

Nachberichterstattung

Nach der Veranstaltung ist vor der Veranstaltung!

Geben Sie den [Zielgruppen Ihrer Vereinsveranstaltung](#) einen möglichst umfassenden Rückblick! Wecken Sie damit positive Erinnerungen und machen Sie Lust auf die Folgeveranstaltung!

Berichten Sie über die erfolgreiche Umsetzung Ihrer Veranstaltung umfassend in den [vereinseigenen Medien](#) (Homepage, Social Media-Präsenzen, Vereins-App, Newsletter etc.)!

Versuchen Sie darüber hinaus, Ihre Erfolgsgeschichte in [externen Medien](#) zu platzieren!

Wenn der nächste Termin Ihrer Veranstaltung bekannt ist, sollten Sie diesen in Ihrer Nachberichterstattung nennen. Weisen Sie auf Ihre nächste(n) Veranstaltung(en) hin!

Im Fokus der Nachberichterstattung sollten die an der Veranstaltung beteiligten Menschen stehen:

- Teilnehmer*innen
- Ehrenamtliche Mitarbeiter*innen
- Sponsorenvertreter*innen
- Besucher*innen/Zuschauer*innen
- Politische Entscheidungsträger*innen (z.B. wenn diese Schirmherr*in gewesen sind)

Gestalten Sie Ihre Nachberichterstattung inhaltlich und medial abwechslungsreich!

Wenn Sie Videos von Ihrer Veranstaltung haben, binden Sie diese in Ihre Nachberichte ein! Videos erreichen besonders hohe Interaktionsraten (werden häufig angesehen, geliked, geteilt und kommentiert)!

Wenn es bewegte Bilder von Ihrer Vereinsveranstaltung gibt, dann veröffentlichen Sie diese z.B. auf dem vereinseigenen [YouTube-Kanal](#) oder Social Media-Präsenzen des Vereins, wie [Facebook](#), [Instagram](#) und [TikTok](#).

Verknüpfen Sie Ihre digitalen Nachberichterstattungen miteinander! So stellen Sie sicher, dass Ihre Veranstaltungszielgruppen im Nachgang umfassend informiert werden.

Bei Großveranstaltungen kann man im Nachgang eine [Pressekonferenz](#) durchführen. An dieser sollten nicht nur Funktionäre bzw. Funktionärinnen teilnehmen, sondern auch Sportler*innen, die bei der Veranstaltung an den Start gegangen sind (wenn es deren Trainings-/Wettkampfplanung zulässt). Die Pressekonferenz kann unmittelbar nach Beendigung der Veranstaltung durchgeführt werden, in Ausnahmefällen auch wenige Tage (1- 2) nach der Veranstaltung.

Unmittelbar nach Abschluss der Veranstaltung kann man eine [Pressemitteilung](#) mit allen wichtigen Informationen rund um die Veranstaltung an sämtliche in Frage kommenden Medien verschicken. Der Versand erfolgt idealerweise am Tag der Veranstaltung. Darüber hinaus können Sie Informationen in den ersten Tagen nach der Veranstaltung nachliefern.