

## Checkliste Öffentlichkeitsarbeit für Veranstaltungen

*\*die nachfolgende Liste erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit!!!*

### Allgemeine Planung

- Name, Datum, Ort und genaue Location des Events bestimmen. Ist ein Titelsponsor denkbar?
- Formulieren: Zweck des Events? Wer soll erreicht werden? – Wichtig für Pressemitteilungen.
- Auch bei Marketing und Ö-Arbeit ausreichend Vorlaufzeiten einplanen** und dabei Ferienzeiten, Brückentage, andere Sportveranstaltungen oder ähnliche Events berücksichtigen
- Gemäß Ablaufplan und Personalplanung/Zuständigkeiten eine Übersicht der verantwortlichen Personen zur Verfügung haben, um spezielle Rückfragen gezielt beantworten lassen zu können.
- Gemäß Kostenaufstellung überlegen, welche Werbemittel und Marketingkanäle sind geeignet und erschwinglich (Produktion von Flyern, Postkarten, Plakaten, Bannern, Beach-Flags, etc.)?

### Öffentlichkeitsarbeit

- Können wir die Öffentlichkeitsarbeit selbst bedienen oder benötigen wir Expert\*innen?
- Festlegen, **auf welchen Kanälen** bewerben wir das Event (online/offline): Einladungen (Print/E-Mail), vorhandene Verteiler, eigene Homepage, Homepage des Sportamtes, Plakate, Flyer, Lokal-TV & Radio, regionale und lokale Zeitungen, Social Media, in Vereins-Newsletter einbinden
- Wer kümmert sich vor und während der Veranstaltung um Posts auf **Social Media**-Accounts? Über welche Kanäle (TikTok, Instagram, Twitter, Facebook)? Sind alle Zugänge verfügbar?
- Soll ggf. ein **Streaming** angeboten werden (siehe separate Checkliste)?
- Aufstellung eines **Veröffentlichungsplans**, der im Vorfeld des Turniers regelmäßig Neuigkeiten bietet, wie Bekanntgabe des Termins (Safe the date, ggf. an Sportkalender der Stadt schicken), das Erstellen und Präsentieren von Werbemitteln, ihr Einsatz bei Aktionen im Vorfeld (Teilnahme an Sportfesten, Messen oder anderen Veranstaltungen), die Bekanntgabe der Teilnahmeliste
- Vorankündigungen Presse** (abgestimmt nach Vorlauf): Monatsmagazine und regionale Internetportale (zwei Monate vorher), Wochenzeitung (zwei Wochen vorher) Tagespresse, Funk und Fernsehen (eine Woche vorher). Hartnäckig bleiben! Nachhaken! Sog. Follow-up!
- Die Pressemitteilung auch zur **Gewinnung potenzieller Sponsor\*innen** nutzen und ihnen zusenden
- Ggf. Einladung zu Pressekonferenz**, dazu Erstellen einer kleinen Pressemappe, darin allgemeine Spiel- und Turnierbeschreibung, Historie inkl. Sieger\*innen-Listen, Angaben zu allen sprechenden Personen inkl. Funktion, z.B. Turnierdirektion, Vereins- oder Abteilungsvorstand, etc.
- Ansprache und **Einladung von Personen des öffentlichen Lebens** (z.B. für Grußwort), z.B. aus Politik und Stadtverwaltung, Bürgermeister\*in, Sportamt, Sportverbänden und -vereinen
- Im Nachgang Erstellen eines **Pressespiegels**, der alle Veröffentlichungen chronologisch auflistet.

Fragen und Antworten zum Thema s.: [www.frisbeesportverband.de/verband/presse/ga-presse-und-oe-arbeit/](http://www.frisbeesportverband.de/verband/presse/ga-presse-und-oe-arbeit/)