



Öffentlichkeitsarbeit für Veranstaltungen

Der Erfolg der Veranstaltung hängt letztlich davon ab, wie viele Besucher angelockt werden können. Und dies ist Aufgabe der Werbung und Öffentlichkeitsarbeit. Gerade heute, wo sich jede Veranstaltung gegen vielerlei Konkurrenz behaupten muss, kommt der Werbung und Öffentlichkeitsarbeit immer mehr Bedeutung zu.

Rundfunk / Fernsehen

Auch wenn sich das Interesse von Rundfunk und Fernsehen in erster Linie auf Veranstaltungen mit überregionaler Bedeutung konzentriert, die Kontaktaufnahme lohnt sich allemal.

- Suchen Sie den persönlichen Kontakt mit dem zuständigen Redakteur. Der Landessportbund kann Ihnen unter Umständen als Verbindungsstelle weiterhelfen.
 - Stellen Sie das Besondere Ihrer Veranstaltung heraus, um eine Abgrenzung zu möglichen Konkurrenzveranstaltungen zu erreichen.
 - Seien Sie nicht enttäuscht, wenn eine umfassende Berichterstattung nicht zustande kommt. Viel ist schon erreicht, wenn Ihre Veranstaltung in den Veranstaltungskalender des regionalen Rundfunks oder Fernsehens aufgenommen wird.
 - Bedenken Sie, daß der Rundfunk in seiner Programmgestaltung flexibler als das Fernsehen reagieren kann und über mehr Sendungen mit Nachrichtencharakter verfügt.
 - Unabhängig vom Erfolg Ihrer Bemühungen: Lassen Sie den einmal hergestellten persönlichen Kontakt mit dem Redakteur nicht abreißen - vielleicht klappt es beim nächsten Mal.
-

Plakate

Plakate sind wichtig, um auf die Veranstaltung aufmerksam zu machen. Doch gerade weil hier ein besonderer "Konkurrenzkampf" herrscht, muss man sich über die Art und Weise des Einsatzes von Plakaten genau im klaren sein. Sie müssen den Blick des Betrachters fesseln. Verwenden Sie deshalb knallige Farben, auffällige Motive, unterschiedliche Schriftgrößen usw. Nur die wichtigsten Informationen dürfen auf das Plakat. zuviel Text verwirrt nur. Außerdem sollte ein vorbeifahrender Autofahrer auch noch lesen können, worum es geht. Plakate können lediglich zum Besuch einer Veranstaltung anregen. Entscheidender ist die lokale Berichterstattung sowie die Qualität der Veranstaltung. Sprechen Sie mit örtlichen Unternehmen wegen der Übernahme von Plakatkosten. Bieten Sie als Gegenleistung den Eindruck von Werbung in das Plakat. Nutzen Sie die kostenlosen Möglichkeiten, ein Plakat anzubringen, zum Beispiel in

- Geschäften
- Schulen und Kindergärten
- Sportanlagen
- Vereinsheimen
- Tankstellen
- Behörden und anderen Gebäuden mit Publikumsverkehr

Hängen Sie die Plakate spätestens zwei bis drei Wochen vor der Veranstaltung aus.

Programmheft

Bei herausragenden Veranstaltungen bietet sich die Herausgabe eines Programmheftes mit besonderem Erinnerungswert an.

Neben dem Programm der Veranstaltung ist eine Darstellung des Vereins sinnvoll.

Sichern Sie die Finanzierung - und möglicherweise einen kleinen Gewinn - durch Anzeigen und Verkauf.

Achten Sie auf ein ausgewogenes Verhältnis von Text und Anzeigen.

Werbebrief/Einladung

- Laden Sie Ehrengäste, Förderer und andere Meinungsbildner persönlich ca. drei bis vier Wochen vorher ein. Fragen Sie ggf. nach, um zu wissen, wer kommt, damit Sie die entsprechende Betreuung (offizielle Begrüßung, Ansprachen usw.) planen können.
 - Senden Sie Werbebriefe bzw. Einladungen an andere örtliche Vereine und Institutionen wie Schulen usw.
-

Presse

Erfahrungsgemäß kommt der Zusammenarbeit mit der Lokalpresse besondere Bedeutung zu. Dies gilt gleichermaßen für:

- Lokale Tageszeitungen
- Anzeigenblätter
- Amtsnachrichten
- Kirchenblätter
- Zeitschriften der Sportverbände (Fachverband, Landessportbund)
- Vereinszeitung

Vor der Veranstaltung:

- Info-Zettel vorbereiten mit folgenden Informationen
 - Veranstalter
 - Kontaktadresse
 - Programmablauf
 - Bei Konzerten: Programmablauf mit Namen der Werke, Komponisten und Ausführenden
 - Bei Jubiläen (25, 50 Jahre etc.): Kleine Chronik mit den wichtigsten Daten und Namen / Fotos

Die Pressemitteilung:

Bitte um Ankündigung

- Wer? (Veranstalter)
- Was? (Art der Veranstaltung)
- Wann? (Wochentag mit Datum und Uhrzeit)
- Wo? (Veranstaltungsort)
- Kosten? (falls Startgeld oder Eintritt)
- Anmeldefristen? (bis wann und an wen?)
- Wegbeschreibung? (bei schwierig zu findenden Veranstaltungsorten)
- Programm? (und eventuell Höhepunkte, Stargäste etc.)

Anschrift der Redaktion? (nicht an einzelne Redakteure oder Mitarbeiter schreiben, sondern an die zuständige Redaktion)

Berichterstattung (vermerken, ob erwünscht!)

Kontakt? (Kontaktperson mit Namen, Telefonnummer für Rückfragen)

Pressemitteilung veröffentlicht? (wenn nicht: Rechtzeitig zuständige Redaktion anrufen, diesmal - wenn erreichbar - den zuständigen Redakteur kontaktieren!)

Die Veranstaltung:

- Ansprechpartner benennen, der für Fragen zur Verfügung steht.
- Falls vorhanden. Vor Beginn Programmzettel übergeben, auf eventuelle Änderungen hinweisen
- Namen des Journalisten der Zeitung merken
- Eventuell: Termin für ein Nachgespräch vereinbaren

Nach der Veranstaltung

ist nichts mehr zu machen, es sei denn:

Der Journalist ist nicht erschienen, dann kleine Mitteilung mit den wichtigsten Infos in Stichworten an die Redaktion senden und Kontakt für Rückfragen vermerken. einen Tag später noch einmal den zuständigen Redakteur kontaktieren. "Warum war kein Journalist anwesend?"

Service:

Meine **T**ausend **V**olleyballseiten aus **H**eide
(Eine Fanpage der Heider Volleyballfreunde)

email: <mailto:volleyball@mtv-heide.com>