

Zehn Tipps zur Öffentlichkeitsarbeit im Sportverein

1. Pressemitteilungen müssen kein bis ins letzte Detail ausformulierter Text sein. Eine seriöse Redaktion wird das, was Sie geschrieben haben, sowieso noch einmal bearbeiten, ggf. kürzen oder umformulieren. (Es gibt allerdings auch Zeitungen, z.B. Anzeigenblätter, die am liebsten ausformulierte Manuskripte bekommen, die sie eins zu eins übernehmen können.) Deshalb genügen oft ein paar Sätze oder sogar nur Stichworte.
2. Bringen Sie die Dinge auf den Punkt. Machen Sie gleich in den ersten Sätzen klar, worum es geht. Berücksichtigen Sie dabei die berühmten fünf „W“ des Journalismus: wer, was, wann, wo und warum.
3. Achten Sie auf logischen Aufbau und Vollständigkeit Ihrer Texte. Zwei Beispiele: K. Meier wurde in seiner Gewichtsklasse Zweiter. Damit kann keine Redaktion etwas anfangen, das Ergebnis wird unberücksichtigt bleiben. Richtig muss es heißen: Klaus Meier belegte bei den Niederrhein-Meisterschaften im Gewichtheben bei der B-Jugend in der Gewichtsklasse bis 27 kg den zweiten Platz. Oder Sie listen einfach auf: Niederrhein-Meisterschaften im Gewichtheben, B-Jugend, Klasse bis 27 kg: 2. Klaus Meier. – Zweites Beispiel: Der TuS Immenkeppel gewann sein Heimspiel mit 2:1, Schulze und Kasper schossen die Tore. Hier fehlt so ziemlich alles, was eine Meldung ausmacht: Sportart, Spielklasse, Spielverlauf. Richtig formuliert muss es heißen: Der TuS Immenkeppel gewann sein Heimspiel in der Fußball-Kreisklasse B, Gruppe 1, gegen den VfL Schwanenhausen mit 2:1 (Halbzeit 1:0). Thomas Schulze und Marc Kasper trafen zum 1:0 (34. Minute) und 2:1 (75.). - Berichten Sie über handelnde Akteure immer mit vollem Vor- und Zunamen. Lassen Sie alles Unwesentliche weg. Beispiel: Das Wetter bei einer Veranstaltung interessiert nur dann, wenn es ungewöhnlich war oder Einfluss auf das Geschehen hatte (sintflutartige Regenfälle, Gewitter, Hagel, Schnee). Das „bei strahlendem Sonnenschein“ können Sie sich in der Regel sparen.
4. Versehen Sie Ihre Pressemeldungen stets mit den wesentlichen Daten, vor allem Name und Telefonnummer (für evtl. Rückfragen) des Absenders. Machen Sie gleich in der Betreff-Zeile klar, worum es geht: 13. Spieltag der Faustball-Verbandsliga, Ergebnisse vom Köln-Marathon, Jahreshauptversammlung des TuS Bösenfeld etc.
5. Sorgen Sie für Aktualität und Zuverlässigkeit. Berichte und Ergebnisse vom Wochenende sollten bis spätestens Dienstag in einer Tageszeitungsredaktion vorliegen. Vorberichte und Ankündigungen für das darauffolgende Wochenende bis allerspätestens Mittwoch. Verschicken Sie Ihre Ankündigung nicht zu früh, höchstens eine Woche vor dem Termin oder dem gewünschten Datum der Veröffentlichung. - Benennen Sie in Ihrem Verein oder Ihrer Abteilung möglichst einen Ansprechpartner, der sich regelmäßig um die Öffentlichkeitsarbeit kümmert, Das erhöht die Glaubwürdigkeit und erleichtert die Zusammenarbeit. Sorgen Sie für eine Vertretung wenn er (oder sie) verhindert ist. Und melden Sie sich auch dann, wenn Ihr Verein mal verloren oder nicht so gut abgeschnitten hat.
6. Nicht alles muss auf schriftlichem Wege erfolgen, manchmal genügt auch ein Telefongespräch. Ergebnisse, in denen mehr als drei Namen, Daten und Zahlen vorkommen, sollten Sie auf jeden Fall schriftlich liefern, ebenso Ankündigungen zu Jahreshauptversammlungen, Turnieren etc. Oft genügt dafür die Einladung oder Ausschreibung, die Sie ohnehin an Ihre Mitglieder oder andere Interessenten verschicken.
7. Treffen Sie Absprachen nur mit Redakteuren. Freie Mitarbeiter sind wichtig, ohne sie kann keine Redaktion funktionieren. Doch sie erhalten in der Regel ihre Aufträge von der Redaktion. Wenn Sie also Wert darauf legen, dass Ihre Veranstaltung oder

Versammlung von einem Mitarbeiter einer Zeitung besucht wird, sollten Sie auf jeden Fall die Redaktion einladen. Das Gleiche gilt für Fotografen., Auch sie erhalten ihre Aufträge ausschließlich durch die Redaktion.

8. Versuchen Sie sich nach Möglichkeit an getroffene Absprachen zu halten, was Uhrzeit für Anrufe, Liefertermine von Ergebnislisten o.ä. betrifft.
9. Versuchen Sie, bei Veranstaltungen – insbesondere Meisterschaften – außerhalb des Rhein-Kreises-Neuss mit anderen dort vertretenen Vereinen zu kooperieren. Ein gemeinsamer Bericht oder eine gemeinsame Ergebnisliste erleichtern nicht nur der Redaktion die Arbeit, sondern erhöhen die Chancen, möglichst schnell und ausführlich ins Blatt zu kommen. Sind mehrere Vereine regelmäßig bei solchen Veranstaltungen vertreten, können sie sich der „Ausgewogenheit“ wegen in der Pressearbeit abwechseln.
10. Persönlicher Kontakt ist wichtig. Redakteure freuen sich über Ihre Besuche. Nur: Kündigen Sie sich bitte vorher telefonisch an, wenn Sie möchten, dass ein Redakteur sich Zeit für Sie nimmt. Denn Redakteure sind immer im Produktionsstress, der an bestimmten Tagen (z.B. Sonntag und Donnerstag) und Uhrzeiten (etwa ab 15 Uhr) größer ist.

Ihre Kontaktadresse zur Neuß-Grevenbroicher Zeitung:

Die Sportredaktion erreichen Sie montags bis freitags immer von 10.45 Uhr (vorher ist Redaktionskonferenz) bis mindestens 19 Uhr; am Sonntag in der Regel zwischen 11,30 und 21 Uhr. Zwischen 14 und 17 Uhr sind die Fußball-Redakteure sonntags zu Spielen vor Ort und deshalb nicht zu erreichen.

Kontakte: 02131/400-231 Volker Koch (verantwortlich)

02131/404-208 David Beineke

02131/404-230 Dirk Sitterle

Fax: 02131/404-189

e-mail: sportredaktion@ngz-online.de

Postanschrift: NGZ-Sportredaktion, Pressehaus Moselstraße 14, 41460 Neuss