



Gespräch mit Christa Bremer, Präsidentin des DVG (Deutscher Verband für Gebrauchshundesportvereine) zum Thema Öffentlichkeitsarbeit in Vereinen und Verbänden

Foto: Dieter Bremer

Kurier: *Nicht nur Unternehmen, auch Verbände und Sportvereine pflegen ihr Image in der Öffentlichkeit und in ihren eigenen Betrieben/Vereinen. Den FC Bayern oder Schalke 04 kennt jedes Kind. Auch der VDH, der dhv oder der DVG sind inzwischen nicht nur den Hundeliebhabern ein Begriff. Warum befasst sich dieser Kreis mit dem Thema Öffentlichkeitsarbeit?*

Bremer: Eigentlich könnte ich ganz einfach sagen, weil es wichtig ist, den Ausspruch „tue Gutes und sprich drüber“ umzusetzen.

Gerade im Freizeitbereich gibt es ein vielfältiges Angebot, das nicht so spezialisiert auf eine Zielgruppe gerichtet ist, wie der Sport mit dem Hund. Es ist für jeden Journalisten natürlich wesentlich einfacher über Dinge zu schreiben, die mit wenig Aufwand zu recherchieren sind, die aber trotzdem die Allgemeinheit interessieren, weil z.B. jeder etwas vom Walken, vom Schwimmen, vom Wandern etc. kennt und natürlich etwas für die eigene Gesundheit tun möchte. Definieren Sie selbst doch einmal den Begriff „Hundesport“, was versteckt sich denn für Sie dahinter? Ist es freudbetonte Freizeit mit Ihrem Hund, Naturverbundenheit, ein Stück Lebensgemeinschaft Mensch/Hund, Steigerung der Lebensqualität, Förderung sozialer Fähigkeiten – Menschen aller Altersklassen aus verschiedenen Sozialschichten reden miteinander, oder ist es Ausgleich zum stressigen Alltag? Zusammenfassend, Hundesport hält fit und gesund, ist praktizierter Tierschutz. Hundesport wird den Bedürfnissen der Mitbürger in psychischer, physischer und sozialer Hinsicht gerecht. Glauben Sie, dass dies einem Journalisten bekannt ist? Also sind wir, die Hundesport treibenden Verbände und die Zuchtverbände und -vereine von Rassehunden gefragt, Journalisten mit wissenswerten „Anlesern“ zu „füttern“, sie neugierig zu machen, damit sie etwas über uns und unse-

re vielfältigen Möglichkeiten schreiben, womit wir dann indirekt in der Öffentlichkeit Bedarf wecken.

Kurier: *Und wie sieht dann konkret der Nutzen für Hundesport- und/oder Rassezuchtvereine aus?*

Bremer: Jeder kleine gut aufgemachte Bericht in einer Zeitung oder Zeitschrift, die nicht zu den kynologischen Zielgruppenzeitschriften zählt, jeder Internetauftritt, jeder Flyer – ausgelegt bei Tierärzten oder Tierfachmärkten – hilft den Bekanntheitsgrad des Vereins zu steigern. Voraussetzung ist allerdings, dass der unbedarfte Leser den Verein auch sofort wieder erkennt. Das setzt voraus, dass die noch so kleine Berichterstattung, das Inserat oder der Flyer auch einen Wiedererkennungseffekt (Corporate Identity) bezogen auf den Verband oder Verein haben und lesenswert, launig und aktuell sind. Der Nutzen, den Verbände und Vereine aus einer derartigen Öffentlichkeitsarbeit haben, ist neben der Steigerung des Bekanntheitsgrades selbstverständlich auch die Mitgliedergewinnung und kann als Nebeneffekt auch zur Bestandspflege genutzt werden, in dem die Verbände den örtlichen Vereinen professionellen Werbeunterlagen zur eigenen Verwendung ebenfalls zur Verfügung stellen oder helfen, eigene gute Webseiten für Züchter und örtliche Vereine aufzubauen. In Ihrem Fall stünde dann der SSV in der Pflicht, seine Landes- und Ortsgruppen zu unterstützen.

Kurier: *Öffentlichkeitsarbeit muss nicht nur nach außen wirken, sie muss auch die Mitglieder erreichen. Was hat der Verein für Möglichkeiten, um bei den Mitgliedern „zu punkten“?*

Bremer: Ich finde es ganz wichtig, im Innen- wie Außenverhältnis sehr offen und ehrlich zu sein. Also in Publikationen nur derartige Dinge aufzunehmen, die auch tatsächlich umsetzbar sind,

im eigenen Haus zu schreiben, sondern diese auch anhand von Beispielen einfließen zu lassen. In der Mitgliederbindung kann man nur dann punkten, wenn die Mitglieder sich mit dem Verband oder Verein auch identifizieren. Das tun sie immer dann, wenn das Service-Paket, was der Verband bzw. Verein ihnen bietet, stimmt. Dies können Vorträge/Seminare zum Thema rund um den Hund genauso sein, wie ein Versicherungspaket, was z. B. der DVG als Verband seinen Mitgliedern anbietet.

Kurier: Wo können die Vereine professionelle Hilfestellung finden, wenn sie sich in der Öffentlichkeitsarbeit richtig positionieren wollen?

Bremer: Der Verband für das Deutsche Hundewesen (VDH) bietet in der Fortbildungsakademie u.a. Seminare zur Öffentlichkeitsarbeit,

Workshops zur Internetnutzung für Vereine oder Züchter (Wie funktioniert das? Inhalte in Wort und Bild, Anforderungen an eine Internetseite), Kurse für „professionelle Fotografie von Hunden“ etc. Sicherlich gibt es auch außerhalb unserer „Fachwelt“ gerade zu den Themen Öffentlichkeitsarbeit hervorragende Seminare, die von den Industrie- und Handelskammern aber auch von Volkshochschulen angeboten werden. Alle haben etwas gemeinsam, man muss auch selbst wollen und eine Portion Eigeninitiative mitbringen, um für sich und seinen Verband/Verein das Richtige zu finden und umzusetzen und zudem auch wissen, dass vernünftige Öffentlichkeitsarbeit ohne Geld gar nicht machbar ist. Ich kann nur sagen, eine derartige Investition lohnt sich.

Interview: Elke Wittwer