
Deutschland spielt Tennis

... und Hessens Vereine machen mit!

Leitfaden für die Pressearbeit

Seite 1 von 2

1. Pressereferent

Im ersten Schritt gilt es, eine Person in Ihrem Organisationsteam zu identifizieren, die sich darum kümmert, dass die Medien im Umfeld Ihres Tennisvereins auf Ihre Saisonöffnung aufmerksam werden und berichten. Aufgabe des zuständigen Pressereferenten ist es, die Pressearbeit im Vorfeld sowie während der Veranstaltung zu koordinieren und allen relevanten Medien als zentraler Ansprechpartner zur Verfügung zu stehen.

Sorgen Sie dafür, dass Ihr Pressereferent immer vollständig informiert ist. Er ist das Sprachrohr Ihrer Veranstaltung und sollte immer umfassend Auskunft geben können, wenn er von Journalisten zu Ihrem Aktionstag befragt wird. Fassen Sie alle geplanten Aktionen, die Sie im Rahmen des Aktionstages „Deutschland spielt Tennis & Hessens Vereine machen mit!“ in Ihrem Verein durchführen wollen, in einem detaillierten Ablaufplan zusammen. Dieser Plan sollte neben den notwendigen Zeitangaben unter anderem auch Informationen darüber enthalten, welche Zielgruppen (Kinder, Jugendliche oder Erwachsene? Bei Mitmach-Aktionen: Einsteiger, Fortgeschrittene oder Turnierspieler?) angesprochen werden sollen.

2. Erstkontakt zu Medien

Sobald Ihr Programm für den Aktionstag „Deutschland spielt Tennis & Hessens Vereine machen mit!“ steht, sollten Sie den Kontakt zu relevanten Medien im Umfeld Ihres Vereins (Zeitungen, Anzeigenblätter, ggf. Radio und Fernsehen) suchen und Ansprechpartner (i. d. R. im Ressort Lokalsport) identifizieren. Skizzieren Sie den Journalisten in wenigen Sätzen die Veranstaltung, die Ihr Verein am Aktionswochenende durchführen wird und erläutern Sie kurz den Gesamtzusammenhang (gemeinsame Saisonöffnung von Tennisvereinen in ganz Deutschland). Tauschen Sie Kontaktdaten aus und kündigen Sie eine baldige Pressemitteilung an.

3. Ankündigung - Teil 1

Etwa vier Wochen vor dem Aktionstag „Deutschland spielt Tennis & Hessens Vereine machen mit!“ sollten Sie Ihren Kontaktpersonen alle wichtigen Informationen zu Ihrer Veranstaltung in Form einer Pressemitteilung (Versand per E-Mail oder Fax) zur Verfügung stellen. Zusätzlich sollten Sie die Ankündigung auf der Homepage Ihres Vereines veröffentlichen. Kontaktieren Sie die Adressaten Ihrer Pressemitteilung im Anschluss an den Versand und fragen Sie nach, ob die Mail bzw. das Fax angekommen ist und ob Sie Fragen oder Unklarheiten klären können. Journalisten von Zeitungen und Zeitschriften sollten Sie – sofern vorhanden – Bildmaterial von Ihrem Tennisverein bzw. aus Ihrem Vereinsleben (z.B. Tag der offenen Tür) anbieten. Ein redaktioneller Bericht mit Bild sorgt für mehr Aufmerksamkeit beim Leser.

Deutschland spielt Tennis

... und Hessens Vereine machen mit!

Leitfaden für die Pressearbeit

Seite 2 von 2

4. Ankündigung - Teil 2

Die zweite Pressemitteilung soll die Medienvertreter rechtzeitig an Ihren Aktionstag erinnern und sollte spätestens eine Woche vor dem Aktionswochenende versendet werden. Stellen Sie Ihren Ansprechpartner im Anhang einen Ablaufplan zur Verfügung, der einen Überblick über Ihr Programm und die verschiedenen Anfangszeiten bietet. Die Journalisten entscheiden selbständig, welcher Teil der Veranstaltung für sie relevant ist und wann sie Ihren Aktionstag besuchen.

5. Vorbereitung der Pressearbeit am Aktionstag

Kontaktieren Sie die Journalisten etwa drei Tage vor Veranstaltungsbeginn und verschaffen Sie sich einen Überblick darüber, wer Ihre Saisonöffnung besuchen wird. Beantworten Sie ggf. noch offene Fragen zum Ablauf und zu einzelnen Programmpunkten und erkundigen Sie sich, welche Ihrer Aktionen von besonderem Interesse sind. Fragen Sie, ob Interviews gewünscht sind (z.B. mit dem Vorsitzenden Ihres Vereins) und koordinieren Sie ggf. einen Interviewtermin. Sollten Medienvertreter nicht zu Ihrer Saisonöffnung kommen, so sollten Sie ihnen dennoch Informationen und ggf. auch Bildmaterial anbieten, das Sie unmittelbar im Anschluss an die Veranstaltung zur Verfügung stellen.

6. Betreuung der Journalisten während der Veranstaltung

Stehen Sie den Journalisten während der gesamten Veranstaltung als Ansprechpartner zur Verfügung. Unterstützen Sie die Medienvertreter bei ihrer Arbeit, helfen Sie beispielsweise bei der Koordination von Interviews oder Fotos und bei der Beschaffung fehlender Informationen.

Ablauf der Pressearbeit im Überblick

Was?

Benennung eines Verantwortlichen für die Pressearbeit
Erstkontakt zu Medien
Ankündigung – Teil 1
Ankündigung – Teil 2
Vorbereitung der Pressearbeit Veranstaltung
Betreuung der Journalisten vor Ort

Wann?

ab Januar
ca. 6 Wochen vorher
4 Wochen vorher
1 Woche vorher
ca. 3 Tage vorher
Aktionstag

Viel Glück!