Welche Inhalte für welche Zielgruppen?

Für jede Zielgruppe Mehrwerte schaffen!

Wann interessieren sich Menschen und Institutionen für die Social Media-Präsenzen des Sportvereins? Richtig, vor allem dann, wenn sich für die Nutzer*innen Mehrwerte ergeben.

Bei der Gestaltung der Inhalte für die Social Media-Präsenzen sollten daher die Bedarfe der Vereinszielgruppen im Fokus stehen. Es müssen zielgruppenspezifische Aspekte berücksichtigt bzw. Inhalte angeboten werden.

Unabhängig von der Zielgruppe gilt, dass die Inhalte authentisch und qualitativ hochwertig sind. Konstanz und ein einheitlicher Auftritt sind ebenfalls wichtig.

Welche Inhalte sind für welche Zielgruppen interessant?

1.) Bestehende Mitglieder

Machen Sie Ihren Verein, seine Angebote, seine Menschen und seine Werte auf Ihren Social Media-Präsenzen erlebbar. Informieren Sie regelmäßig über bestehende und neue Vereinsangebote! Portraitieren Sie Gesichter des Vereins (Übungsleiter*innen, ehrenamtliche Funktionsträger*innen, Mannschaften, Spieler*innen/Athlet*innen, Eltern von jugendlichen Vereinsmitgliedern)! Informieren Sie über Spielergebnisse, sportliche Erfolge des Vereins/von Vereinsmitgliedern! Machen Sie die Besonderheiten/Alleinstellungsmerkmale des Vereins erlebbar (z.B. die Qualität der Sportstätten und Übungsleiter*innen im Verein, die Wertschätzung ehrenamtlichen Engagements durch den Verein, das sozial-karitative Engagement des Vereins, die Förderung des jugendlichen Nachwuchses, die außersportlichen Aktivitäten des Vereins für seine Mitglieder)! Kündigen Sie Vereinsveranstaltungen an!

2.) Potenzielle Mitglieder

Die genannten Inhalte sind grundsätzlich auch für potenzielle Vereinsmitglieder interessant. Darüber hinaus können besondere Rabattaktionen/Schnupperangebote für Neumitglieder via Social Media promotet werden. Live-Videos von Vereinsveranstaltungen auf Social Media-Plattformen machen den Verein für potenzielle Vereinsmitglieder besonders gut erlebbar.

3.) Ehrenamtler*innen im Verein

Die Social Media-Präsenzen des Vereins sind eine Plattform, die Arbeit ehrenamtliche Engagierter

wertzuschätzen. So können Ehrenamtliche belobigt werden, wenn sie einen Übungsleiter*innenlehrgang erfolgreich absolviert haben, wenn sie für eine langjährige ehrenamtliche Tätigkeit vom Verein ausgezeichnet werden oder eine ehrenamtliche Aufgabe/Position im Verein übernehmen. Portraits von ehrenamtlichen Mitarbeiter*innen geben dem Ehrenamt im Sportverein ein Gesicht. Außerdem kann über Veranstaltungen des Vereins für Ehrenamtler*innen informiert und auf von Ehrenamtler*innen zu besetzende Stellen im Verein hingewiesen werden.

4.) Sponsoren

Sponsoren sind an medialen Mehrwerten interessiert. Binden Sie also Sponsoren in die Social Media-Präsenzen Ihres Vereins ein! Die Einbindung kann in Wort und Bild erfolgen. So können z.B. Inhalte von Social Media-Präsenzen oder Internetseiten des Sponsors auf vom Verein genutzten Social Media-Plattformen geteilt werden. Die Einbindung von Werbemitteln/-trägern (Werbebanden, Fahnen, Trikots) des Sponsors auf Fotos ist ebenfalls denkbar.

5.) Journalist*innen

Unterstreichen Sie mit Fachinformationen Ihre Expertise bei Sportarten aus Ihrem Angebots-Portfolio (stellen Sie aktuelle Studien vor bzw. berichten über Trends, denen Sie durch neue Angebote Rechnung tragen)! Machen Sie Ihren Verein durch kurze Videos mit Vereinsmitarbeiter*innen/-mitgliedern für Medienvertreter*innen erlebbar! Stärken Sie ihr positives Image durch gesellschaftliche, soziale, karitative Aktivitäten!

Welche Inhalte „funktionieren“ auf Instagram, Facebook und TikTok?

1.) Instagram

Hier machen kurzweilige Inhalte Sinn. Nutzen Sie die Storyfunktion, um einen Einblick in das Vereinsleben zu ermöglichen („in Ihrem Verein ist immer etwas los“). Interagieren Sie mit den Nutzer*innen in Stories, in dem Sie dort z.B. leicht zu beantwortende Fragen stellen. Legen Sie den Fokus auf Erfolge und nehmen Sie Niederlagen mit Humor. Verlinken Sie in Posts und Stories mit Ihren Vereinsmitgliedern. Verwenden Sie Hashtags, die zu Ihrem Content passen.

2.) Facebook

Setzen Sie auf abwechslungsreiche Inhalte, die einen Einblick in das Vereinsgeschehen erlauben. Mannschaftsfotos haben meist hohe Interaktionsraten (werden oft geliked, geteilt, kommentiert). Außerdem können neue Vereinsangebote und Trainer*innen vorgestellt sowie Vereinsveranstaltungen angekündigt werden.

3.) TikTok

Actionreiche, kurze, unterhaltsame Videos sind hier erste Wahl. Leblose Videos sind zu vermeiden. Motivieren Sie Ihre Nutzer*innen, die Videos zu kommentieren und sich über die Inhalte auszutauschen. Setzen Sie auch hier auf die passenden Hashtags (max. 4-5; **Beispiel:** Tennisschule der SG Zons).

Praxistipps!

Um herauszufinden, welche Inhalte (Posts) besonders gut ankommen, sollte man regelmäßig einen Blick in die Analyse-Tools der sozialen Medien werfen.

Durch eine Befragung der Vereinszielgruppen oder der Nutzer*innen Ihrer Social Media-Präsenzen lässt sich ebenfalls herausfinden, welche Inhalte besonders interessieren! Bewährt hat es sich, eine offene Frage (Frage ohne Vorgabe von Antwortoptionen) zu den gewünschten Themen zu stellen.