

Das kleine 1x1 der Vereinsmedienarbeit

Tue Gutes und Sprich darüber

Unsere Musikvereine setzen sich sehr zeitintensiv mit Probenarbeit, Konzerten und diversen Veranstaltungen auseinander. Wie oft unsere Medien über uns berichten, hängt neben einigen anderen Faktoren auch sehr stark von uns selbst ab.

Auch wenn die Popularität der klassischen Medien (Presse, Radio, Fernsehen) im Vergleich zum Web immer mehr abzunehmen scheint –lassen Sie sich nicht täuschen! Redaktionelle Beiträge bleiben wichtige Mittel, um sich selbst und das eigene Angebot bekannt zu machen. Denn: Sie sprechen darin nicht über sich selbst, sondern lassen andere über Sie sprechen.

Medienarbeit dient dem Aufbau von Beziehungen zu Journalistinnen und Journalisten, sodass diese Ihre Marke und Ihr Angebot wahrnehmen und im Kopf behalten. Ziel ist im Endeffekt, dass man sich in der Redaktion an Sie erinnert, wenn ein entsprechendes Thema auf den Tisch kommt. Das ist natürlich keine leichte Aufgabe! Medienarbeit ist nichts, was von heute auf morgen funktioniert –es braucht Zeit, um Beziehungen aufzubauen und ein Image in der öffentlichen Meinung zu gestalten.

5 Schritte für den Auftakt zur Vereinsmedienarbeit

1. Findet heraus, welche Medien für eure Zielgruppe relevant sind.
2. Definiere die zu gestaltenden Inhalte/Elemente.
3. Die richtige Kontaktperson ist Gold wert –den Kontakt gleich in der Datenbank ablegen.
4. Knackige, aussagekräftige Text und gute Bilder sind das A & O.
5. Thema gefunden –also raus mit der Presseaussendung!

Crossmediale Nutzung

Schicken Sie Ihre Aussendung zuerst exklusiv an ausgewählte Medienkontakte und verteilen Sie sie danach zusätzlich auf entsprechenden PR-Portalen. Halten Sie sich aber unbedingt an eventuelle Absprachen, dass z.B. ein Medium exklusiv über Sie berichten darf. Das ist Ehrensache!

- Artikel nicht nur an Print-oder Onlinemedien sende
- Auf allen möglichen Portalen online stellen

Facts/ToDo

- Vorname dann Nachname
- Akademische Titel oder Berufstitel weg lassen
- Zahlen bis zwölf ausschreiben
- Abkürzungen vermeiden
- Text klar strukturieren
- Keine Textteile herausheben
- Web-Adresse/Social Media-Adressen angeben
- Ein „gutes“ Foto ist besser als drei schlechte
- Rechtschreibprüfung –vier Augen sehen mehr als zwei
- Aktualität des Textes/Daten
- Corssmediale Verbreitung