



# Checkliste für die Öffentlichkeitsarbeit / Werbung

im

TSV Berlin-Wittenau 1896 e.V.

(diese Checkliste ist nicht erschöpfend - Hinweise und Ergänzungen bitte gerne an mich)

Herzlichen Dank für dein Interesse an der Arbeit im und für den Verein. Öffentlichkeitsarbeit macht viel Spaß, vor allem wenn sie die Entwicklung der Abteilung / des Vereins erfolgreich voranbringt. Leider bleiben Fehler in dieser Arbeit selten unentdeckt ;-)) und können unter Umständen sehr teuer werden. Darum findest du hier ein paar vielleicht nützliche Anregungen aber auch wichtige Tipps und Hinweise, wie wir uns als Verein in der Öffentlichkeit präsentieren wollen.

## Grundsätzliches

1. **Sucht euch Unterstützung!!!!** Öffentlichkeitsarbeit und Werbung umfasst heute so viele Medien und Möglichkeiten, dass einer alleine das gar nicht schaffen kann! Unterstützung kommt aber selten von alleine. Werdet nicht müde immer wieder nachzufragen: Es kommen immer wieder neue Mitglieder/Eltern, die gar nicht wissen das „eh nie einer was macht“. Fragt nie pauschal „Wer würde ....?“!!! Beobachtet eure Mitglieder/die Eltern und achtet auf besondere Talente wie gute Ausdrucksweise, technisches Interesse, ständig am Fotografieren ..... und sprecht sie direkt und persönlich an.

2. **Kommuniziert** alle nicht internen Vereins-/Abteilungsbelange regelmäßig innerhalb der Abteilungsleitung und mit euren Übungsleitern und mit engagierten Helfern/Mitgliedern/Eltern. Nur wer gut informiert ist, entwickelt Ideen und hat Lust sich einzubringen / zu engagieren.

3. **Setzt euch** detaillierte und möglichst **messbare Ziele** in der Abteilung. Nur so könnt ihr kontrollieren, ob ihr das Ziel erreicht habt oder versuchen nachzuvollziehen warum ihr es nicht erreicht habt (richtige Zielgruppe angesprochen? Richtiges Medium ausgewählt?)

Beispiele:

- „+ 50 Mitglieder bis zum Jahresende“ ist besser als „mehr Mitglieder“
- „2.500,00 € für eine neue Ballmaschine in 2 Jahren“ ist besser als „Sponsoren“

4. **Überlegt** euch bei euren Veröffentlichungen und der Auswahl der Medien

- Was will ich vermitteln?
- Wen will ich erreichen?
- Was muss ich beachten? (Fotos, Texte - Rechte, Gesetze, Regeln, Bedürfnisse....)

5. Die Öffentlichkeitsarbeit der Abteilungen muss im **Kontext der Vereinsarbeit / -ziele** stehen

## Recht und Gesetz

Hier seien nur die wichtigsten und „teuersten“ Fehlerquellen genannt.

### Fotos

- Persönlichkeitsrecht / Recht am eigenen Bild (Darf ich die Person überhaupt fotografieren bzw. das Foto verwenden / veröffentlichen?)
- Urheberrecht (darf ich ein Foto, welches ich nicht selbst erstellt habe verwenden / verbreiten?)

**Hinweise:** Der Mythos, dass Gruppenfotos grundsätzlich ohne Einwilligung erstellt und verwendet werden dürfen, wenn eine **bestimmte Anzahl Personen** auf dem Foto sind ist **FALSCH!**

- Personen müssen der Aufnahme von Fotos mündlich, schriftlich oder durch ihr Verhalten zustimmen (posieren, in die Kamera lächeln...)
- Die **Zustimmung** zur Aufnahme schließt die Zustimmung zur **Verwendung / Veröffentlichung** nicht automatisch ein
- Dem „Motiv“ muss für die wirksame Zustimmung der Verwendung/Veröffentlichung das Medium, der Umfang und die Art der Verwendung bekannt sein.

**Ausnahmen:** (Nur wenn die Person nicht das Hauptmotiv ist / Der Bildzweck muss bei der Veranstaltung liegen)

- Geschehnisse der Zeitgeschichte
- Öffentliche Veranstaltungen / Versammlungen
- „Zufälliges Beiwerk“

Bei Archivfotos ist bei späterer Verwendung der zeitliche Bezug zu beachten (Eine Zustimmung zur Verwendung/Veröffentlichung gilt nicht automatisch auch für die Zukunft!)

Zwar stimmt jedes Mitglied mit der Unterschrift auf dem Beitrittsformular der Verwendung und Veröffentlichung von Aufnahmen zu, jedoch ist diese „Generalklausel“ nicht in jedem Fall rechtswirksam! Daher bitte besondere Achtung bei Einzelfotos von Minderjährigen und Personen, die es nicht merken fotografiert zu werden (Veranstaltungen)

**Tipp:** Für Werbezwecke gibt es auf Portalen wie *shutterstock*, *fotolia* und *istockphoto* oft gut geeignete, professionelle Fotos, für die man die entsprechende Lizenz erwerben kann (jeweils auf den genauen Umfang der Nutzungsrechte achten!!!)

## Texte

- Urheberrecht / copyright (auch ohne besondere Kennzeichnung!)
- Ausschlaggebend ist der **Grad der geistigen Schöpfung** (individuelle sprachliche Gestaltung und/oder die besondere Art der Sammlung, Auswahl, Einteilung und Anordnung des Stoffes)

### **Hinweise:**

- Für den Laien nur schwer erkennbar!
- Entfällt nicht allein durch Veränderung
- Zitate nicht verändern und unbedingt Quellenangabe!

## Vereinsrecht/Abgabenordnung

**!!! Die Erfüllung des Satzungszweckes muss unbedingt beachtet werden !!!**

**Hinweis:** Grundsätzlich ist bei allem, was nicht der Förderung des Sports dient Vorsicht geboten - vor allem bei der Öffentlichkeitsarbeit!!! **Finanzämter** bedienen sich zunehmend der digitalen Medien, um **Fehlverhalten aufzuspüren!!!** „Feucht fröhliche“ Partys - Freizeitreisen und/oder alles, was nicht offiziell angegeben und abgerechnet wird gehört nicht in die Vereins-Öffentlichkeit.

## Printmedien

1. Alle Printmedien, die zu Werbezwecken bzw. zur öffentlichen Ankündigung verwendet werden (Plakate, Flyer etc.) müssen im Wesentlichen im **Corporate Design** des Vereins erstellt und durch die Geschäftsstelle **genehmigt** worden sein. Diese ist bei der Erstellung und beim Druckauftrag gerne behilflich.

**Hinweis:** Für die Erstellung von internen Handzetteln, Urkunden usw. sollte ebenfalls auf ein einheitliches Erscheinungsbild geachtet werden.

### **Tipps:**

- Aussagekräftige/s Foto/s (lieber weniger, dafür größer)
- Bildqualität für den Druck sollte mind. 300 dpi betragen
- Nicht zu viele Schriftarten, -größen, -farben verwenden
- Die Hauptaussage muss „im Vorbeigehen“ (2-3 Sekunden) erfassbar sein und Interesse wecken. Erst dann entscheidet sich der Betrachter genauer hinzusehen.
- Text auf das wesentliche beschränken und
- RECHTE beachten!!!

## 2. TSV-Echo

- Redaktionsschlussstermine beachten (Website)
- Text und Fotos bitte getrennt voneinander einreichen (Fotos in guter Qualität oder in Originalgröße)
- Möglichst **keine**
  - Gestellten Gruppenfotos („ihr kennt mich zwar nicht aber ich halte einen Pokal in der Hand“)
  - Danksagungen (lieber persönlich, Ausnahme: von öffentlichem Interesse oder ganz besonderes Engagement)
  - Tabellen / Aufzählungen von Wettkampfergebnissen (Verweise auf Website)
  - Abkürzungen (Namen oder Bezeichnungen immer ausschreiben)
  - Details, die für die gewünschte „Botschaft“ unnötig sind („Wir haben uns am Samstag um 09:00 Uhr bei XY im Garten getroffen.....“)

### ***Hinweise:***

Ihr schreibt Artikel **nicht als Erinnerung** für die, die dabei waren - sondern um den anderen Mitgliedern und der Außenwelt **zu zeigen/erzählen**, was ihr macht, wer ihr seid, wieviel Spaß ihr habt und **was euch ausmacht!**

Die Redaktion behält sich vor (auch ohne Rücksprache) Texte zu ändern, zu kürzen oder zu korrigieren und Fotos zu bearbeiten oder nicht zu veröffentlichen.

### ***Tipps:***

- Guckt in unsere, aber auch mal in andere Vereinszeitungen, damit ihr als Außenstehende einen Blick für das bekommt, was euch bei anderen interessieren würde bzw. welche Aussagen euch als Interessent was nützen würden. Es gibt zahlreiche gute und schlechte Beispiele.
- Was soll ich schreiben? Es dürfen auch mal lustige oder originelle Anekdoten sein, wenn sie eine auch für andere interessante Geschichte erzählen.
- Wartet nicht bis kurz vor Redaktionsschluss: Schreibt die Artikel kurz nach einem Ereignis, wenn die Erinnerungen noch frisch sind. Dann seid ihr nicht unter dem Druck schnell „irgendwas“ zu schreiben.
- Verteilt Aufträge! Sucht euch wechselnde Teilnehmer heraus und bittet sie über das aktuelle Event / das Erlebnis / die Situation etwas zu schreiben. (Gebt ihnen aber auch kurze Hinweise, wie der Artikel verfasst sein sollte).

## Website

Über 90.000 Besucher in 2017 - warum gewinnen wir aktuell nicht wesentlich mehr Mitglieder als wir verlieren???

- Sind die Angaben **aktuell**?
- Ist die **Gestaltung ansprechend** und die **Hauptaussage** / das Besondere **schnell erfassbar**?
- Fehlen Informationen oder sind die Texte zu lang?
- Sind verwendete **Fotos** ansprechend und **aussagekräftig** (fragt doch mal Familie/Freunde)
- Ist ein Ansprechpartner genannt und auch erreichbar?

Bitte versucht auch abteilungsintern nach möglichen Gründen zu forschen

## TSV-Facebook-Seite

- Gemeinsame Seite funktioniert nur, wenn sich möglichst alle beteiligen - wenn sie lebt! Bei 20+ Abteilungen/Sportarten müsste rechnerisch **jede Abteilung/Sportart nur 1 Post pro Monat** bringen, damit die Seite täglich lebt!
- **Eigene Abteilungsseiten** bitte nur als **nichtöffentliche, geschlossene Gruppe** zur internen Kommunikation!
- Recht und Gesetz beachten! (Fotos / Texte)
- **Vorhandene öffentliche „Alt“-Seiten bitte löschen**

**Hinweise:** Je **aktueller / interessanter** und abwechslungsreicher die Beiträge umso mehr regelmäßige Abonnenten = mehr Reichweite! Bei drohendem **Shitstorm** überlegt reagieren - auf keinen Fall eine öffentliche Schlammschlacht unterstützen! (Im Zweifel Rücksprache mit der Geschäftsstelle)

**Tipp:** Posts mit Fotos/Videos finden mehr Beachtung.

Mehr Tipps und Hinweise bitte gerne an mich.