Praxisbeispiele: Sportvereine auf X

Welche Sportvereine twittern welche Inhalte?

Es sind hauptamtlich geführte Großvereine, die besonders aktiv auf X sind. Es gibt aber auch mittelgroße und kleine Sportvereine, die eine X-Präsenz besitzen und diese als Kommunikationsplattform nutzen.

Beispiele Großvereine (über 1.500 Mitglieder):

- FC Bayern München
- Borussia Dortmund
- KSV Baunatal

Beispiele mittelgroße Sportvereine (200 – 1499 Mitglieder):

- SV Brake
- Vesalia 08 Oberwesel
- Altona 83 Hamburg
- Mannheimer HC

Beispiele kleine Sportvereine (unter 200 Mitglieder):

- Kölner SK Dr. Lasker

Welche Inhalte werden von den Sportvereinen auf X platziert?

Die von den Sportvereinen veröffentlichten Tweets können die folgenden Zielsetzungen des Vereins unterstützen bzw. Inhalte haben (Bsp.):

1.) Die Nutzer am Vereinsgeschehen teilhaben lassen (den Verein, seine Werte und Menschen erlebbar machen)

- Fotos/Videos von Vereinsveranstaltungen
- Interessante, persönliche Tweets von Spielern einer Vereinsmannschaft oder Athleten des Vereins retweeten (somit „Blicke hinter die Kulissen“ ermöglichen)
- Mitarbeiter (Haupt- und Ehrenamt) berichten aus ihrem Vereinsalltag
- Ergebnisberichterstattung
- Soziale Projekte des Vereins vorstellen (Integration, Umweltschutz, Kooperation mit KITAs/offenen Ganztagsschulen etc.)

2.) Ehrenamtliches Engagement wertschätzen

- Portraits von ehrenamtlich Engagierten im Sportverein
- Ehrungen von ehrenamtlich Engagierten durch den Verein
- Gratulation zur erfolgreich bestandenen Aus-/Fortbildung bzw. sonstigen Qualifizierungsmaßnahme eines ehrenamtlichen Vereinsmitarbeiters (z.B. erworbene Trainerlizenz, Vereinsmanager C-Lizenz)
- Dankeschönfest des Vereins für seine ehrenamtlich Engagierten
- Dankeschön an ehrenamtliche Engagierte (z.B. das ehrenamtliche Sportabzeichen-Prüferteam des Vereins)

3.) Vereinssponsoren Mehrwerte bieten

- Inhalte von Sponsorenseiten retweeten
- Einbindung von Sponsoren in Wort und Bild (z.B. Vorstellung eines neuen Sponsors, Mannschaftsfotos mit Sponsorentrikots, Nennung von Sponsoren in einem Tweet: bei Einbindung von @Nutzername erhält der Sponsor den Tweet automatisch)

4.) Nutzern inhaltliche Mehrwerte liefern

- Fitness-/Gesundheitstipps von Sportfachmedien und/oder bekannten Influencern aus dem Sportbereich retweeten (X) oder anderweitig verknüpfen (von Homepages, Social Media-Präsenzen)
- Berichte auf vereinsexternen Homepages über erfolgreiche Sportler des Vereins auf X teilen

5.) Neue Angebote bekanntmachen

- Vorstellung eines neuen Kursangebotes
- Information über ein Schnuppertraining/-angebot des Vereins

6.) Mitgliederbindung

- Mitgliederumfragen
- Preisnachlässe/Rabatte für Vereinsmitglieder bei Kooperationspartnern des Vereins
- Portraits von Vereinsmitgliedern, Vereinsmannschaften
- Gratulation von erfolgreichen Vereinsmitgliedern (Erfolge bei Meisterschaften, Absolvierung des Deutschen Sportabzeichens etc.)
- Feedbacks auf Rückmeldungen, Verbesserungsvorschläge (Kommentare von X-Nutzern)

7.) Verknüpfungen von Inhalten der Social Media-Präsenzen (Facebook, Instagram, YouTube etc.) des Vereins und der Vereins-Homepage mit X herstellen

- Neue Inhalte (Videos, Fotos, Posts, Beiträge) als Links auf X einbinden