# Strategie Öffentlichkeitsarbeit im Sportverein

## Sportverein kann nicht nicht kommunizieren!

Öffentlichkeitsarbeit bedeutet allgemein "Kommunikation". Kommunikation ist der Austausch oder die Übertragung von Informationen (z.B. in einem persönlichen Gespräch, per E-Mail, durch Postings in sozialen Medien oder per Telefonat).

Auch wenn ein Sportverein nicht proaktiv Öffentlichkeitsarbeit betreibt, entsteht ein **Meinungsbild** über den Verein, denn ein Verein kann nicht *nicht* kommunizieren.

Die Vereinsmitglieder und andere Vereinszielgruppen (Sponsoren, Medienvertreter etc.) machen sich ein Bild vom Verein, z.B. wenn man als Mitglied Vereinsangebote nutzt.  Dieses Bild tragen die Vereinsmitglieder und andere in die Öffentlichkeit hinein. Dies kann in persönlichen Gesprächen mit Freunden, Nachbarn oder anderen Vereinsmitgliedern geschehen, aber auch über Postings in sozialen Medien, wie Facebook, Instagram, Twitter & Co.

In Zeiten von Social Media ist es noch wichtiger geworden, die Öffentlichkeitsarbeit als Sportverein nicht ausschließlich den Vereinsmitgliedern und anderen Vereinszielgruppen zu überlassen.

Vielmehr sollte der Sportverein selber Öffentlichkeitsarbeit betreiben und zwar auf Basis einer zielführenden Strategie. Blinder Aktionismus ist auch bei der Öffentlichkeitsarbeit fehl am Platz.

Eine PR-Strategie oder (Strategie Öffentlichkeitsarbeit) sollte berücksichtigen:

- allgemeine Zielsetzungen des Vereins (strategische Ziele, die z.B. in einem Leitbild festgehalten sind und sich aus der Vereinssatzung ergeben)
- die **Vereinsidentität** (Was zeichnet den Verein aus? Was sind dessen Attribute? Welche Alleinstellungsmerkmale hat der Verein?)
- Vereinszielgruppen (wen will der Verein ansprechen und welche Medien bzw. Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit muss der Verein zielgruppenorientiert bespielen?)

Auf die unterschiedlichen Zielgruppen kann ein Verein mit einer zielgerichteten Öffentlichkeitsarbeit Einfluss nehmen.