

Organisationspapier - Pressearbeit

Ergänzung zum Organisationspapier für DM / DP / DC / WRL / EM / WM des Bundessportwerts, "To Do-Liste" für die Pressearbeit

Dieses Papier definiert die Aufgabenverteilung zwischen Tanzsport Deutschland (DTV) als Veranstalter und dem Ausrichter einer Meisterschaft und bietet eine Organisationsempfehlung für die ausrichtenden Vereine.

Grundsätzlich ist der Pressesprecher des Landestanzsportverbandes, in dessen Gebiet die Meisterschaft ausgetragen wird, für die Berichterstattung für den Tanzspiegel bzw. die News auf den DTV-Internet-Seiten verantwortlich.

Dabei muss eine kontinuierliche Absprache mit dem DTV-Pressesprecher erfolgen. Am besten: Kurze Wege zwischen DTV-Pressesprecher, LTV-Pressesprecher und Presseverantwortlichem des Ausrichters.

Punkte-Checkliste

Presse- mitteilungen	Presseverteiler anlegen: Hierbei ist es wichtig, vor allem lokale Medien zu berücksichtigen. Dazu sollten möglichst schon lange vorher persönliche Kontakte aufgebaut werden - DTV-Pressesprecher und ggf. Landespressesprecher in den Verteiler nehmen Erste Pressemitteilung Erste Ankündigung ca. 6 bis 9 Monate vorher Weitere Pressemitteilungen Im Abstand von 1-2 Monaten, immer wenn es "Neuigkeiten" gibt Pressemitteilung kurz vor der Veranstaltung, ca. 1 bis 2 Wochen vorher ggf. kombiniert mit der Einladung zu einer PK vor Veranstaltung. Inhalte einer PM: - wichtige Informationen zur Veranstaltung
-------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> - wichtige Info über Startfeld, Favoriten (ohne Bevorzugung) - Hinweis auf Ansprechpartner - Hinweis auf Akkreditierungsmöglichkeit - Hinweis auf Ort, Anfahrtsskizze, Hotels, Zeitplan, Internet <p>Pressemitteilung sofort nach der Veranstaltung: Information über Ergebnis, Ablauf der Veranstaltung</p>
Presse- konferenzen	<p>Wenn Pressekonferenzen abgehalten werden sollten, dann Empfehlung: Erste Pressekonferenz, ca. 2 bis 3 Monate vorher Zweite Pressekonferenz, ca. 1 bis 2 Wochen vorher</p> <p>Achtung: Das Interesse an einer PK ist mittlerweile nicht mehr sehr groß, daher wäre es von Vorteil, eine PK im Rahmen einer weiteren Veranstaltung des Ausrichters im Vorfeld z.B. einer LM, GLM oder Galaveranstaltung mit Präsentation eines teilnehmenden Paares oder einer teilnehmenden Formation zu organisieren, um das Interesse für die Teilnahme zu wecken.</p> <p>Termin und Ort festlegen (empfohlen später Vormittag/ bei einer PK im Vorfeld einer Abendveranstaltung empfiehlt sich später Nachmittag) Teilnehmerkreis festlegen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Presse / Hörfunk / Fernsehen / Sport / Prominenz - evtl. Paare, Trainer, Funktionäre als Gesprächspartner - wer lädt ein? / wer leitet? / wer informiert zu welchen Themen? - DTV-Pressesprecher und ggf. Landespressesprecher informieren/einbeziehen <p>Ablauf / Inhalt:</p> <ul style="list-style-type: none"> - wichtige Informationen zur Veranstaltung - wichtige Informationen über Startfeld, Favoriten (ohne Bevorzugung) - Hinweis auf Ansprechpartner - Hinweis auf Akkreditierungsmöglichkeit - Statements von Paaren, Trainern, Funktionären <p>Wichtig: Möglichst schnell und prägnant auf Medienanfragen reagieren.</p>
Akkreditierung	<p>Festlegen der Zuständigkeit Ansprechpartner frühzeitig auch auf Internet-Homepage der Veranstaltung Akkreditierungen für: Presse, Foto, Foto-Tanzfläche, TV Dabei ist es von Vorteil, die Akkreditierungsliste mit dem DTV-Pressesprecher abzustimmen.</p>

	<p>Es ist zu gewährleisten, dass bei Bedarf ein Berichterstatter im Auftrag des Tanzwelt-Verlages für den Tanzspiegel tätig sein kann und freien Eintritt erhält. Dem Berichterstatter sind jederzeit notwendige Informationen zur Verfügung zu stellen.</p> <p>Den vom DTV angemeldeten Fotografen ist freier Eintritt zu gewähren. Sie dürfen ihre Fotos nach der Veranstaltung frei verkaufen, ohne dass der Ausrichter hierfür eine Lizenz- oder sonstige Gebühr verlangen kann. (Ausschreibungstext)</p>
<p>Presse-Team vor Ort</p>	<p><u>Ort</u> des Presse-Büros (gut erreichbar, gute Ausschilderung) Ständige Besetzung!</p> <p><u>Ausstattung:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Kopierer - Internetanschlüsse – wenn möglich – WLAN ansonsten ausreichend Lankabel zur Verfügung zu stellen - ausreichend Steckdosen (zum Aufladen von Handys und Akkus für Fotoapparate) - Bereitstellung eines „Läufers“ für die Verbindung zur Turnierleitung <p><u>Unterlagen</u> für Presse:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Presse- und Fotografen-„Ausweise“ (Lenyards o. ä.) - Programmhefte - Pressemappen mit den wichtigsten Infos (Zeitplan etc.) Inhalt: Infos zur Veranstaltung (Zeitplan/Startfeld/evtl. Showacts) sowie zwei, drei Sätze zu den Favoriten. - Ergebnislisten nach den Runden in ausreichender Zahl aktuell bereit halten <p>Vermitteln von Interviews mit Sportlern (sollten nicht im Wettkampf gestört werden), Trainern, Funktionären, Sponsoren etc.</p> <p>Sitzplätze für Presse kennzeichnen</p> <p>Presse-Büro ist auch Aufenthaltsort für Journalisten und Fernsehjournalisten (optional), Getränke und Snacks bereit halten. Falls Aufenthaltsraum getrennt vom Pressebüro: Bewachung sicher stellen (vor allem Fotografen sind dankbar, wenn sie Teile ihrer teuren Ausrüstung sicher deponieren können)</p>

Internet	<p>Internetauftritt für die Veranstaltung :</p> <p>Es empfiehlt sich, entsprechende Veranstaltungssonderseiten von Vereins-homepages auszulagern. Zum einen der Geschwindigkeit wegen (viele Zugriffe verlangsamen die Seite u.U. enorm) und zum anderen können erhöhte Zugriffszahlen die Homepage evtl. zum Erliegen bringen. Kapazitäten sind im Vorfeld zu prüfen. Auch hier Hinweise für die Presse und Akkreditierungsadresse angeben. Bei internationaler Beteiligung empfiehlt sich ein zweisprachiger Internetauftritt – deutsch und englisch/evtl. russisch.</p> <p>Wichtige Inhalte: Ort - Anfahrt - genaue Adresse fürs Navi Zeitplan Kartenvorverkauf Hotels - Partnerhotels - ggf. Sonderkonditionen Presse - Akkreditierung Impressum Kontakt</p> <p>Veranstalter: Deutscher Tanzsportverband Ausrichter: Club</p>
Neue Medien	<p>Nutzen Sie neue Medien wie Facebook, Twitter, Instagram etc.pp. Auf diesen Seiten können Sie alle Informationen einer PK „häppchenweise“ streuen, so dass die Veranstaltung täglich präsent ist</p>
Agentur	<p>Bei Großveranstaltungen besteht die Möglichkeit, dass der Veranstalter beispielsweise eine Agentur mit der Pressearbeit beauftragt. Wichtig ist eine Absprache in Bezug auf die Zusammenarbeit. Empfohlen wird die Erstellung eines Presseplans.</p>
Fernsehen	<p>Bei Absprachen mit dem Fernsehen ist der DTV-Pressesprecher zu informieren, - vor allem jedoch der TV-Koordinator des DTV miteinzubeziehen.</p>
Sponsoren und Werbung	<p>Dieses Papier deckt nicht den Bereich Veranstaltungs-Sponsoring und Werbung ab. Dies muss gesondert bearbeitet werden und vom zeitlichen Ablauf auch früher beginnen.</p>

Aus Gründen der sprachlichen Vereinfachung wurde im Textverlauf weitestgehend auf die Nennung der weiblichen Form verzichtet. Bei Nennung der männlichen Form sind stets beide Geschlechter gemeint.

Erstellt 2010 von Heidi Estler und überarbeitet 2018 von Gaby Michel