



PR

Det bør være en selvfølge, at enhver Taekwondo klub laver reklame for sporten, og for det arbejde, der udføres i klubben.

PR er en forkortelse for det engelske udtryk "public relations" og er efterhånden blevet det begreb, der betegner en virksomheds eller i vort tilfælde en forenings ansigt og dens forbindelser udadtil. Formålet med PR er at skabe goodwill over for foreningen og dens arbejde. Dette kan søges opnået på mange forskellige måder, men groft sagt kan vi dele PR virksomheden i to områder:

PR virksomhed kan f.eks. være:

- Foreningens korrespondance
- Mundtlige henvendelser og møder
- Tryksager
- Plakater
- Annoncer
- Egne blade

og den mere direkte PR virksomhed som f.eks.

- Kampagner med et udadvendt formål
- Henvendelser til presse, radio og TV
- Deltagelse i lokale arrangementer f.eks. byfester o.l.

Ved enhver henvendelse udadtil må foreningen holde sig for øje, at der derved føjes en ny brik til det billede omverdenen har af foreningen, derfor må man ved henvendelsens udformning overveje følgende:

Hvem er modtageren og deraf følger

- Form og indhold
- Udførelse og opsætning
- Evt. billeder
- Økonomi

Foreningens tryksager som uddeles bør være præget af rammende billeder og så få og korte sætninger som muligt.

Ved henvendelse til offentlige myndigheder må man sikre sig en klar og entydig formulering af emnet og fyldige korrekte oplysninger til supplerende af sagen



Intern PR

De fleste klubber i DTaF kender "Tordenskjolds soldater", det er dem som sidder i klubbens bestyrelse, arrangerer alle aktiviteter og underviser klubbens medlemmer.

Man har så travlt med alt muligt, at man glemmer det vigtigste af alt: **At lave Intern PR.**

At lave intern PR vil sige, at man arbejder på, at få folk til at trives i klubben, så medlemmer, forældre, venner og bekendte får lyst til, at give en hånd med, hvor der er brug for det.

Når det lykkes, og det gør det, hvis man gør lidt for det, ja, så kan de stakkels "Tordenskjolds soldater" slappe lidt af igen og ha' det rart i klubben, uden jag og stress.

Ekstern PR

Alle taekwondo udøvere ved, at det er utroligt vigtigt, at der laves reklame for vor fælles sport. Både for at få nye medlemmer og for at få gjort taekwondo mere kendt.

Hvor skal man lave reklame for taekwondo? Det skal man selvfølgelig gøre hvor klubbens målgruppe færdes. D.v.s. hvis klubbens målgruppe er børn og unge, så vil det være naturligt at sætte reklameoffensiven ind hvor der er flest børn og unge. Det er f.eks. på skoler og læreanstalter og lign.

Det kan gøres på mange måder, man kan f.eks. have stor succes med opvisninger, omtale i lokal radio/TV, plakater, løbesedler og brochurer.

Forholdet til pressen

En nyhedsformidler med store perspektiver er avisen, som først giver nyheden med lidt omtale af baggrunden, for senere at fortælle om begivenheden, dens resultater og afvikling.

Hvordan skabes kontakt til pressen?

Ved daglige besøg på redaktionen

- Kontakter med journalister
- Gentagne skrivelser
- Påmindelser
- Invitationer

Når nyheden skal bringes, så prøv evt. at have en ekstra historie med:

- Et jubilæum
- Et comeback
- Nyt materiel
- Nye lokaler
- Stævner
- Medlemsfremgang o.l.



Husk, at det ikke er nok med kontakt for begivenheden

Pressen skal have resultaterne tilsendt straks efter således, at disse kan bringes uanset pressens egen tilstedeværelse. Det nytter ikke at pressen fortæller om et stævne og skaber spænding om resultaterne, når de så ikke kan bringe disse.

Find en m/k med initiativ og interesse for foreningen og lad ham/hende blive formidler af stof. Som tidligere skitseret, under bestyrelsens opgaver, bør denne person være bestyrelsesmedlem.

Der er altid behov for en formidler – han/hun skaber samarbejde med pressen - til gavn for foreningen og sporten.