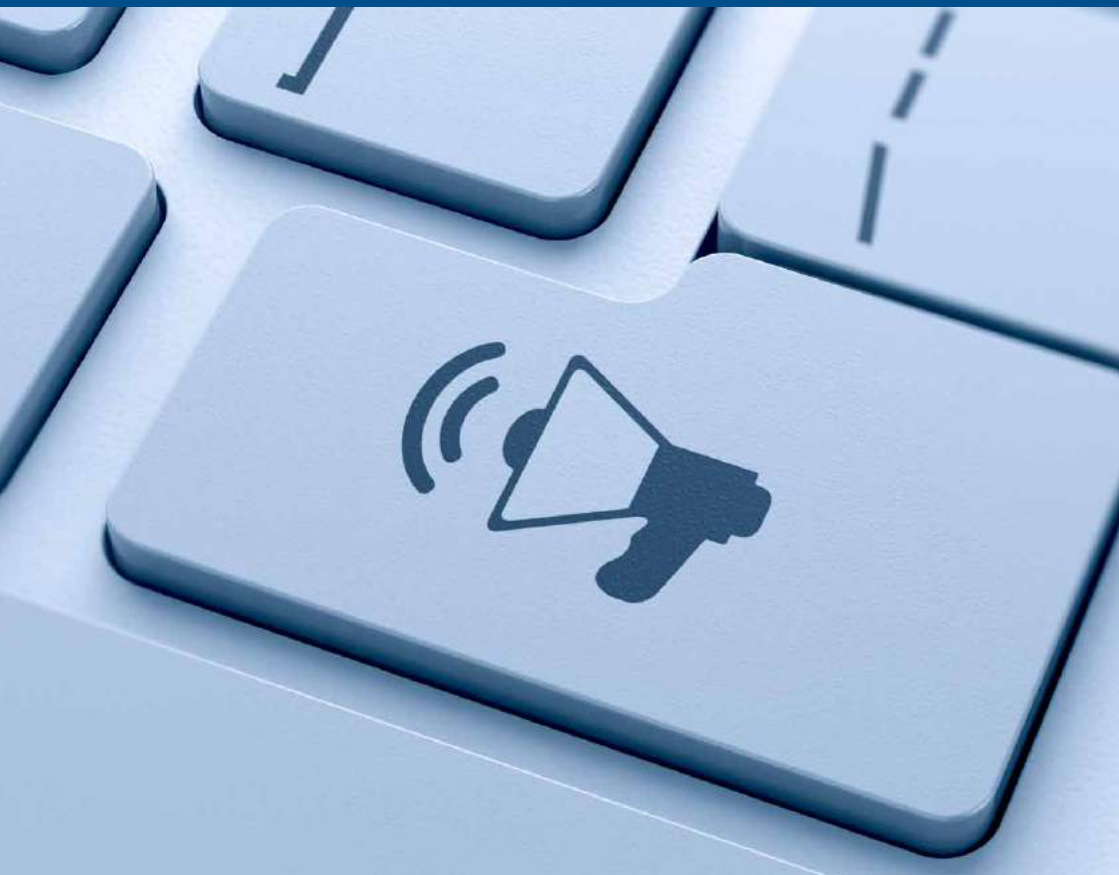


GRATIS PR TIL DIN FORENING



PR-ekspert rykker ud i foreningerne

Mange idrætsforeninger fortæller, at de kæmper med at lave reklame, der sælger på linje med store fitnesscentres markedsføringskampagner, og det kan således være svært at tiltrække nye målgrupper eller at opstarte nye initiativer i en lille klub.



Derfor sendte tovholderen for de Frivilliges Lederforum, Nanna Lindhard, et særligt tilbud ud i Mariagerfjord Kommune i foråret 2015.

”Sidste skud på Lederforum er, at I her til foråret kan få gratis professionel konsulentbistand i to timer om PR i jeres egen forening: Vælg selv om I vil arbejde med flyers, plakater, facebook, hjemmeside, åbent hus, events, samarbejde med skoler eller forældre, nye aktiviteter, nye målgrupper eller noget helt andet”

Sådan lød invitationen ud i idrætsforeningerne, og tilbuddene var hurtigt væk.



"Blot tre timer senere, var alle fem besøg revet væk, så jeg skyndte mig at bestille fem mere. Efter 24 timer var alle 10 besøg booket. Det tager vi som et udtryk for, at det her tilbud er attraktivt, og at det rammer foreningernes behov og ønsker."

NANNA LINDHARD, TOVHOLDER

Herefter blev alle kommunens idrætsforeninger tilbudt at besøge de klubber, der ville få besøg af PR-konsulenten. Dette var oplagt, da de udvalgte 10 klubber dækkede et bredt spekter af forskellige interesser og indsatser, samt var geografisk fordelt over hele kommunen.

- **Hadsund Roklub:** PR til 18-45 årige motionister.
- **Viking Als Fodboldklub:** Synlighed og rekruttering.
- **Hadsund Gymnastik:** En ny start, hvad gør vi?
- **Mariager Rideklub:** Aktivitetsudvikling og nye idéer.
- **Hobro Cykleklub:** Rekruttering af medlemmer og synlighed.
- **Mariager Idræts Klub:** Spørgeskemaundersøgelse.
- **Rostrup ROV:** Opstart af nye aktiviteter og den 'gode' kommunikation.
- **Karate Hobro:** Fangende plakater, flyers og bannere med særligt fokus på et fremtidigt åbent hus arrangement.



Det bliver rigtigt spændende, og det er godt at vi kan deltage hos hinanden. Det giver både kontaktmuligheder og mange flere ideer fra PR-eksperthen.

SVEND MØRK-JENSEN, HADSUND ROKLUB

For at sikre, at al information blev videregivet, blev foreningerne efterfølgende bedt om at beskrive deres klub, ved at udfylde et spørgeskema. Noget information blev videregivet til PR-konsulenten, Mads Futtrup, så han kunne forberede sig til de enkelte besøg, og andet blev sendt ud til alle idrætsforeninger i kommunen med invitationen om at deltage i de kommende arrangementer.

Kun 8 af de oprindelige 10 besøg, blev gennemført, da der var et enkelt klubfravald og en enkelt misforståelse. Under de 8 besøg fik 45 frivillige og gæster glæde af indsatsen. Der var engagement og interesse hos alle, men med meget variation i antallet af fremmødte til de forskellige arrangementer.



"Det var et super startskud på vores nye indsatser, og vi har allerede indkaldt flere borgere til opfølgning for blandt andet at udvikle vores flyers. Hele arrangementet var en positiv oplevelse for alle, og vi fik blod på tanden efter mere."

SUSANNE RIIS CHRISTIANSEN, CYKEL-LØBE-GÅKLUBBEN ROV



"Det var en øjenåbner at deltage i arrangementet, som var præget af god inddragelse og mange brugbare, konkrete ideer. PR-eksperten tog udgangspunkt i vores værdier, input, erfaringer og kultur og skabte derved en række udviklingsmuligheder inden for både fodboldaktiviteter og rekruttering af medlemmer – samtidig med at det var helt nede på jorden."

HENRIK SLOTH, FORMAND FOR VIKING ALS

Proces

Ude i foreningerne mødte PR-konsulentene som oftest bestyrelsen og enkelte andre interesserede, hvorefter de samarbejdede om det valgte emne:

- Hvad kan vores sport?
- Hvad kan vores klub?
- Hvad er vores vigtigste kerneværdier?
- Hvem er vores målgruppe?
- Hvilke platforme bruger vores målgruppe?
- Hvad vil de gerne have ud af deres sport?
- Hvordan kan vi skabe svaret på deres behov?

Mads Futtrup benyttede en åben og spørgende tilgang til gruppen og supplerede gerne med egne erfaringer og sin viden om kommunikation og målgrupper.



"Vi synes, at det var et super initiativ..."

"Meget effektivt møde med gode input fra deltagerne."

"Det var en lærerig aften, og det satte tanker i gang"

"Det satte virkelig gang i nye aktiviteter og har pustet liv i byen"

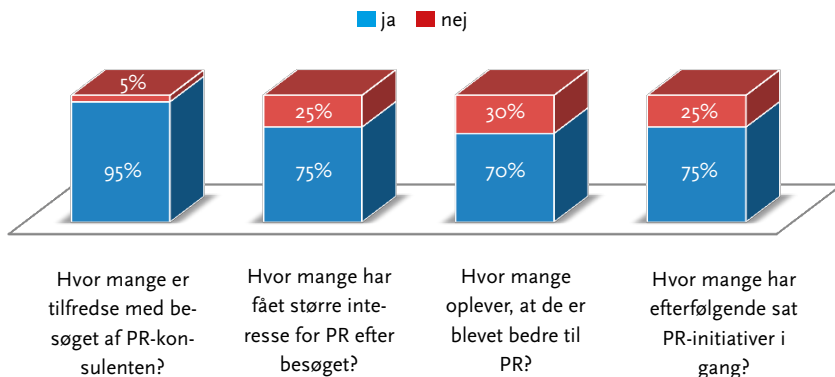
ANONYME KOMMENTARER

Respons

Efter forløbet gennemførte tovholder, Nanna Lindhard, 2 telefoninterviews, samt udsendte et spørgeskema til alle bestyrelsesmedlemmer i de pågældende klubber, for at evaluere forløbet. Her viste spørgeskemaet, at 95 % er tilfredse med besøget, og at 75 % føler sig bedre rustet til PR-arbejde. De frivillige har desuden fået større interesse for PR, samt at 75 % allerede er i gang med nye initiativer. De initiativer, der er sat i gang, beskrives af de frivillige som følgende: Nedsat en PR-gruppe, lavet foldere og spørgeskemaundersøgelser, påbegyndt ny hjemmeside, fået fokus på brugen af facebook/instagram, opdateret maillister, husstandsomdelt flyers, beskrevet opgaven som kontaktperson, udviklet og trykt plakater/opslag, startet udviklingsforløb med DGI, samt synliggjort deres medlemsfordele.

Dem, der ikke har sat nye initiativer i gang, svarer generelt, at der ikke har været tid og/eller ressourcer i klubben, eller at de har besluttet, at de vil vente til næste sæson. Respondenterne fortæller generelt positivt om aftenen og dens udbytte, så overordnet kan det konkluderes, at arrangementet har skabt både tilfredshed og resultater på PR-området i foreningslivet i Mariagerfjord Kommune.

Har PR-besøget været en positiv oplevelse?



Udfordringer

Projektet har fået en enkelt kritik i spørgeskemaet: *"Der var ikke nok fokus på kompleksiteten. En klub overlever ikke alene på at skrive fine nyhedsbreve. Men derudover var der bestemt stof til eftertanke og stof, som vi også har diskuteret i bestyrelsen."* (anonym besvarelse). Dette er taget til efterretning, og derudover anser tovholderen følgende som fremtidige opmærksomhedspunkter for projektet:

- Én forening sprang fra sent i forløbet, hvorved deres besøg blev aflyst uden at andre kunne overtage det.
- Der har været et stort koordineringsarbejde forbundet med at indhente oplysninger fra alle foreninger for efterfølgende at kunne formidle adresser mm. videre til resten af idrætsklubberne og PR-konsulentent.
- Der har ikke været opbakning fra øvrige sportsklubber til at komme til hinandens arrangementer. Også selvom der var stor interesse i at få besøg selv.

Held og lykke med din indsats for at understøtte foreningslivet.

PR-konsulentent, Mads Futtrup



- Ejer af konsulentfirmaet "BachFuttrup Kommunikation"
- Cand. Mag. i kommunikation fra Aalborg Universitet
- Kommunikationskoordinator hos WEBdanes Group i Hadsund
- Erfaring med idrætsforeninger på begge sider af stregen: Fra job som Chefræner på breddeplan og træner på eliteplan i sportsklub, samt fra strategiidvikling for superligaklubben Randers FC

GRATIS PR TIL DIN FORENING

De frivilliges lederforum

- Forum hvor viden, inspiration og netværk for frivillige er i fokus.
- Projekt under paraplyprojektet; Aktiv Ferie.
- Har eksisteret siden 2014 og er på 1 år blevet besøgt af 70 frivillige, som alle har indgået i et udviklingsforløb.
- En del af breddeidrætsprojektet og støttet af Kulturministeriet og NordeaFonden.

Kultur og Fritid, Mariagerfjord Kommune:

Nanna Lindhard

Breddeidrætskonsulent

nlind@mariagerfjord.dk, T: 97 11 35 09

