

Welche Ziele lassen sich mit Social Media erreichen?

Kostenlos Informationen gewinnen und verbreiten!

Soziale Medien bieten vielfältige, interessante Nutzungsmöglichkeiten, auch gerade für kleine Sportvereine mit geringen Kommunikationsbudgets.

Wie kann man als Verein soziale Medien nutzen und welche Chancen/Mehrwerthe ergeben sich daraus für den Verein, seine Mitglieder, Fans bzw. andere Vereinszielgruppen?

1. Kostenlose Nachrichtenverbreitung

Mittels sozialer Medien können Informationen über den Sportverein kostenlos schnell verbreitet werden (z.B. neue Vereinsangebote, anstehende Vereinsveranstaltungen, sportliche Erfolge, Portraits von Vereinsmitgliedern, Funktionsträger*innen, Mannschaften und Sportgruppen). Ein Posting, ein Klick auf den „Gefällt mir“-Button oder ein Tweet erreichen im Idealfall eine Vielzahl von Fans oder Follower*innen (Vereinsmitglieder und andere am Verein Interessierte). Diese leiten die Nachrichten dann an ihre Fans bzw. Follower*innen weiter (virale Verbreitung durch digitale Mundpropaganda).

2. Kostenlose Informationsquelle

Sportvereine können soziale Medien nutzen, um stets aktuell über Neuigkeiten vom Deutschen Olympischen Sportbund, Landessportbund, Stadt- und Kreissportverband, der Fachverbände, lokalen Medien etc. informiert zu sein.

3. Kostenlose Mitgliederbindung durch Dialog

Mit Hilfe von Social Media-Plattformen können Vereinsmitglieder und Fans in einen direkten, unkomplizierten Dialog mit dem Verein eintreten (z.B. über Kommentare und via Abstimmungen). Der Verein kann den Dialog aktiv anstoßen (z.B. durch Aufrufe zu Verbesserungsvorschlägen und Teilnahme an Befragungen oder zur Teilnahme an Gewinnspielen) und damit zur Mitgliederbindung beitragen.

4. Neumitgliedergewinnung

Durch die virale Verbreitung von Inhalten auf den Social Media-Präsenzen des Vereins werden Zielgruppen erreicht, mit denen der Verein sonst nicht in Kontakt kommt (z.B. potenzielle Neumitglieder). Social Media trägt somit zur Bekanntheitsgradsteigerung bei.

5. Wertschätzung ehrenamtlichen Engagements

Als Verein sollte man möglichst viele Plattformen nutzen, um das Engagement ehrenamtlich Engagierter im Verein wertzuschätzen. Auch soziale Medien können hierfür genutzt werden. So sind z.B. Portraits von Ehrenamtler*innen auf den Social Media-Kanälen eines Vereins denkbar.

6. Schaffung von medialen Mehrwerten für Sponsoren des Vereins

Sponsoren sind an einer umfassenden Medienpräsenz interessiert. Sportvereine können Sponsoren in Wort und Bild in ihre sozialen Medien einbinden und damit für die [Sponsoren mediale Mehrwerte](#) generieren.

7. Soziale Medien als Instrument der Imagebildung/-pflege

Mit Hilfe von Social Media können Sie die Vereinsidentität erfahrbar machen: Welche Werte lebt Ihr Verein? Was macht ihn im Vergleich zu anderen Vereinen besonders? Ist es z.B. die Wertschätzung ehrenamtlichen Engagements oder die qualifizierte Kinder- und Jugendarbeit?

8. (Weiter-)entwicklung von Angeboten

Wollen Sie Ihre Vereinsangebote weiterentwickeln? Dann rufen Sie die Nutzer*innen Ihrer Social Media-Präsenzen auf, sich an der Weiterentwicklung von Vereinsangeboten durch Verbesserungsvorschläge/-ideen zu beteiligen. Holen Sie sich Rückmeldungen zu neuen Angeboten ein.

9. Reichweite verbessern

Social Media-Präsenzen verbessern das Suchmaschinenranking, erhöhen die Zugriffe auf die Vereins-Homepage und helfen, Leads zu generieren (z.B. qualifizierte Kontakte zu neuen Vereinsmitgliedern und Kursteilnehmer*innen; diese hinterlassen Kontaktdaten für den weiteren Dialog).

Quellen:

Bild: Welche Ziele lassen sich mit Social Media erreichen/Einbindung Sponsoren auf Social Media-Präsenzen des Vereins/Bsp. Facebook ASV Köln (<https://www.facebook.com/ASVKOELN/> 26.06.2019)