Großveranstaltungen, Radio-/TV-Spots
 - Showveranstaltungen in der Innenstadt mit Ausgabe von Veranstaltungshinweisen (Flyer, Button, Aufkleber, ...)
 - „Branding“ von PKWs

2 Erfolgreiche PR-Strategien *Ansprache von Stakeholdern - Medienpartner*



- **Medienverteiler**

- Unternehmen/Verlag
- Redaktion
- Hausadresse
- Ansprechpartner und Kommunikationsdaten (Position, Telefon, E-Mail, Fax)
- Verbreitungsgebiet
- Redaktionsschlusszeiten bzw. Erscheinungsfrequenz/-tag
- Aktualisierungstag des Verteilers

2 Erfolgreiche PR-Strategien Ansprache von Stakeholdern - Medienpartner



- **Medienkontakte**
 - Allgemeiner Kontakt
 - Pressemitteilungen
 - Info-Briefe/E-Mails
 - Persönlicher Kontakt
 - Redaktionsbesuche
 - Telefonate
 - Twitter-Nachrichten



2 Erfolgreiche PR-Strategien *Ansprache von Stakeholdern - Medienpartner*



- **Kommunikationsspielregeln**
 - Beachtung der Arbeitszeiten der Redaktion
 - Nennung von Ansprechpartnern
 - Einhaltung von Qualitätsstandards
 - Text
 - Fotos (i.d.R. 1-2 MB)



2 Erfolgreiche PR-Strategien *Ansprache von Stakeholdern - Medienpartner*



- **Kommunikationsspielregeln**
 - No-Gos
 - Einflussnahme auf Berichterstattung
 - Ausspielen von Medienvertretern
 - Werbung/werbliche Formulierungen
 - Nachfrage, ob Text angekommen ist

2 Erfolgreiche PR-Strategien *Ansprache von Stakeholdern - Medienpartner*



- **Presstexte**
 - Zielgruppengerechte Themenauswahl/
Formulierungen
 - Faktoren und Regeln medientauglicher Sprache
 - W-Fragen (Wer? Was? Wann? Wo? Wie?)
 - Kiss (**K**ee**p** **i**t **s**imple and **s**hort)
 - Überschrift (plakativ, interessant)
 - Lead/Aufhänger (bildhafte Beschreibung,
Zitat, Frage etc. ⇒ max. 2-3 Sätze)
 - Informationsgehalt (wichtigste Inhalte
am Textanfang ⇒ „gekürzt wird vom Ende“)

2 Erfolgreiche PR-Strategien

Ansprache von Stakeholdern - Medienpartner

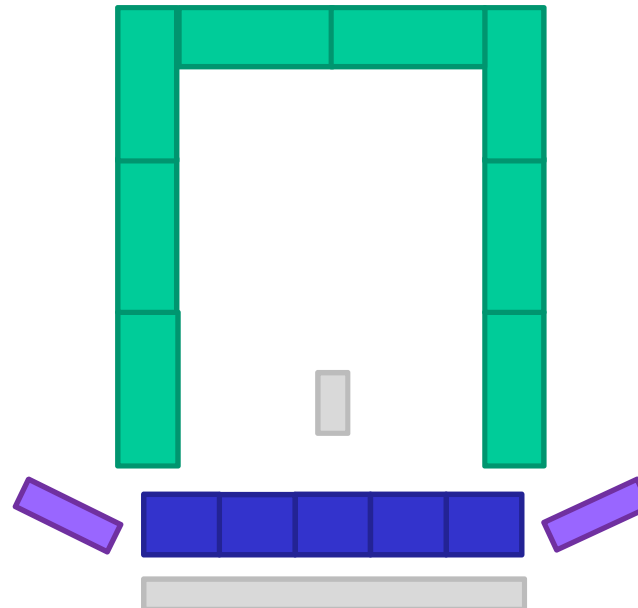
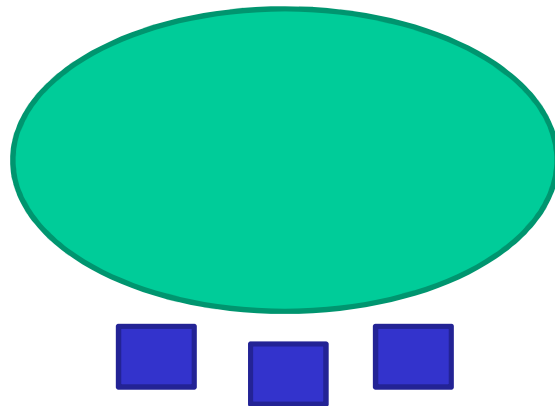


- **Pressegespräch**
 - Festlegung von Botschaft/Inhalt (Pressemappe)
 - Auswahl von Termin, Ort und Location (Rahmenbedingungen und Catering)
 - Erstellung eines Ablaufplans (Moderation, Redezeit, Raum für Fragen, Fotomöglichkeit)
 - Einladung (Presse, VIPs, Teilnehmer)
 - Versand einer Pressemitteilung mit Foto und ggf. weiterer Informationen
 - Evaluation
 - Internes Resümee
 - Archivierung von Veröffentlichungen und Sendungen (auch Screenshots)

2 Erfolgreiche PR-Strategien *Ansprache von Stakeholdern - Medienpartner*



- **Pressegespräch**



2 Erfolgreiche PR-Strategien *Social Media-Nutzung*



- **Interne und externe Kommunikation**
 - Soziale Netzwerke: Facebook, Google +
 - Sport-Netzwerke: splink, splink.tv
 - Microblogs: Twitter
 - Multimedia: You Tube, Flickr, Picasa
 - Praktische Tools: Doodle, Slide Share



2 Erfolgreiche PR-Strategien *Social Media-Nutzung*



- **Beispiel splink und splink.tv**
 - www.splink.de
 - Werbung für vereins-/verbandseigene Veranstaltungen



2 Erfolgreiche PR-Strategien *Social Media-Nutzung*

- **Chancen und Risiken**



- Streuungsrate und Reichweite
- Aktualität, Flexibilität und Eigendynamik
- Emotionalität, Vertrauen und Zugehörigkeit

- Datensicherheit
- Kontrollverlust
- Zeitaufwand



2 Erfolgreiche PR-Strategien *Social Media-Nutzung*

- **Rechtliche Aspekte**
 - Beachtung der Nutzungsbedingungen der Plattform(en) sowie der Impressumspflicht
 - Umsichtiger Umgang mit Verlinkungen/ Hyperlinks
 - Berücksichtigung von Bild- und Urheberrechten



2 Erfolgreiche PR-Strategien *Social Media-Nutzung*



- **Sozialen Medien – Wichtige Kontakte**
 - Allgemeine Informationen:
BLSV Vereinsberatung
089/15702-400
vsb@blsv.de
 - Bereich Datenschutz:
Prof. Dr. Rolf Lauser
rolf@lauser-nhk.de





Tipps und mehr

3 Tipps und mehr



**Eine professionelle Kommunikation/PR
ist für Sportorganisationen
jeder Größe von
hoher und steigender Bedeutung.**

3 Tipps und mehr



Schritte zum Erfolg:

1. Definieren Sie, welche Informationen nach außen gelangen (dürfen).
2. Ernennen Sie einen Pressereferenten.
3. Werben Sie im Verein/Verband für die Unterstützung des Pressereferenten.
4. Gehen Sie aktiv auf Medien/Medienvertreter zu.
5. Nutzen Sie Ihre gute PR für das Finden und Binden von Sponsoren.

3 Tipps und mehr



Fragen?

3 Tipps und mehr



Kontakt

Dr. Natalie Schwägerl

Bayerische Akademie für Erwachsenenbildung im Sport e.V.

Georg-Brauchle-Ring 93, 80992 München

Telefon 089 15702 216

natalie.schwaegerl@blsv.de

3 Tipps und mehr

Unsere nächsten Tagesseminare

- 23.11., Nürnberg
Events organisieren – Von A bis Z
- 14.12., München
Ehren- und hauptamtliche Mitarbeiter:
Finden, binden und motivieren



3 Tipps und mehr



Programm 2014

www.blsv-qualinet.de

BAYERISCHER LANDES-SPORTVERBAND e.V.

Home AGBs Impressum Kontakt

QualiNET BLSV BAYERISCHER LANDES-SPORTVERBAND e.V.

schwaegerln

Anmelden

Passwort vergessen? Registrieren

Startseite Qualifizierungssystem Veranstaltungen Veranstaltungssuche myQualiNET Newsletter FAQs Sporttasche

Sie befinden sich hier: QualiNET -->

HERZLICH WILLKOMMEN

im neuen QualiNET des BLSV und der Bildungsakademie - benutzerfreundlich, interaktiv und übersichtlich

Hier geht's zu Veranstaltungen 2013

Hier geht's zu Veranstaltungen 2014

QualiNET Bildungsangebot

©2013 Bayerischer Landes-Sportverband e.V.

3 Tipps und mehr



***Herzlichen Dank für
Ihre
Aufmerksamkeit!***

Die
Nr.1 im
Sport

Die Bildungsakademie des BLSV