

PRESSEARBEIT

wie ich für meinen Verein in der Öffentlichkeit werbe

Die Frage der Werbung durch Presseveröffentlichungen ist für viele Vereine ein großes Problem. Viele Vereinsmitarbeiter fühlen sich bei der Präsentation ihrer Sparte unsicher. Dem abzuhelpen, soll dieses Info dienen.

Im großen und ganzen gibt es drei Bereiche, der Pressearbeit, die im folgenden dargestellt werden sollen.

1. Rundfunk, Fernsehen, Hamburger Tageszeitungen

Im redaktionellen Teil dieser Medien kann man praktisch nur mit absoluten TOP-Ereignissen landen. Hier steht der Tischtennis-Sport in direkter Konkurrenz mit Veranstaltungen wie der Fußball-Bundesliga und den internationalen Tennismeisterschaften am Rothenbaum. Wenn man aber eine Veranstaltung präsentiert, die zumindest norddeutsche Spitzenspieler vorzeigen kann, so sollte man sich nicht scheuen, sich vor der Veranstaltung mit den Redaktionen persönlich in Verbindung zu setzen, um sie von der Attraktivität zu überzeugen. Leichter ist es, in die Veranstaltungsübersichten zum Wochenende zu gelangen. Hier werden bereits landesweite Veranstaltungen (auch Vereinsturniere) berücksichtigt. Wichtig ist jedoch, diese mindestens 10 Tage vorher anzukündigen und dabei Titel, Spielort, Beginn und (wenn möglich) herausragende Teilnehmer zu nennen. Unmittelbar nach der Veranstaltung sollten dann die Ergebnisse per Fax an die Redaktionen weitergegeben werden. Es besteht dann die (kleine) Chance, Montags in der Ergebnisübersicht genannt zu werden.

2. lokale Tageszeitungen, Wochenblätter

Die lokalen Tageszeitungen, Wochenblätter und Lokalbeilagen des Hamburger Abendblatts sind die wichtigsten Anlaufstellen für den Vereinspressewart. Da die Redaktionen häufig recht dünn besetzt sind, sind die Mitarbeiter dort dankbar für Anregungen. Oft sind sogar schon Bezirksliga-Spiele oder Werbeaktionen des Vereins für die Blätter interessant. Besonders hier zählt sich ein persönlicher Kontakt zum zuständigen Sportredakteur aus. Seine Telephon-Nummer können Sie dem Impressum entnehmen. Bei den Wochenblättern gibt es häufig keine spezielle Zuständigkeit für den Sport. Wenden Sie sich dann direkt an die Redaktion.

Wenn Sie entsprechende Aktivität zeigen, wird es Ihnen gelingen, fast jede Woche in Ihrem Wochenblatt präsent zu sein. Diese Kontinuität werden Sie dann auch bald bei Ihren

Mitgliederzahlen merken, denn diese Blätter werden intensiver gelesen als gemeinhin angenommen wird.

3. Vereinszeitungen

Vereinszeitungen sind vor allem für die interne Darstellung geeignet, da sie überwiegend an die eigenen Mitglieder gerichtet sind. Sie können durch ihre Berichte über das Abteilungsgeschehen auch den Mitgliedern anderer Sparten deutlich machen, dass die Tischtennis-Abteilung erfolgreicher, geselliger oder sonst irgendwie interessanter ist, als die übrigen Sparten. Außerdem erhöht sich die Motivation Ihrer ehrenamtlichen Helferinnen und Helfer, wenn sie regelmäßig in den Vereinsnachrichten lobend erwähnt werden, denn ein bisschen Eitelkeit steckt wohl in jedem Menschen.

Wird das Mitteilungsblatt Ihres Vereins dagegen auch im Stadtteil verteilt, so sollten Ihre Berichte auch der Außenwerbung dienen. Dazu gehört, dass Sie am Ende jedes Berichtes die Trainingszeiten Ihrer Abteilung und einen Ansprechpartner für Interessierte nennen.

4. Neue Medien

Immer mehr Menschen haben einen Internet-Zugang. Diese Tatsache macht auch das Internet für die Vereine interessant. Mit einer eigenen Homepage können sie Werbung für Ihren Verein machen. Die Kosten sind gering und sie sprechen damit insbesondere jüngere Leute an. Für alle Presseinformationen gilt: Nichts ist älter, als die Nachricht von gestern. Seien sie deshalb aktuell und wärmen Sie keine alten Geschichten auf.

CJD 19.06.97