

Jahresbericht 2024

Berichterstattung zu Wettkämpfen – Bundesebene

Wie im vergangenen Jahr auch führten wir zu Beginn des Jahres ein Meeting mit dem Team für Öffentlichkeitsarbeit durch. Wie im letzten Jahr auch ging es insbesondere um die Berichterstattung auf nationaler Ebene. Einen Redaktionsplan machten wir in diesem Jahr nicht, die Erfahrung aus dem letzten Jahr war, dass es so nicht funktionierte. Eine Verbesserungsidee ist, dass der Redaktionsplan direkt in die Website integriert werden könnte. Ralph verwies uns an Kirsten, um abzusprechen, ob das tendenziell möglich sei, an dieser Stelle sind wir aber noch nicht aktiv geworden. Auch die Idee, in der Übergangsphase zumindest einen Redaktionsplan „Wer übernimmt welchen Wettkampf“ anzulegen, haben wir aus Zeitgründen in diesem Zeitraum nicht umgesetzt.

Trotzdem lief die interne Öffentlichkeitsarbeit auf nationaler Ebene in unseren Augen recht gut. Im Frühjahrshalbjahr wurden wir durch Hanne Kaufmann (DM Mittel) und Lutz Spranger (24-Stunden-OL) gut unterstützt. Daneben hat Eike Bruns die Berichterstattung zum Ski-OL übernommen, die nationale Saison war aus Schneemangel sowieso quasi nicht existent. Ralph Körner berichtete zum TrailO, Uwe Röhner zum MTBO. Ein Hinweis an dieser Stelle in eigener Sache: Wir kommen vom OL, wir kennen uns entsprechend auch eigentlich nur im OL aus. Wenn wir Berichte zu den anderen Disziplinen schreiben sollen, brauchen wir mit ausreichend Vorlaufzeit Informationen und oft auch erstmal den Hinweis: „Es steht xy an!“

Berichterstattung internationale WK und JWOC

Highlight unserer internationalen OL-Saison ist natürlich die JWOC 2024 in Plzen. Wir durften in Personalunion als Betreuer und Mediavertreter anreisen. Das resultierte in großen Mengen Bilder, Interviews und anderen Einblicken ins Team, an denen wir OL-Deutschland teilhaben lassen konnten, aber auch in der ein oder anderen Nachtsession zum Instagramreel-schneiden (Sabine) oder OSport-Bericht-schreiben (Leon). Es war auch eine gute Erfahrung um selbst zu erleben, dass es für Betreuer*innen und Team sehr schwer ist, ausreichend Zeit zu finden, um Informationen ans Mediateam weiterzugeben, wenn dieses nicht vor Ort ist.

Die Berichterstattung über Wettkämpfe der Elite lief nicht vollständig zu unserer Zufriedenheit. Zum einen ist es schwer, an Informationen aus dem Team zu kommen, denn am Abend sind die Läufer*innen in der Regel früh im Bett und es ist schwer für sie, ihren Lauf zitierfähig kurz zusammenzufassen. Wir waren bereits mit den Trainern im Austausch, sodass wir für das kommende Jahr im Vorhinein bereits kurze Pressekonferenzen einplanen. Zum anderen müssen wir die Ansprüche an die Berichte etwas herunterschrauben. Nach vier Stunden Übertragung ist es oft schwer, direkt einen guten, strukturierten Bericht zu liefern. Wichtig ist zunächst eine kurze Ergebnisnotiz auf OSport, ein vollständiger Bericht kann dann auch ein oder zwei Tage später hochgeladen werden, der dann auch den eigenen Ansprüchen genügt. Von der Senioren-WM bekamen wir gute Vorlagen von Jens Struckmann, die nur wenig ausformuliert werden mussten, sowie Bildmaterial von Sabine Nieke.

Pressemitteilungen

Nach dem relativ frustrierenden Erlebnis, dass sich große Teile des aktuellen Presseverteilers aus diesem abmeldeten, als wir zu Beginn des letzten Jahres begannen, regelmäßig Pressemitteilungen zu verfassen, ist unsere Aktivität bezüglich Pressemitteilungen leider etwas eingeschlafen. Nichtsdestotrotz sehen wir Pressemitteilungen als wichtigen Bestandteil der Öffentlichkeitsarbeit an. Um sinnvoll daran heranzugehen, müssen wir: Den Presseverteiler aufbauen, indem die aktuellen Eingangsstellen bei den entsprechenden Medien herausgefunden und bedient werden; Pressemitteilungen professionell designt werden; das Zugangsportal auf der O-Sport-Website einfach zugänglich sein; die Pressemitteilungen müssen auch auf der Homepage hinterlegt werden (dort sind z.B. unsere PMs aus dem vergangenen Jahr nicht zu finden). Dahingehend müssen wir in Kontakt mit dem Webteam treten.

Eine weitere Idee aus dem Team ist es, von Bundesveranstaltungen „Mustertexte“ zu verfassen und den Vereinen zur Verfügung zu stellen, die so nur noch die jeweiligen Ergebnisse einfügen müssen und Berichte zeitnah an die Lokalpresse geben können, denn insbesondere bei der Lokalpresse ist es wichtig, dass solche Berichte spätestens am Tag nach dem Wettkampf eingereicht werden.

Social Media

In den sozialen Medien betreiben wir ausschließlich Instagram und sporadisch Youtube. Von Twitter/X lassen wir aus politischen Gründen die Finger, für die Betreuung einer Facebookseite fehlt uns die Zeit und wir sehen es als nicht herausragend wichtig für die jüngere Generation an.

Die genutzten Instagram-Kanäle umfassen die des Jugendnationalteams und des Elitenationalteams. Letzterer wird von uns auch als offizieller Kanal des deutschen Orientierungssports genutzt, gehört aber immer noch den Verantwortlichen im Nationalteam. Diese Situation ist in unseren Augen nicht optimal, denn sie erfordert viel Absprache und Anpassung, ist für uns aber aktuell die bestmögliche Lösung. Für den Aufbau eines eigenen Kanals fehlen uns die Ressourcen.

Auf dem Youtube-Kanal werden sporadisch Videos von deutschen Wettkämpfen geteilt, er benötigt aber unbedingt ein Upgrade. Hier fehlt uns die Expertise im Videoschnitt, beispielsweise schon durch ansprechende Vor- und Abspannvideos, und entsprechende technische Ausstattung.

Podcasts

In diesem Jahr wurden zwei Projekte in Bezug auf Podcasts vorangetrieben. Der offizielle deutsche Orientierungslauf-Podcast „Dickichtgeflüster“ wurde ins Leben gerufen. Verantwortlich an dieser Stelle sind Anna Wartewig, Jule Roßner und Paula Starke, sowie für den technischen Support Anatoly Zelenin. Unser Beitrag bezüglich des Podcasts beschränkt sich darauf, dass wir „Klasse, unbedingt!“ auf Annas Anfrage antworteten, als sie fragte, was wir davon hielten, und sie anschließend mit ihren Mitstreiterinnen verknüpften. Der Podcast ist eher was für OL-Liebhaber*innen, denn es wird eine Vorkenntnis zur Sportart vorausgesetzt.

Das zweite Projekt ist etwas kleiner, geht aber in Richtung der Öffentlichkeitsarbeit außerhalb der OL-Welt: Sabine fragte im Frühjahr bei einigen Lauf-Podcasts an, ob sie Interesse an einer

Folge zum Orientierungslauf hätten. Der „Runner’s World“-Podcast zeigte Interesse, Sabine vermittelte den Kontakt zu Anselm Reichenbach, der schließlich zu Gast in einer Folge auftreten durfte.

Kontakt zum DTB

Nachdem infolge der internen Konflikte im letzten Jahr der Kontakt zum DTB etwas eingeschlafen war, bemühten wir uns darum, diesen wieder aufzunehmen. Vonseiten des DTB wurden wir sehr wohlwollend und unkompliziert aufgenommen. Wir erhielten eine Schulung und Zugang zum News-System des DTB, sodass wir dort nun selbstständig Artikel hochladen können. In den kommenden Monaten werden wir eine weitere Schulung erhalten, wenn die Homepage des DTB auf ein anderes System umzieht.

Artikel für die Homepage sind mit einiger Zusatzarbeit verbunden, da wir hierfür nicht dieselben Artikel wie für OSport verwenden können und wollen – andere Zielgruppe.

Regeln Homepage

Nach einem kurzen Disput zu den Newsfeeds im Frühjahr bat Steffen Lösch uns, Regeln für die Homepage auszuarbeiten. Einen Entwurf haben wir im August vorgelegt, dieser hat aber noch Diskussions- und Anpassungsbedarf.

Austausch mit Öffentlichkeitsbeauftragten der Landesverbände

Im April dieses Jahres organisierten wir erneut ein Treffen mit den Öffentlichkeitsarbeitsbeauftragten der Landesverbände. Es gab eine Beteiligung aus mehr Verbänden als im letzten Jahr. Zentrales Thema waren die Homepages, wofür wir eine gute Austauschplattform für die Vertreter*innen bieten konnten.

Jahrbuch

Im Dezember des letzten Jahres wurde mit der „Jahreskarte“ zum ersten Mal seit 2006 wieder ein OL-Magazin für Gesamtdeutschland herausgegeben. Wir hatten dabei tatkräftige Unterstützung von Patricia und Corinna Nieke, die das Design übernommen haben und auch dieses Jahr in dieser Rolle wieder mit an Bord waren. Die „Jahreskarte 2023“ umfasste 51 Artikel auf über 160 Seiten. Eine grobe Hochrechnung der Arbeitsstunden aller beteiligten OLER*innen ergab mindestens 800 Arbeitsstunden. Mit 407 Bestellungen (Auflage 425 Exemplare) konnten wir unsere Maximalerwartungen sogar übertreffen. Die Bestellzahlen zeigen sich konstant, in diesem Jahr haben wir 420 Bestellungen zu verzeichnen. Weil wir durch Werbeanzeigen mehr als 2500€ eingenommen haben, konnten wir die „Jahreskarte 2023“ für nur 8€ verkaufen. Das war sehr auf Kante kalkuliert, weil wir uns aus der AGO der Unterstützung sicher sein konnten, dass kleine Verluste ausgeglichen würden. Auch bestärkt durch die Umfrage Anfang des Jahres haben wir den Preis für 2024 auf 15€ angehoben, um nicht immer die finanziellen „Bauchschmerzen“ im Hinterkopf haben zu müssen, ob es jetzt tatsächlich aufgeht oder wir uns irgendwo verkalkuliert haben..

Breitere Aufstellung des Teams für ÖA

Neben den oben genannten News-Autor*innen werden wir im Bereich Video durch Jens Rathmann unterstützt. Im Bereich Social Media fehlen uns noch Unterstützer*innen. Die Situation „Team Öffentlichkeitsarbeit“ hat sich seit dem vergangenen Jahr also nicht wesentlich geändert. Öffentlichkeitsarbeit ist aber ein Fass ohne Boden, mehr ist immer besser. Wir werden im Laufe des Winters über OSport und die Landesfachausschüsse konkrete Aufgabenbeschreibungen veröffentlichen, in welchen Bereichen wir uns Unterstützung erhoffen.

Postfächer für einige Aufgabenbereiche

In der AGO-Tagung des letzten Jahres wurde diskutiert, ob für einige Verantwortungsbereiche O-Sport-Mailadressen bekommen könnten, die nicht nur Weiterleitungsadressen wie bisher sind, sondern hinter denen tatsächlich ein Postfach steht. Für uns in der Öffentlichkeitsarbeit hätte das den Vorteil, dass wir professioneller über eine offizielle EMailadresse mit Medienvertreter*innen etc. kommunizieren könnten.

Wir haben dazu bereits Kontakt zum Webteam hergestellt. An dieser Stelle gibt es Datenschutzbedenken von Seiten des Webteams, worüber dieses zur Zeit berät und im Laufe des Herbsts auf uns zukommen möchte.

Projekt „Fairplay“

Nach der DM Sprintstaffel, die für so zahlreiche Disqualifikationen sorgte, waren wir natürlich wie so viele andere der Meinung, dass eine derartige Anzahl Disqualifikationen nicht wünschenswert ist. Unser Ansatz dazu: Sensibilisierung. Nicht zu offensiv, sondern als Angebot, sich zu informieren – damit hat anschließend auch niemand die Möglichkeit, sich herauszureden. Es gibt ja diese schönen Plakate von Swiss Orienteering, die oft ausgehängt, zitiert und genutzt werden. Wir würden gerne diesen Ansatz verfolgen, sie aber noch etwas sichtbarer machen, besonders in dem Augenblick, in dem sie besonders relevant sind: Am Vorstart beim Betreten der Startboxen. Dazu möchten wir gerne großformatige Aufsteller nutzen. Diese können von Veranstaltern, insbesondere von Sprintwettkämpfen, ausgeliehen und genutzt werden. Eine entsprechende Gestaltung und folgend die Anschaffung steht aus.

Projekt Merchandise und Mediateam German Orienteering

Unsere Idee: Ein OL-Trikot, welches im Stil des Nationaltrikots designt ist, allerdings natürlich nicht so dominant in Deutschlandfarben, sondern in den Grüntönen aus dem „Orienteering Germany“-Logo. Sie werden mit „Supporter Orienteering Germany“ als Rückenaufschrift gekennzeichnet sein. Chrafti ist mit Noname in Kontakt wegen der neuen Kaderkleidung, er wird Noname auch ansprechen, ob sie solche „Fanware“ produzieren wollen.

Was erhoffen wir uns? Gemeinschaftsgefühl in der Community, wenn alle, egal ob sie Bundesranglistensieger*in, Nationalkaderathlet*in etc. sind, ein solches Trikot haben, das sie z.B. zur WMOC oder internationalen Mehrtageswettkämpfen anziehen können; Außenwirkung, wenn ein solches Trikot beispielsweise bei Volksläufen etc. getragen wird. Man könnte darüber nachdenken, ob man Sponsoren sucht, die einen Platz auf diesem Trikot bekommen.

Projekt Fotoarchiv/Mediadatenbank

Bezüglich der Mediendatenbank gibt es keine Fortschritte zu vermelden. Mit dem Ausscheiden Daniel Härtelts mussten an dieser Stelle noch einige Abstimmungen getroffen werden, damit er seine Daten einmal sichern konnte.

Ein Fotoarchiv sehen wir trotzdem als wichtig an. Zur Bereitstellung von einzelnen Pressefotos ist die Mediendatenbank zwar geeignet, für größere Mengen Fotos, wie sie zum Beispiel für die Pressearbeit für Vereine oder Landesverbände vonnöten wäre, ist sie das allerdings nicht. Fotoalben wie beispielsweise Flickr kommen allerdings mit Datenschutzimplikationen einher, da auf sie wettkampfunabhängig zugegriffen werden kann und keine Erklärung verlangt werden kann, dass die Bilder nur zum vorgesehenen Zweck verwendet werden.

Auszeichnung mit Fördervereinspreis

Bei der DM Lang in diesem Jahr wurden wir für unsere Arbeit mit dem Fördervereinspreis ausgezeichnet. Wir wollen uns in diesem Zuge noch einmal ganz herzlich bedanken und sind froh, dass unsere Arbeit derart geschätzt wird.

Weiterentwicklung Homepage

Aus verschiedenen Fachbereichen erreichten uns bereits Anfragen bezüglich einer adäquateren Darstellung der Inhalte auf der Homepage. Wir lassen uns an diesem Wochenende eine kurze Einführung von Ralph dazu geben, um anschließend daran zu arbeiten.