



Instrumente der externen Öffentlichkeitsarbeit

Die gängigsten Instrumente im Überblick!

Es gibt eine Vielzahl von Instrumenten der [Öffentlichkeitsarbeit](#), mit der Sie als Sportverein Zielgruppen außerhalb des Vereins (potenzielle Vereinsmitglieder, Kursteilnehmer, Zuschauer und Sponsoren, die breite Öffentlichkeit, Anwohner und Medien) ansprechen können.

Zu den Instrumenten der externen Öffentlichkeitsarbeit gehören: (Tipp: Klicken Sie auf den Begriff, der Sie interessiert und schon gelangen Sie zu den Detailinfos!)

a.) Instrumente, die sich zur Ansprache vereinsexterner Zielgruppen eignen

- Briefe
- [E-Mails](#)
- [E-Mail-Newsletter](#)
- Eventportale
- Fachportale
- [Fotos](#)
- [Google My Business](#)
- Influencer Relations
- Jubiläumsschrift (Festschrift)
- Persönliche Gespräche
- [Podcasts](#)
- PR-Anzeigen
- [Social Media-Präsenzen des Vereins](#)
- [Vereins-App](#)
- [Vereinsbroschüre](#) (Imagebroschüre, Flyer)
- [Vereins-Homepage](#)
- [Vereinsschaukasten](#) (schwarzes Brett)
- [Vereinszeitung/Vereinsmagazin](#)
- Whitepaper

b.) Instrumente, die der Medienansprache (Instrumente der Presse-/Medienarbeit) dienen:

- Fachartikel/-beiträge

- Medienkooperation
- Presseanfragen
- Presseeinladung
- [Pressefoto](#)
- Pressekonferenz
- Pressemappe
- Pressemitteilung
- Presseportale
- Presse-Stammtisch (Jour Fixe)
- Redaktionsbesuch/-gespräch
- Richtigstellung/Stellungnahme
- [Social Media](#)

c.) Sonstige Instrumente der externen Öffentlichkeitsarbeit

- Chatbots
- Facebook-Sprechstunde
- Info-Hotline
- Messen (Ausstellungen)
- Tag der offenen Tür (Schnupper-/Infotag)
- Telefonate
- Symposien
- Webinare