

Wichtige Hinweise zur Durchführung: Erfolgskontrolle der PR-Maßnahme „VR-Talentiade“

Ziele/ Nutzen für die geldgebenden Volks- und Raiffeisenbanken

- Verantwortung zeigen durch wertvollen Beitrag zur Nachwuchs- und Vereinsförderung
- Flächendeckend Nähe und lokale Verankerung zeigen durch die Beteiligung an den lokalen „VR-Tagen des Talents“
- Imagegewinn durch die Einmaligkeit eines Nachwuchsförderungsmodells in sieben verschiedenen Sportarten

Erfolgskriterien

Um das Erreichen obengenannter Ziele zu „messen“, werden verschiedene „weiche“ Erfolgskriterien ermittelt. Jeder Ausrichter trägt durch seine Mitarbeit dazu bei, dass diese gut ausfallen und so das Interesse erhalten bleibt, uns bei der Talentsuche weiterhin organisatorisch und finanziell zu unterstützen. Die Anforderungen an Dokumentation und Öffentlichkeitsarbeit sind deshalb keine Gängelung, sondern dienen dem Erhalt der Maßnahme, durch die immerhin 3.000 bis 5.000 Kinder jährlich Unterstützung für altersgerechte und attraktive Wettbewerbe bekommen. Zukünftig werden die Teilnehmerzahlen auch Grundlage für die jährliche Bezuschussung sein:

Teilnehmerzahlen

- Dokumentation der Ergebnisse der VR-Talentiade-Events
- Dokumentation der Zuschauerzahl

Medienanalyse

- Quantität und Qualität der Presseberichte (Texte, Fotos)
- Qualität und Aktualität der entsprechenden Websites (Ergebnisse, Bilder) und Social-Media-Aktivitäten

Feedback der Beteiligten

- Zufriedenheit der Ortsbank (Kontakt)
- Zufriedenheit der BWGV-Zentrale mit der Abwicklung durch Vereine und Verband

Was können und sollen die Ausrichter zum Erfolg beitragen?

Kontakt und Umgang mit der Ortsbank:

- frühzeitig Kontaktperson (siehe Ausrichter-Verzeichnis) anrufen (mindestens vier Wochen vorher), um die Zusammenarbeit zu besprechen
- kurze Dokumentation des Kontaktes an den Verbandsverantwortlichen
- bei Terminänderungen BWGV (über den Verband) und Ortsbank benachrichtigen
- Bankvertreter zur Siegerehrung holen und auf Fotos gut platzieren
- Bankvertreter informieren, wenn Siegerehrung früher stattfindet als vorgesehen (Austausch Mobilnummern)
- Nach der Veranstaltung kurzer Dankbrief (Muster unter Briefvorlagen), Bilder und Presstexte an Kontaktperson
- Feedback-Formular per Mail schnell (innerhalb einer Woche!) ausfüllen und zurücksenden, da auf dessen Basis Telefon-Interviews mit den Bankvertretern geführt werden. Ist das Formular dann noch nicht da, hinterlässt das einen schlechten Eindruck!

Werbung:

- Talentiade-Banner werden von der BWGV dem Ansprechpartner zugeschickt
- Spannbänder gut platzieren, auf jeden Fall eins hinter dem Siegerehrungspodest oder -platz
- Spannbänder auf keinen Fall verleihen, sondern immer an die BWGV (siehe Rückschein) zurück (bis 10 Tage nach Veranstaltung, sonst Rechnung)
- Im Umfeld keine Werbemittel der Volksbankkonkurrenz verwenden, z. B. Sparkassen-Servietten, Tischdecken oder gar T-Shirts

Öffentlichkeitsarbeit:

- Bitte nicht GENO oder VR oder BWGV schreiben! Vor Ort geht es immer um eine bestimmte Volks- oder Raiffeisenbank!
- Lassen Sie es die Öffentlichkeit wissen, dass es um ein von den Volks- und Raiffeisenbanken gefördertes Projekt geht (das auch noch 100 weitere Veranstaltungen beinhaltet) und nicht um eine einzelne Vereinsveranstaltung
- Die Veranstaltungstitel lauten „**VR-Talentiade Kinderliga**“ und nicht „xy-Liga“!

Presse:

- Pressemitteilungen und Fotos an alle örtlichen Organe schicken (kommunale Mitteilungsblätter haben oft mehr Platz und mehr Interesse)
- Pressefotograf und –schreiber frühzeitig informieren und einladen
- Wenn kein Interesse beim Redakteur (vor allem in städtischen Gebieten leider oft so bei Nachwuchsgeschichten), nach Absprache kleinen Bericht mit Fotos und Ergebnissen verschicken.
- Auch Vereinszeitung, Amts- oder Gemeindeblätter berücksichtigen. Dort wird meist in einem größeren Rahmen berichtet. Der Sponsor freut sich über diesen Kontakt genauso.

Websites/ Social Media:

- Die Verbände sind verpflichtet, regelmäßig auf www.vr-talentiade.de, auf ihren Websites und in ihren Social-Media-Kanälen über die VR-Talentiade zu berichten. Deshalb bitte die eigenen Texte und Fotos per Mail frühzeitig an die Verantwortlichen beim jeweiligen Landesverband schicken.
- In diesen Berichten dürfen die unterstützende Bank und ihr Vertreter auch ausführlich genannt werden, was bei der Tagespresse oft unterschlagen wird!
- Bilder sind auch hier das Salz in der Suppe: Sowohl auf den Verbands-Medien als auch auf den vereinseigenen sollten Bilder veröffentlicht werden.

Fotos:

- Fotografen vorher bestimmen – der Hauptorganisator kommt selten dazu, nebenher vernünftige Bilder in ausreichender Menge zu machen!
- Bei eigenen Fotos möglichst VR-Banner mit ins Bild, so dass es nicht einfach abgeschnitten werden kann, z. B. auf Kopfhöhe hinter Geehrten oder Prominenten oder einfach von Geehrten halten lassen
- Bankvertreter so platzieren, dass er nicht einfach rausgeschnitten werden kann.
- Keine zu großen Gruppen fotografieren, Gesichter sind für eine gute Presseseite immer wichtiger als „Vollständigkeitsbilder“
- „Action“-Szenen mit Banner im Hintergrund sind besonders gern gesehen. Passenden Platz suchen, Banner richtig spannen, damit man auch alles lesen kann.

