

A large, multi-story brick building with a red tiled roof and several chimneys. A tree with bright yellow autumn leaves is in the foreground. The building has many windows, some with red and white striped awnings. The scene is reflected in a body of water in the foreground.

# Tag der Vereinsführungskräfte 2022

12. Februar 2022

## Pressearbeit für Vereine

Wie erreiche ich erfolgreich meine Kommunikationsziele?

Referent: Simon Kottmann

# Referent: Simon Kottmann

- simpli PR Agentur seit 2007
- Leitung Kommunikation ASV Hamm-Westfalen seit 2007 in der 1. und 2. Handball-BL
- Lehrauftrag Deutsche Sporthochschule Köln zum Thema „Onlineredaktion“ von 2014 bis 2020
- Leitung Akademie für Journalistenausbildung seit Januar 2020



# Erfolgreiche Pressearbeit für Vereine

---

## Worüber wir heute sprechen:

- Was versteht man unter Pressearbeit?
- Wann ist diese überhaupt erfolgreich?
- Instrumente einer Pressearbeit
- Zusammenarbeit mit Journalisten
- Presserecht – was ich beachten muss
- Themenfindung
- Hilfreiche Tools
- Beispiele aus der Praxis

## Was versteht man unter Pressearbeit?

---

Presse- und Medienarbeit ist ein Teilbereich der Public Relations. Medien (meint bspw. Presse, Internet, Radio, TV) sind wichtige Verbindungskanäle zur Kontaktaufnahme mit der Öffentlichkeit.

Medien sind im Normalfall werbefinanziert. Entsprechend findet sich nahezu immer ein Werbeanteil. Abos werden aber wegen der Inhalte sprich redaktionelle Inhalte abgeschlossen. Aus diesem Grund versuchen Unternehmen, immer auch im Redaktionellen aufzutauchen.

**Medienarbeit meint die Veröffentlichung von Produkt- und Unternehmensinformationen.**

# Wann ist Pressearbeit erfolgreich?

---

Wie lässt sich PR messen?

- Medienbeobachtung (Beispiele Google Alert oder Talkwalker)
- Anzeigenäquivalent (Was hätte eine vergleichbare Anzeige gekostet?)
- Konkurrenz beobachten
- Messen von Clicks nach Verlinkung: Beispiel Podcast oder Video parallel zur Presseinformation
- Immer die Kommunikationsziele im Blick behalten

# Was können **messbare Kommunikationsziele** sein? Und wie formuliere ich diese?

---

## **SMARTe** Zielformulierung (Specific Measurable Achievable Reasonable Time Bound)

- **Spezifisch:** Ziele müssen eindeutig definiert sein (nicht vage, sondern so präzise wie möglich)
- **Messbar:** Ziele müssen messbar sein (Messbarkeitskriterien).
- **Aktivierend:** Die Ziele müssen für die Person ansprechend bzw. erstrebenswert sein.
- **Realistisch:** Das gesteckte Ziel muss möglich und realisierbar sein.
- **Terminiert:** Das Ziel muss mit einem fixen Datum festgelegt werden können.

# Was können **messbare Kommunikationsziele** sein? Und wie formuliere ich diese?

---

- Bekanntheit meines Vereines oder einzelner Angebote steigern:  
*SMARTES Beispiel: Wie viele Zeitungsberichte wurden im 1. Quartal eines Jahres im Leitmedium veröffentlicht.*
- Imageverbesserung oder Markenbildung:  
*Beispiel: Erhebung über Mitgliederzufriedenheit per Formular im nächsten Briefversand zu bestimmten Themen wie Sauberkeit, Erreichbarkeit Geschäftsstelle, Leistungsumfang, Freundlichkeit, etc.*
- Mitglieder binden, um sie bspw. auch nach aktiver Zeit im Verein zu halten:  
*Beispiel: Veranstaltungen für Ältere abseits des Sports, Jubilarehrung, Indikator wäre bspw. Anzahl Austritt in einem Kalenderjahr im Jahresvergleich.*
- Neue Mitglieder, Sponsoren, Übungsleiter oder Ehrenamtliche gewinnen
- Zahl und Volumen von Spenden erhöhen

# Instrumente der Pressearbeit

---

- Presseverteiler
- Pressemitteilung oder besser: Der Medienbeitrag
- Pressetermin
- Pressekonferenz
- Hintergrundgespräch
- Umgang mit Falschmeldungen und Krisen

## Der Presseverteiler

---

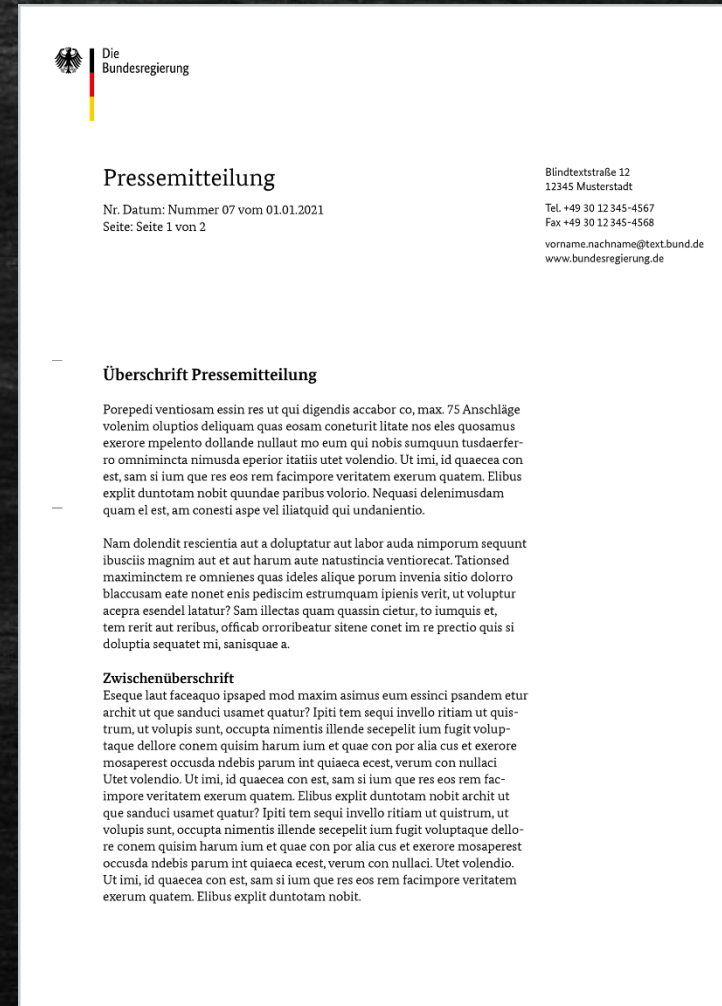
Ein Presseverteiler ist die Liste der Redaktionen, an die sich die eigene Medienarbeit wendet.

Er enthält der Verteiler die Namen der Verlage (Print), Sender (Hörfunk und TV) oder Betreiber (Websites), die Namen der Medien, die Anschriften, die redaktionellen Ansprechpartner (samt Ressort) und aller Kontaktdaten (Telefonnummer, Fax, E-Mail), darüber hinaus Angaben zu Erscheinungsweisen, Auflagen und Reichweiten sowie zum Redaktionsschluss.

# Die Pressemitteilung bzw. der Medienbeitrag

Eine Pressemitteilung hat ebenso wie Pressemeldungen, -infos und –darstellungen die Funktion, Informationen an Journalisten zu übermitteln. Das Ziel ist, Journalisten zur Berichterstattung zu motivieren.

- AIDA
- W-Fragen
- Von hinten nach vorne kürzbar
- Pflichtangaben





## Moderne radiologische Diagnostik in der KMT Hamm

**MVZ Prof. Dr. Uhlenbrock und Partner eröffnet am 30. August dritten Standort in Hamm und bietet ab sofort breites Spektrum radiologischer Diagnostik**

**Das MVZ Prof. Dr. Uhlenbrock und Partner weitet das Angebot innovativer Radiologie in Hamm aus. In der Klinik für Manuelle Therapie (kurz: KMT Hamm) bietet die Praxis ab sofort radiologische Diagnostik auf Top-Niveau. Ziel ist es zudem, das Leistungsspektrum im Sinne der Patientinnen und Patienten direkt vor Ort auszubauen. Die offizielle Eröffnung findet am Montag, 30. August, um 11 Uhr statt.**

„Eine noch weiter verbesserte Diagnostik und vor allem ganz kurze Wege“, zählt KMT-Geschäftsführer Karl Ehrmann die Vorteile des neuen Angebots für alle Patienten in der Hammer Schmerzambulanz auf. „Ziel ist es zudem, das Leistungsspektrum im Sinne der Versorgung der Patientinnen und Patienten direkt vor Ort auszubauen“, so Ehrmann weiter. „In der KMT erhalten wir eine hochmoderne Radiologie-Praxis mit Hightech-Geräten“, so Inhaber Prof. Dr. Detlev Uhlenbrock. „Gleichzeitig etablieren wir eine optimale Versorgung und Verzahnung des stationären und ambulanten Angebots in der KMT.“ Laut Uhlenbrock werde am Hammer Kurpark zukünftig das gesamte Leistungsspektrum zukunftsorientierter Radiologie angeboten. Dazu zählen unter anderem digitales Röntgen, Computertomographie (CT) und Magnetresonanztomographie (MRT). Zudem gibt es die Möglichkeit, auf die gesamte Expertise und Erfahrung im Netzwerk des MVZ Prof. Dr. Uhlenbrock und Partner zurückzugreifen.



Abbildung 1: In den vergangenen Wochen wurden umfangreiche Umbauarbeiten an der KMT durchgeführt. - Foto: KMT

In den vergangenen Monaten wurden Räumlichkeiten in der KMT komplett umgebaut und für den Einsatz großer radiologischer Untersuchungsgeräte vorbereitet. So wurden unter anderem ein neuer leistungsstarker

### Kontakt

Klinik für Manuelle Therapie Hamm | Ostentalallee 83 | 59071 Hamm  
Telefon: 02381 / 986-0 | Telefax: 02381 / 986-719  
Internet: [www.kmt-hamm.de](http://www.kmt-hamm.de) | E-Mail: [info@kmt-hamm.de](mailto:info@kmt-hamm.de)

### Pressekontakt

Pressereferent Simon Kottmann  
Telefon: 0177 / 5997820 | Telefax: 02381 / 94281-13  
E-Mail: [presse@kmt-hamm.de](mailto:presse@kmt-hamm.de)



Magnetresonanztomograph (MRT) und ein moderner Computertomograph (CT) installiert. „Damit bieten wir unseren Patienten eine Praxis auf technisch höchstem und modernstem Niveau“, erläutert Uhlenbrock.

In den vergangenen Monaten hatte das MVZ Prof. Dr. Uhlenbrock und Partner bereits zwei Standorte in Hamm eröffnet: Im Juni 2020 schloss sich die renommierte Radiologie-Praxis von Dr. Ralf Grabowski in Bockum-Hövel dem MVZ an; im Januar 2021 startete der Patientenbetrieb in Hamm-Rhynern unter Leitung von Dr. Natascha Ishaque und Sabine Theel. Zukünftig wird das radiologische Team in Hamm durch den Facharzt Bastian Hoffleith ergänzt, der auch am Standort in der KMT tätig sein wird. Das MVZ Prof. Dr. Uhlenbrock und Partner hat seinen Hauptsitz in Dortmund. Es wurde 1993 von Prof. Dr. Detlev Uhlenbrock gegründet und zählt zu den führenden medizinischen Zentren im Ruhrgebiet und Westfalen. An derzeit 15 Standorten bietet das MVZ medizinische Leistungen in der Radiologie, Strahlentherapie und Nuklearmedizin an.

### Pressekontakt KMT Hamm

Simon Kottmann - Pressereferent  
Telefon: 0177 5997820  
E-Mail: [presse@kmt-hamm.de](mailto:presse@kmt-hamm.de)

### Pressekontakt Prof. Dr. Uhlenbrock und Partner

Tim Wallentin - Unternehmenskommunikation  
Telefon: 0231 9433-7764  
E-Mail: [t.wallentin@mvz-uhlenbrock.de](mailto:t.wallentin@mvz-uhlenbrock.de)

### Kontakt

Klinik für Manuelle Therapie Hamm | Ostentalallee 83 | 59071 Hamm  
Telefon: 02381 / 986-0 | Telefax: 02381 / 986-719  
Internet: [www.kmt-hamm.de](http://www.kmt-hamm.de) | E-Mail: [info@kmt-hamm.de](mailto:info@kmt-hamm.de)

### Pressekontakt

Pressereferent Simon Kottmann  
Telefon: 0177 / 5997820 | Telefax: 02381 / 94281-13  
E-Mail: [presse@kmt-hamm.de](mailto:presse@kmt-hamm.de)

## Ergänzung: Das Pressefoto

---

- „Ein Bild sagt mehr als tausend Worte“

Aber:

- Bilddatei darf nicht zu groß sein, Dateiformat möglichst einfach zu verarbeiten (jpg oder png)
- Für Online-Verwendung sollte kein CMYK-Farbmodus gewählt werden (RGB)
- Bildausschnitt beachten – allgemein immer Hoch- und Querformat anbieten















# Der Pressetermin & die Pressekonferenz

---

- Ansprechpartner einladen (Presseverteiler)
- Termin und Ort wählen
- Ansprechende Einladung formulieren und versenden
- Begleitinfo vorbereiten, Handzettel oder Pressemappe
- Ablauf planen, ggf. Statements vorformulieren (sinnvoll bei mehreren Personen)

## Das Hintergrundgespräch - Redaktionsbesuch

---

„Hintergrundgespräche dienen dazu, den Journalisten im lockeren Gespräch über Hintergründe zu einem bestimmten Thema umfassend zu informieren. Die Inhalte des Gesprächs sind (zunächst) nicht für die Öffentlichkeit bestimmt. In Hintergrundgesprächen haben beide Seiten Gelegenheit zum Informationsaustausch und zum besseren Verständnis von Zusammenhängen.“

(Quelle: dbv e. V.)

Es kann sinnvoll sein, für solche Gespräche Redaktionsbesuche anzubieten.

# Umgang mit Falschmeldungen und Krisen

---

## Was tun bei Falschmeldungen in den Medien?

- Das Gespräch mit der Redaktion suchen
- Leserbrief
- Gegendarstellung
- Anzeige
- Selbstkritik

# Zusammenarbeit mit Journalisten

---

Verlässlichkeit – Termintreue, Zugesagtes einhalten

Professionalität – Inhalte nach journalistischen Grundsätzen aufbereiten und anbieten

Erreichbarkeit – wenn diese aufgrund anderer Verpflichtungen nicht gewährleistet ist, Kanäle und Zeiten kommunizieren

Kontinuität – „steter Tropfen höhlt den Stein“

Ehrlichkeit – niemals für eine Veröffentlichung das Vertrauensverhältnis aufs Spiel setzen

## Presserecht – was ich beachten muss

---

Die Pressefreiheit gehört zu den Grundrechten der Demokratie. Aber sie unterliegt Einschränkungen:

- Persönlichkeitsrecht
- Recht am eigenen Bild
- Urheberrecht

Es gelten wichtige Grundregeln wie die Journalistische Sorgfaltspflicht, Schutz der Ehre, Jugendschutz oder ein Diskriminierungsverbot.

# Themenfindung

---

Das kennt jeder: Außerhalb von Wettkampf- und Saisonzeiten gibt es eine Themenknappheit. Es gilt, immer mit offenen Augen und Ohren unterwegs zu sein. Hier einige Ideen:

- Qualifikation von Trainern/Übungsleitern/Vorstand, Jubilare
- Materialanschaffungen, Baumaßnahmen
- Ratgeber zu für den Verein relevanten Themen, Sportler:innen-Tagebuch
- Was macht eigentlich? (Ehemalige interviewen)
- „Marktbeobachtung“ (nicht jede Idee muss neu erfunden werden)

## Hilfreiche Tools

---

- Google Alerts oder Talkwater.com
- Newslettersoftware zum personalisierten Versand von Pressemitteilungen: Supermailer, Sendinblue
- Bildbearbeitung: GIMP (kostenfrei), Adobe Photoshop (auch als Express Editor), Adobe Lightroom, InPixio Photo Studio
- Audiotbearbeitung: Audacity (kostenlos), Adobe Audition
- Videobearbeitung: Adobe Premiere, Shotcut (kostenlos)

# Gendergerechte Sprache in der Pressearbeit

---

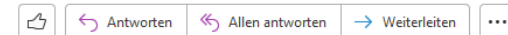
- Mehrheit der Deutschen lehnte im August 2021 das Gendern (noch) ab.
- In Verlagen wird es überwiegend noch nicht eingesetzt – entsprechend in den Redaktionen nicht verwandt. Dies bedeutet für Pressemitteilungen: Lieber darauf verzichten – der Grundsatz „Möglichst keine Arbeit für die Redaktion“ sollte berücksichtigt werden.
- Kennt Ihr die Diskussion „\*“ oder „:“?

# Beispiele aus der Praxis: Personalmeldung

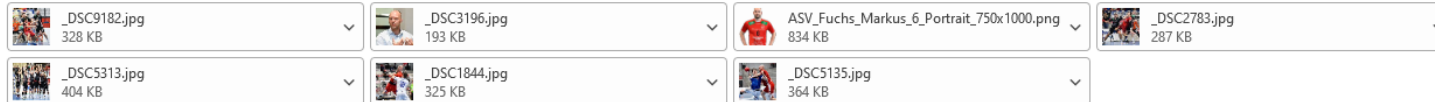
Pressemitteilung 039-2021/2022: Vertrag mit Abwehrchef vorzeitig verlängert



Simon Kottmann (ASV Hamm-Westfalen) <kottmann@asv-hamm-westfalen.de>  
An presse@asv-hamm-westfalen.de



Fr 05.11.2021 14:58



## Eine verlässliche Größe - ASV verlängert vorzeitig mit Markus Fuchs

**Aktuell läuft es richtig gut für den ASV Hamm-Westfalen in der 2. Handball-Bundesliga, der am kommenden Freitag als Tabellendritter den Spitzenreiter VfL Gummersbach in der WESTPRESS arena erwartet (19:15 Uhr). Großen Anteil am guten Lauf der Westfalen hat auch die sehr stabile Defensive, angeführt vom 30-jährigen Abwehrchef Markus Fuchs.**

Da ist es nur konsequent, dass sich die Verantwortlichen frühzeitig um eine Verlängerung des Vertrags bemühten, der nun zwei weitere Jahre bis Sommer 2024 gültig ist, wie Geschäftsführer Thomas Lammers am Freitagmittag mitteilte. Markus Fuchs steht bereits seit 2013 in den Diensten des ASV, zunächst von GWD Minden ausgestattet mit einem Zweitspielrecht, seit 2014 dann vollständig in Diensten der Westfalen.

„Wir freuen uns sehr, dass wir auch weiterhin mit Markus planen können. Er ist eine extrem verlässliche Größe – sowohl sportlich als auch menschlich“, betonte Lammers. Entsprechend kann sich der Geschäftsführer vorstellen, auch nach der sportlichen Laufbahn mit dem Rechtshänder beim ASV zusammenzuarbeiten. Eine Vorstellung, die auch Markus Fuchs, gelernter Industriekaufmann und aktuell Student der Interkulturellen Wirtschaftspsychologie an der Hochschule Hamm-Lippstadt, teilt, der sich aber nun zunächst weiter voll auf Handball konzentrieren will. „Das kann ich mir sehr gut vorstellen, ich bin hier mittlerweile sesshaft geworden. Aber in den nächsten Jahren konzentriere ich mich voll auf den Sport“, so der junge Familienvater.

In der aktuellen Folge von "Volle Wucht aufs Ohr", dem Podcast des ASV Hamm-Westfalen, äußert sich Markus Fuchs im Gespräch über seine bisherige Zeit beim ASV, seine Erwartungen für die Zukunft und warum es für ihn in zweierlei Sicht ein Heimspiel bedeutet, wenn er in der WESTPRESS arena arbeitet. "Volle Wucht aufs Ohr" ist über alle gängigen Podcast-Plattformen abrufbar oder direkt [hier](#).



ASV Hamm-Westfalen  
Simon Kottmann  
Leiter Kommunikation

# Beispiele aus der Praxis: Movember-Foundation



# Der Weg vom Zeitungsinterview ins TV



# Beispiele aus der Praxis: Sozial engagiert



# Beispiele aus der Praxis: Jubilare



# Eure Fragen?

---

*Die Präsentation wird als Link zum Download zur Verfügung gestellt.*

*Simon Kottmann | [kottmann@simpli-pr.de](mailto:kottmann@simpli-pr.de) | [www.simpli-pr.de](http://www.simpli-pr.de)*

# Vernetzen wir uns!

- *LinkedIn*     *simon-kottmann*
- *Facebook*   *simon.kottmann.3*





Vielen Dank!