Kommunikationsplanung

Der richtige Mix macht's!

Es gibt eine Vielzahl von Kommunikationsmaßnahmen, die zum Erfolg einer Vereinsveranstaltung beitragen können.

Wichtig ist, dass der Einsatz der Kommunikationsinstrumente im Vorfeld, während und nach einer Vereinsveranstaltung effizient und zielführend erfolgt.

Der Einsatz der folgenden Kommunikationsinstrumente ist denkbar.

- Öffentlichkeitsarbeit (online und offline)
- Werbung (online und offline)
- Social Media
- Sonstige Online-Kommunikation (Homepage, E-Mail-Newsletter, App etc.)
- Eventmarketing (z.B. Durchführung eines Pre-Events: siehe Muster-Kommunikationsplan)
- Mund-zu-Mund-Kommunikation (online via Social Media und offline)

Wichtig ist, den richtigen Mix hinzubekommen.

Nehmen Sie sich dafür die nötige Zeit! Planen Sie in Ruhe,

- welche Instrumente?
- wann?

zum Einsatz kommen sollen.

Berücksichtigen Sie bei Ihren Planungen die:

- Ziele der Veranstaltung
- Zielgruppen der Veranstaltung
- zur Verfügung stehenden finanziellen Mittel

Hier unser Muster-Kommunikationsplan zur Orientierung:

Muster-Kommunikationsplan (Teil 1)

Bsp.: Kommunikationsmaßnahmen für Kalenderwoche 1 – 7/2022

Kalenderwoche / Maßnahme	1	2	3	4	5	6	7
Öffentlichkeitsarbeit Homepage	X	X	X	X	X	X	X
Öffentlichkeitsarbeit Programmheft							X
Öffentlichkeitarbeit Pressemitteilungen	X		X			X	
Social Media (Postings Facebook, Instagram, TikTok & Co.)	X	X	X	X	X	X	X
Eventmarketing Pre-Event: Charity Run				X	siehe nächste Abb.		
Online-Werbung Facebook-Anzeigen							
Online-Werbung Google Ad Words							
Werbung Veranstaltungsplakat							
Werbung Flyer/Handzettel							
Werbung							

Abb.: Muster-Kommunikationsplan (Teil 1)

Muster-Kommunikationsplan (Teil 2)

Bsp.: Kommunikationsmaßnahmen für Kalenderwoche 1 – 7/2022

Kalenderwoche / Maßnahme	1	2	3	4	5	6	7
Eventmarketing Pre-Event: Charity Run				X			

Maßnahme:
Pre-Event: Charity Run (30.01.2022)

Zielsetzung:
- Mediale Aufmerksamkeit für die Veranstaltung generieren
- Teilnehmer*innen-Gewinnung (Schaffung von Aufmerksamkeit für die „Hauptveranstaltung" am 20. Februar 2022)
- Soziale Verantwortung dokumentieren (Generierung von Spenden für Charity Partner)

Zielgruppen:
Medienvertreter*innen, Sponsoren, Charity Partner, Öffentlichkeit (potenzielle Teilnehmer*innen), Multiplikatoren

Umsetzung:
Charity-Run als Schnupperevent für Hauptveranstaltung, je zurückgelegter Stadionrunde Spende an Charity Partner, werbliche Einbindung von Sponsoren, Teilnehmer*innen-Shirt, Medien zu Fototermin (Start des Runs) einladen mit anschließendem Pressegespräch (mit Vereinsvertreter und Repräsentant des Charity Partners und Schirmherr*in/z.B. Bürgermeister*in), Bürgermeister*in gibt Startschuss, ...

Budget:
- € xxxx

Verantwortlich:
- € Maximilia Musterfrau

Abb.: Muster-Kommunikationsplan (Teil 2)

Quellen:

Muster-Kommunikationsplan (Teil1): @Dirk Schröter/DS Sportmarketing
Muster-Kommunikationsplan (Teil 2): @Dirk Schröter/DS Sportmarketing