



Öffentlichkeitsarbeit

„Nur wer von Angeboten weiß, kann auch kommen!“

Bei allen Sportangeboten oder Veranstaltungen im Sportverein ist es notwendig, dass darüber informiert wird. Wenn niemand außer den „Eingeweihten“ von den Angeboten weiß, wird auch niemand anderes kommen. Je mehr Menschen über ein Angebot und das, was sie dort erwartet, informiert sind, desto mehr werden teilnehmen. Um dies zu erreichen, gibt es eine Fülle von Wegen und Mitteln: Ansprechen von Erwachsenen, Jugendlichen und Multiplikatoren (die andere persönlich informieren und für eine „Mund-zu-Mund-Propaganda“ gewinnen), Handzettel, Einladungen und Plakate verteilen, über regionale oder überregionale Medien informieren. Welche Wege und Mittel auch im Einzelnen genutzt werden – wichtig ist die **Menschen zu erreichen**. Denn erst wer von einem Angebot weiß, kann auch kommen!

Tue Gutes – und sprich darüber

Aus der Öffentlichkeitsarbeit ergeben sich weitere positive Nebeneffekte. Lesen Jugendliche zum Beispiel in der Zeitung, im Internet oder in Schaukästen von Aktionen, an denen sie selbst teilgenommen haben, so stärkt dies ihre **Identifizierung mit der Jugendarbeit** im Verein. Eltern freuen sich, wenn ihre Kinder in einem Artikel namentlich genannt oder gar auf einem Bild zu sehen sind. Auch ihre Bindung zum Verein verbessert sich: „Dort wird was für die Jugend gemacht!“ Und auch erwachsene Mitglieder können sich mit der Jugendarbeit im Verein besser identifizieren, wenn sie möglichst lebendig von ihr erfahren. Über diesen Weg erfährt das Vereinsumfeld von den Angeboten der Jugendarbeit. Verstärkt wird die Identifikation mit der Jugendarbeit, wenn Jugendliche selbst darüber schreiben und berichten.

Interne Kommunikation und Image

Das Image der Jugendarbeit im Verein kann verbessert werden, wenn ansprechend informiert wird. **Transparenz** in der internen Kommunikation bringt viele positive Effekte mit sich. Ein Heft mit einem kurzen Porträt der Abteilung, aller Mannschaften und der Übungsleiter sowie aller wichtigen Termine und Telefonnummern, wirkt sich positiv auf das Bild aus, welches die Kinder der Sparte und ihre Eltern vom Verein haben. Sie sehen, dass auch sie und ihre Mannschaft in dem Heft stehen und zur Abteilung gehören. Vielleicht können sie ihren Eltern sogar ein Foto von ihrem Übungsleiter zeigen. Die Telefonnummern helfen, den Kontakt unter den Kindern zu verbessern. Jeder kennt die Telefonnummer des anderen und kann beispielsweise vor Wettkämpfen selbständig Treffpunkte mit den anderen vereinbaren. Und Eltern können sich ein detaillierteres Bild vom Sportangebot und den Übungsleiter ihrer Kinder machen. Darüber hinaus erfahren sie den Verein als gut organisiert.

Das Image der Vereinsjugendarbeit in der Öffentlichkeit

Die Jugendarbeit im eigenen Verein und Umfeld bekannt zu machen und über sie zu informieren ist eine wichtige Aufgabe der Öffentlichkeitsarbeit. Hier ist es hilfreich, wenn der Verein gezielt Einfluss auf sein Image ausübt. Neben den Angeboten in der Jugendarbeit zählt hierzu ein eigenes Profil. Sind Betreuer und Übungsleiter gut ausgebildet, so sollte dies genauso in der Öffentlichkeitsarbeit Erwähnung finden, wie weitere Stärken der Jugendarbeit, die sich beim Durcharbeiten dieser Broschüre herauskristalisieren. Durch externe Medien kann Jugendarbeit sich in das Bewusstsein der (erwachsenen) Öffentlichkeit außerhalb des Vereins heben. Hierzu bieten sich zum Beispiel Artikel in regionalen Zeitungen, Ankündigungen von Veranstaltungen in entsprechenden lokalen Programmheften, Plakate außerhalb des Vereinsgeländes oder Flyer mit einem Vereinsprofil in Arztpraxen an. Eine Vereinszeitung, die in Geschäften ausliegt oder an Haushalte verteilt wird, kann diese Aufgabe ebenfalls erfüllen. Sportvereine verdeutlichen so ihren Stellenwert in der Gesellschaft. Dies kann zu Vorteilen bei der Politik und den zuständigen Institutionen führen (Lobbyarbeit). Zudem wird eine günstige Ausgangssituation für die Gewinnung von Mitgliedern, potentiellen Sponsoren und Kooperationspartnern geschaffen - vor allem, wenn diese Kontakte auch persönlich aufgebaut und gepflegt werden. Je kontinuierlicher über die Jugend berichtet wird, desto wahrscheinlicher ist es, dass ihr Stellenwert im Verein, Vereinsumfeld und in der Öffentlichkeit steigt.

Auf die Form kommt es an!

Wie wirksam Öffentlichkeitsarbeit ist, hängt erheblich von der äußeren Form ab. So wie der Ton die Musik macht, wirkt die Gestaltung eines Plakates oder einer Vereinszeitung auf den Betrachtenden. Der erste Eindruck entscheidet, was jemand über die Jugendarbeit im Verein oder eine konkrete Veranstaltung denkt. Die Inhalte vermischen sich mit der äußeren Form und erzeugen das Bild, welches andere von der Jugendarbeit haben.

Kinder und Jugendliche beteiligen

Für die Jugendarbeit eines Sportvereins gründet das beste Image auf der Beteiligung der Kinder und Jugendlichen an der Öffentlichkeitsarbeit. Nichts wirbt besser im Kinderbereich als von Kindern gemalte Plakate. Ein Clubhaus, welches von Jugendlichen aus dem Verein ansprechend nach Graffitiart bemalt wurde, wirkt sich positiv auf das Image



des Vereins unter Jugendlichen aus. Es signalisiert: „Hier werden wir ernst genommen, hier dürfen und können wir unsere Ideen umsetzen!“ Ähnlich ist es mit Vereinszeitungen. Nichts ist spannender für Jugendliche als einen Artikel über ihre Zeltfahrt mit Anekdoten zu lesen, den Teilnehmer der Fahrt geschrieben haben.

Schnell und bequem Kommunizieren

Ein erheblicher Teil der Kommunikation findet heute via Internet oder E-Mail statt und ist im Privaten wie im Geschäftlichen zu einer schnellen und bequemen Form des Umgangs miteinander geworden. Während ein Brief frühestens am nächsten Tag den Adressaten erreicht, trifft eine E-Mail bereits wenige Sekunden später ein und kann ebenso schnell vom Empfänger beantwortet werden. Die Kommunikation mit den Mitgliedern, Engagierten, Geschäftspartnern und Sponsoren wird dadurch erheblich vereinfacht. Auch der Kontakt zu Behörden und Fachverbänden ist bequemer geworden. Viele Dokumente und Unterlagen können bereits via E-Mail oder Internet eingereicht oder bearbeitet und Fragen können direkt an die zuständigen Ansprechpartner gestellt werden. Über E-Mail-Newsletter können an einen eingetragenen Abonnentenkreis regelmäßig aktuelle Informationen verschickt werden. Je nach der Menge der vorhandenen Informationen kann der Newsletter wöchentlich, monatlich oder auch quartalsweise erscheinen. Sie sind ein sehr gutes Instrument, um langfristig mit Mitgliedern, Sponsoren, Partnern und Mitarbeiter oder einfach nur Interessierten in Verbindung zu bleiben. Entscheidend ist, dass die Zusendung nur mit vorheriger Zustimmung erfolgt und jederzeit wieder rückgängig gemacht werden kann. Und Newsletter sollten ebenso sorgfältig erstellt werden, wie Vereinszeitungen oder Informationsblätter. Das Internet ermöglicht den Engagierten im Sportverein vor allem einen schnellen Zugang zu Informationen. Entsprechende Internetseiten und Datenbanken bieten alle erdenkbaren Angebote, von Trainingsforen über Ergebnisdienste bis hin zu konkreten Hilfen zur Vereinsführung. Und der Führerschein für die Datenautobahn wird heute bereits in der Grundschule vergeben. Wer ihn nicht hat, droht in der modernen Wissensgesellschaft als nicht mehr „verkehrstüchtig“ zu gelten. Die Sportvereine können sich dem Trend der Zeit nicht verschließen. Dabei geht es nicht nur um das technische Verständnis. Wer erfolgreich im Netz kommunizieren möchte, sollte einige grundlegende Regeln und Etiketten kennen und beachten. Dazu gehört beispielsweise, keine vertraulichen Daten über E-Mail zu verschicken, da sich andere darauf leicht Zugriff verschaffen könnten.

Die eigene Website

Durch eine eigene Internetadresse kann der Verein selber zum Anbieter im weltweiten Datennetz werden. Die eigene Vereinswebsite ist heute bereits ein einfacher und viel genutzter Weg, aktuelle Informationen für die Öffentlichkeit und die Mitglieder anzubieten. Das Erstellen von eigenen Webseiten ist mittlerweile mit entsprechenden Programmen nicht mehr schwer. Die Kunst besteht darin, durch attraktive und nützliche Informationen möglichst viele Besucher auf die Seiten zu locken. Gefragt sind ein wenig Kreativität und Ideen. Die Fotos vom Wettkampf können am gleichen Abend noch schnell auf den PC übertragen und ins Netz gestellt werden. Die Kinder und Jugendlichen können ihren Eltern und Freunden die Fotos zeigen. Über das Internetangebot können die Funktionsträger schnell und bequem erreicht werden. Wenn z. B. eine Mutter Fragen hat, kann sie dem entsprechenden Ansprechpartner eine E-Mail schreiben und sieht evtl. sogar ein Foto von der Kontaktperson. Wegskizzen zu den Trainings- und Spielstätten erleichtern die Anfahrt für die Gastmannschaften. Und falls einmal nicht alles auf ein Werbeplakat zu einer Veranstaltung passt, können die Interessierten über die angegebene Internetadresse umfangreiche Informationen erhalten. Oft dauert es auch lange, bis aktuelle Ergebnisse über die Engagierten zu den Kindern und Jugendlichen gelangen. Durch ein Internetangebot können sie aktuelle Ergebnisse anschauen und sehen, wie ihre Mannschaft und wie die anderen abgeschnitten haben. Allerdings ist zu beachten, dass solche aktuellen Angebote in der Betreuung zeitaufwendig sind. Wenn ein Verein dafür zunächst nicht genügend Engagierte zur Verfügung hat, sollte er sich auf eine Website beschränken, welche die wichtigsten Rahmeninfos bietet.

Bedeutung für Jugendarbeit

Der Bereich Internet und EDV ist gerade für die Vereinsjugendarbeit wichtig, da der Umgang mit Medien und professionell aufbereiteten Informationen zu einer Selbstverständlichkeit geworden ist. Um Jugendliche zu erreichen ist das Internetangebot für Sportvereine ein Marketing-Instrument mit hohem Wirkungs- und Identifikationsgrad. Viele Kinder und Jugendliche, die heute Freizeitangebote suchen, verschaffen sich zunächst einen Eindruck im Internet. Welche Jugendmannschaften gibt es eigentlich und haben die Vereinsjugendlichen eigene Seiten im Internet? Die Website wird so für Jugendliche zur Visitenkarte ihres ganzen Vereins und bestimmt oft den ersten Eindruck.



„Öffentlichkeitsarbeit“ auf dem Prüfstand

Angebote und Informationsfluss

- Welche Angebote/Veranstaltungen finden in der Jugendarbeit statt und wie gestaltet sich für diese die Öffentlichkeitsarbeit?
 - Welche Altersgruppen werden angesprochen?
 - Sind die Angebote im Verein bekannt (was, wann, wo, für wen)?
 - Welche Gruppen werden im Verein wie über die Angebote informiert?
 - Wie werden Nicht-Mitglieder, Zielgruppe, Öffentlichkeit, mögliche Sponsoren, Behörden und potentielle Kooperationspartner über die Angebote der Jugendarbeit informiert?
- Wird über Besonderheiten informiert, wie etwa über die Qualifikation von Betreuer oder Übungsleiter?
- Wird auch über Angebote informiert, die den Engagierten im Verein vielleicht als selbstverständlich erscheinen, aber nicht für jede/n selbstverständlich sein müssen (z. B. Weiterbildungsmöglichkeiten, Vorstandssitzungen, Arbeitsgruppen)?

Information über Jugendarbeit

- Werden Angebote und Prinzipien der Jugendarbeit im Verein bekannt gemacht?
 - Wie erfahren erwachsene Mitglieder von der Jugendarbeit im Verein?
 - Woran erkennen Besucher des Clubheims, dass im Sportverein Jugendarbeit betrieben wird?
 - Was und wie erfahren die Menschen im Einzugsgebiet von der Jugendarbeit im Verein?

Kinder und Jugendliche in der Öffentlichkeitsarbeit

- Wie oft haben Kinder und Jugendliche die Möglichkeit, etwas über Angebote zu lesen, bei denen sie selbst mitmachen wollen oder an denen sie teilgenommen haben?
 - Wo lesen sie davon (z. B. im Verein, in der Presse, im Schaukasten)?
- Wie erfahren Eltern von dem, was ihre Kinder im Verein erleben?
- Gibt es in den Medien des Vereins einen eigenen Bereich für Jugendarbeit? Wie regelmäßig wird dort über die Jugendarbeit informiert?

Sind Kinder und Jugendliche beteiligt?

- Wie sind Kinder und Jugendliche an der Öffentlichkeitsarbeit beteiligt?
 - Welche Aufgaben übernehmen sie (malen, verteilen, schreiben, fotografieren, layouts, drucken, zeichnen, Ideen einbringen, eigene Rubrik etc.)?
 - Wie drückt sich deren Beteiligung in der äußeren Form der Öffentlichkeitsarbeit aus?
 - Sind die Kinder selbst aufgerufen, „Öffentlichkeitsarbeit“ für ein bestimmtes Angebot zu machen?
 - Stehen Jugendlichen eigene Haushaltsmittel für Öffentlichkeitsarbeit zur Verfügung?
 - Können Jugendliche eigene Mittel durch Aktionen etc. einwerben?
 - Haben Jugendliche ihren eigenen Redaktionsausschuss bzw. sind sie im Redaktionsausschuss des Vereins beteiligt?

Talente finden und nutzen

- Gibt es Kinder und Jugendliche im Verein, die besonders gerne etwas tun, was auch für die Öffentlichkeitsarbeit wichtig ist (schreiben, fotografieren, malen, Witze für Vereinszeitung erzählen etc.)?
 - Welche Maßnahmen gibt es, um solche Talente bei Kindern und Jugendliche zu erkennen?
- Ist die Einstiegsschwelle für eine Beteiligung von Kindern und Jugendlichen an der Öffentlichkeitsarbeit niedrig gehalten (z. B. Postkasten für Briefe, Witze oder Bilder)?
- Erfahren sie Dank und Anerkennung für ihr Engagement?

Rahmen für Öffentlichkeitsarbeit

- Welche Möglichkeiten stehen Engagierten für die Öffentlichkeitsarbeit zur Verfügung (Zugang zu PC, Kontaktpersonen für Preetexte etc.)?
- Wer aus dem Verein kann bei Handzetteln und Plakaten helfen (Layout, Druck, Kopieren)?
- Wie hoch ist der bürokratische Aufwand für Engagierte, z. B. bei der Kostenerstattung für Kopien?

Pressearbeit






- Welche Kontakte gibt es im Verein zur Presse?
 - Erscheinen in der Lokalpresse regelmäßig Berichte über die Vereinsjugendarbeit?
 - Zu welchen Zeitungen und Mitteilungsblättern in der Region könnte außerdem Kontakt hergestellt werden?



Vereinswebsite

- Wie hoch wird die Bedeutung einer eigenen Vereinswebsite im Verein eingeschätzt?
- Besitzt der Verein eine eigene Internetadresse?
 - Was kann Besucher davon abhalten, die Seiten regelmäßig zu besuchen (nicht aktuell, zu viele Werbefenster etc.)?
 - Hat die Website eine eindeutige Bezeichnung (z. B. RV-Ort.de)?
 - Steht die Internetadresse auf allen Publikationen und Schriftstücken des Vereins (Vereinszeitung, Briefpapier, Werbematerial, Anzeigen, Plakaten etc.)?
 - Ist die Vereinswebsite bei Suchmaschinen eingetragen?
 - Soll das Internetangebot nur informieren oder für die Besucher Möglichkeiten zum Dialog vorsehen, wie kommentieren?
- Gibt es feste Ansprechpartner für die Betreuung der Seiten?
 - Ist sichergestellt, dass die Informationen aus den Abteilungen die Betreuer der Website erreichen?
 - Sind alle Verantwortlichkeiten geklärt?
- Ist die Seite serviceorientiert und ansprechend gestaltet?
 - Sind für die Besucher der Seiten Kontaktmöglichkeiten zu Ansprechpartnern im Verein vorgesehen?
 - Verweisen die Seiten auf weiterführende Informationen per Link und wird regelmäßig geprüft, ob diese funktionieren?
 - Sind auf der Vereinswebsite eigene Seiten für die Vereinsjugend enthalten? Werden diese Seiten von den Jugendlichen eigenverantwortlich betreut?
 - Erhalten die Besucher über die Seite aktuelle Eintrittsformulare mit Preisen und Ansprechpartnern?
 - Existiert eine Möglichkeit, Dokumente und Formulare abzurufen (Vereinsatzung und -ordnungen, Vorlagen für Kostenerstattungen und Anträge, Checklisten, Kalkulationsbögen etc.)?
 - Enthalten die Seiten spezielle Informationen für die Mitarbeiter, z. B. zu Versicherungen? Können diese Vordrucke dort heruntergeladen werden, z. B. Musterbescheinigungen oder Einverständniserklärungen der Eltern für besondere Angebote oder Vereinsfahrten?
- Wird darauf geachtet, dass die Website nicht zu einem teuren Rechtsfall wird?
 - Sind die Bestimmungen des Teledienstegesetzes (TDG) und des Rundfunkstaatsvertrages (RStV) bekannt und werden sie beachtet?
 - Findet sich auf der Seite ein entsprechender Haftungsausschluss und ein Impressum? Werden dafür Mustervorlagen genutzt?

Wie schätzt du die Qualität der Jugendarbeit deines Vereins für die Öffentlichkeitsarbeit ein?

				
schlecht	mäßig	mittel	gut	sehr gut
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Quelle: Deutsche Sportjugend, www.dsj.de

Andreas König
Landeslehrreferent
Ruderverband Schleswig-Holstein e. V.
www.rish.de

Wörthstraße 51, 24116 Kiel
Telefon 0431 1220537, Fax 0431 1220538, Mobil 0177 4602361
E-Mail info@rish.de