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