LANDESSPORTBUND
NORDRHEIN-WESTFALEN

Ziele der Öffentlichkeitsarbeit im Sportverein

Öffentlichkeitsarbeit ist günstiger als Werbung!

Öffentlichkeitsarbeit kann einen wichtigen Beitrag leisten, Vereinsziele zu erreichen.

Ziele der Öffentlichkeitsarbeit im Sportverein:

- Steigerung des Bekanntheitsgrades des Vereins
- Bekanntmachung von Vereinsangeboten
- Generierung medialer Mehrwerte für Vereinssponsoren
- Interesse bei potenziellen Sponsoren wecken
- Imageaufbau, -veränderung und -verbesserung
- Beeinflussung der öffentlichen Meinung
- Mitgliedergewinnung
- Wertschätzung ehrenamtlichen Engagements
- Identifikation der Mitglieder mit dem Verein verbessern (Mitgliederbindung)

Man kann strategische und operative Ziele der Öffentlichkeitarbeit unterscheiden.

a.) Strategische Ziele (strategisch = langfristig)

Bei der Planung der Öffentlichkeitsarbeit sollten Sie die strategischen Ziele des Vereins berücksichtigen. Werfen Sie z.B. einen Blick in die Vereinssatzung und die dort im **Vereinszweck** genannten strategischen Ziele des Vereins! Der Vereinszweck beschreibt die strategischen Ziele des Vereins, wie z.B. die

- Organisation eines geordneten Sport-, Spiel-, Übungs- und Kursbetriebes
- Durchführung von Sport und sportlichen bzw. außersportlichen Veranstaltungen für Mitglieder und Nichtmitglieder
- Aus-/Weiterbildung und Einsatz von Übungsleitern, Trainern und Helfern.

Praxistipp!

Thematisieren Sie die in der Satzung festgehaltenen strategischen Ziele, wie die Aus-/Weiterbildung von Übungsleitern, Trainern und Helfern in Ihren Vereinsmedien. Denkbar sind z.B. Postings auf den Social Media-Präsenzen des Vereins, in denen Trainern bzw. Übungsleitern zum Erwerb einer Trainer-/Übungsleiterlizenz gratuliert wird.

Sollte Ihr Verein ein Vereinsleitbild oder eine Vereinsstrategie verschriftlicht haben, machen Sie sich auch mit den dort festgehaltenen Vereinszielen vertraut. Die Öffentlichkeitsarbeit sollte auch diesen strategischen Zielsetzungen Rechnung tragen.

b.) Operative Ziele (operativ = kurzfristig und eher konkret)

Setzen Sie sich als Verein konkrete, nachprüfbare Ziele im Bereich Öffentlichkeitsarbeit. Formulieren Sie diese am besten **SMART**! Nur dann sind die operativen Ziele nachprüfbar!

Praxisbeispiele:

- Im Vereins E-Mail-Newsletter, der viermal pro Jahr erscheint, wird in jeder Ausgabe a.) einer der vier Hauptsponsoren des Vereins portraitiert, b.) in einer Ehrenamtsrubrik ein ehrenamtlich Engagierter des Vereins vorgestellt, c.) werden alle neuen Vereinsmitglieder mit Foto und per Steckbrief vorgestellt und d.) alle neuen Vereinsangebote mit Informationen zum Veranstaltungsort, Termin sowie Ansprechpartner nebst Kontaktdaten eingebunden.
- Auf dem Instagram-Account des Vereins wird mindestens einmal pro Woche ein Vereinsmitglied mit Foto und einem max. 300-Zeichen langen Text vorgestellt (Vor- und Nachname, Sportart, Interessen und was das Mitglied am Verein begeistert) + Hashtags „#Vereinsname“ + „#Sportart“.
- Pro Kalenderjahr veranstaltet der Verein einen Pressestammtisch (möglichst immer zum gleichen Termin: Monat, Wochentag, Uhrzeit) bzw. einen Schnuppertag, an dem die örtliche Presse neue Vereinsangebote ausprobieren kann.

Die Öffentlichkeitsarbeit hat übrigens den Charme, dass sie in aller Regel deutlich günstiger ist als eine Werbekampagne, insbesondere wenn Ihr Verein nicht die Dienste externe Dienstleister in Anspruch nimmt. Bestimmt findet sich auch in Ihrem Verein jemand**,** mit Talent für das geschriebene Wort.