

Presseleitfaden für „Deutschland spielt Tennis!“

Warum überhaupt Pressearbeit?

Ziel eines Tags der offenen Tür im Rahmen von „Deutschland spielt Tennis!“ ist es, so viele interessierte Besucher und potenzielle Neu-Mitglieder wie möglich auf die eigene Anlage zu locken. Um das zu erreichen, sind die lokalen Medien neben der Plakatierung vor Ort und der Mund-zu-Mund-Propaganda ein wichtiges Instrument. Außerdem ist es für euren Verein ein Imagegewinn, in der Region öffentlich in Erscheinung zu treten und sich als Anbieter von Freizeitangeboten zu positionieren.

Wer kann Pressearbeit?

Natürlich ist es schön, wenn ihr jemanden mit journalistischer Erfahrung für diesen Job findet. Aber wenn nicht, ist das auch kein unüberwindbares Hindernis. Mit Hilfe dieses kleinen Leitfadens können auch Neulinge in der Medienarbeit ihren Verein in die Zeitung oder ins Netz bringen. Natürlich erfordert das ein wenig Einsatz und manchmal auch etwas Hartnäckigkeit. Euer Ansprechpartner für die Presse muss nämlich sowohl im Vorfeld aktiv auf die Medien zugehen, als auch bei Anfragen Rede und Antwort stehen. Deshalb sorgt dafür, dass euer Presseverantwortlicher immer gut und vollständig informiert ist! Auch wenn es selbstverständlich erscheint, noch mal im Klartext: Er ist das Sprachrohr nach außen und jegliche Kommunikation mit der Presse sollte auch über ihn koordiniert werden.

Und jetzt: an die Arbeit!

Glückwunsch, ihr habt einen mehr oder weniger Freiwilligen für die Pressearbeit gefunden. Doch wie geht es nun weiter? Ordnung ist das halbe Leben, deshalb kann ein PR-Plan sehr hilfreich sein. Wie ausführlich ihr diesen gestaltet, liegt letztendlich an euch beziehungsweise auch an dem medialen Umfeld in der Region. Hier zeigen wir euch mal ein Grundgerüst:

Was?	Wann?
<ul style="list-style-type: none"> Anmeldung des eigenen Vereins zu „Deutschland spielt Tennis!“ 	<ul style="list-style-type: none"> Spätestens bis zum 2. April 2018
<ul style="list-style-type: none"> Einstellen der Eckdaten zur Saisonöffnung auf die Vereinswebsite, ggf. posten auf Facebook Je nach Bedarf: Veröffentlichung eines Aufrufs an freiwillige Helfer 	<ul style="list-style-type: none"> Zeitnah nach der Anmeldung zu „Deutschland spielt Tennis!“
<ul style="list-style-type: none"> Benennung eines Verantwortlichen für die Pressearbeit, Nennung aller relevanten Ansprechpartner für den Aktionstag auf der Website des Vereins Grobes Programm für Aktionstag online veröffentlichen 	<ul style="list-style-type: none"> Ihr solltet euer Organisations-Team möglichst zwei Monate vor dem Event zusammenhaben Das Programm sollte etwa acht bis sechs Wochen vorher stehen
<ul style="list-style-type: none"> Presseverteiler erstellen = E-Mail-Adressen und Telefonnummern der Ansprechpartner bei den relevanten Medien der Region herausfinden oder ggf. vorhandene Kontaktlisten aktualisieren 	<ul style="list-style-type: none"> Im Idealfall habt ihr den Presseverteiler etwa sechs Wochen vor dem Aktionstag fertig

<ul style="list-style-type: none"> • Relevant sind: Lokalteil der regionalen Tageszeitung, Veranstaltungsmagazine, Wochenblätter, Online-Zeitungen, regionale Radio- und TV-Sender 	
<ul style="list-style-type: none"> • Versand der ersten Pressemitteilung an euren Verteiler • Persönlichen bzw. telefonischen Kontakt zu den Medien herstellen • Im Idealfall: Verabredung einer regelmäßigen Berichterstattung • Grobe Absprache von Themen und Veröffentlichungsterminen 	<ul style="list-style-type: none"> • Sechs bis vier Wochen vor der Saisonöffnung
<ul style="list-style-type: none"> • Regelmäßig weitere Pressemitteilungen versenden • Kommunikation mit den lokalen Medien aufrechterhalten 	<ul style="list-style-type: none"> • Ab vier Wochen vor der Saisonöffnung
<ul style="list-style-type: none"> • Einladung zum Aktionstag an alle Medienvertreter versenden 	<ul style="list-style-type: none"> • Ein bis zwei Wochen vor der Saisonöffnung
<ul style="list-style-type: none"> • Betreuung der Journalisten vor Ort 	<ul style="list-style-type: none"> • Während der Saisonöffnung

Kontaktaufnahme mit Medienvertretern

Wenn euer Programm für den Aktionstag „Deutschland spielt Tennis!“ grob feststeht, solltet ihr den Kontakt zu relevanten Medien im Umfeld eures Vereins herstellen. Informiert die Journalisten ausführlich und am besten persönlich oder zumindest telefonisch über euren Aktionstag und bittet sie, euch bei der Kommunikation zu unterstützen. Schickt ihnen im Anschluss am besten noch einmal alles schriftlich!

Journalisten haben viele Termine und bekomme viele Anfragen. Deshalb solltet ihr euch regelmäßig, aber freundlich bei ihnen in Erinnerung rufen. Wenn sie dann eure Pressemitteilungen aufgreifen oder auf andere Weise auf euren Aktionstag hinweisen – super, sehr gut gemacht!

Die Königsdisziplin ist es, eine feste Zusammenarbeit mit einem Medium zu vereinbaren, das dann regelmäßig und ausführlich über euren Aktionstag berichtet. Wenn ihr einen Ansprechpartner habt, der offen für das Thema ist, dann trifft eine konkrete Vereinbarung mit festen Timings.

Beispiel:

Thema 1: Ankündigung des Aktionstages

Termin: 4 Wochen vorher

Thema 2: Detaillierte Vorstellung des Aktionsprogramms

Termin: 1-2 Wochen vorher

Thema 3: Interview mit 1. Vorsitzendem oder Organisationsleiter

Termin: 1-5 Tage vorher

Ladet die Pressevertreter ein!

Etwa ein bis zwei Wochen vor der Saisonöffnung ist es Zeit, eure Ansprechpartner seitens der Presse noch einmal offiziell zur Saisonöffnung einzuladen. Auch wenn ihr schon länger im Gespräch seid, ist das eine nette Geste und bietet euch auch noch einmal einen Anlass, an die Veranstaltung zu erinnern. Fügt der Einladung am besten auch gleich einen Ablaufplan und eine Anfahrtsbeschreibung bei. Wenn ihr so gar keine Antwort auf das Schreiben bekommt, hakt nach ein paar Tagen ruhig noch einmal nach!

Wenn gleich mehrere Medienvertreter ihre Zusage für den Besuch eurer Saisonöffnung geben – Jackpot! Nun gilt es, den Überblick zu behalten. Oft haben die Journalisten genaue Vorstellungen davon, über was sie berichten wollen. Trotzdem solltet ihr euch überlegen, welche Themen ihr ihnen anbieten könnt und die Verfügbarkeit von Interviewpartnern am Aktionstag klären.

Damit die Pressevertreter euren Aktionstag und damit auch euren Verein in guter Erinnerung behalten – kümmert euch um sie! Das heißt: Steht ihnen für Fragen zur Verfügung, liefert ihnen Gesprächspartner für ein Interview oder arrangiert ein Fotomotiv.

Im Fall, dass Medienvertreter eure Saisonöffnung nicht besuchen können, bleibt dennoch in Kontakt. Bietet ihnen zum Beispiel Bildmaterial des Aktionstages oder Zitate eures Vorstands oder von Besuchern an. Ihr solltet sowieso gleich am Abend des Aktionstages oder spätestens am Folgetag einen kleinen Nachbericht und ein bis zwei honorarfreie Bilder an euren Presseverteiler verschicken.

Und nun: Viel Erfolg!