Kommunikationspolitik: Influencer Marketing

Influencer als Vereinsbotschafter!

Influencer (von englisch „to influence“ = beeinflussen) sind Personen, die viele Fans, Follower, Abonnenten auf ihren Social Media-Kanälen (Facebook, Instagram, YouTube & Co.) haben und damit großen Einfluss auf die Meinungsbildung im Netz.

Aufgrund der vielen Fans sowie hoher Interaktionsraten auf ihren Social Media-Präsenzen sind Influencer nicht nur für werbende Unternehmen, sondern auch für Sportvereine interessant. Auch Sportvereine können vom Einfluss und den Kontakten der Influencer im Social Web profitieren.

Influencer können als Botschafter des Vereins agieren. Sie sind eine Art „Social Ambassador“ (Ambassador = englisch für Botschafter). In dieser Funktion bringen sie ihre Begeisterung/Unterstützung für den Sportverein durch Social Media-Posts zum Ausdruck.

Wenn Sie als Sportverein mit einem Social Media-Meinungsmacher kooperieren wollen, müssen Sie zunächst überlegen, wer dafür in Frage kommt. Sie sollten Ihre Auswahl nicht nur auf Basis der Fan-/Follower-/Abonnentenzahlen und den Interaktionsraten des Influencers treffen. Viel wichtiger ist, dass der Influencer zum Verein passt.

Folgende Kriterien kann man heranziehen, um Meinungsführer zu identifizieren und auszuwählen:

- Der Botschafter übt eine Sportart aus, die der Verein anbietet
- Der Botschafter kommt aus dem Ort/der Kommune/dem Bundesland, in dem der Verein seinen Sitz hat
- Der Botschafter passt zu den Markenattributen des Vereins (z.B. ist auch sozial engagiert, legt Wert auf Nachhaltigkeit)
- Der Botschafter spricht eine für den Verein relevante Zielgruppe an (die Fans/Follower von Influencern sind meistens jung, mobil und experimentierfreudig)

Wenn Sie eine Auswahl getroffen haben, sollten Sie mit Ihrem potenziellen Botschafter Kontakt aufnehmen. Je persönlicher, umso besser. Wir empfehlen, auch in Zeiten von Social Media, das persönliche Gespräch (z.B. durch Kontaktaufnahme per Telefon oder bei einer Veranstaltung).

War Ihre Akquise erfolgreich, können Sie ihren Botschaftler auf Ihren Social Media-Präsenzen

einbinden. Noch besser ist es natürlich, wenn der Influencer Ihren Verein in seine Social Media-Kanäle integriert. Dies erhöht Ihre mediale Reichweite und trägt zur Glaubwürdigkeit der Kooperation bei.

Special Olympics NRW macht vor, wie eine Zusammenarbeit mit Influencern auf Instagram funktioniert. Der French Open-Gewinner im Herren-Doppel 2019, Andreas Mies, ist seit September 2019 offizieller Botschafter von Special Olympics NRW. In einem Instagram-Post am 16.09. 2019 bringt Andreas Mies seine Freude über seine Botschaftertätigkeit zum Ausdruck. Andreas Mies hatte zum Zeitpunkt des Postings fünfmal so viele Instagram-Fans wie Special Olympics NRW.

Übrigens können auch Vereinsmitglieder und Freunde des Vereins als Influencer (Botschafter) agieren. Auch hier gibt es bestimmt „Influencer im Kleinen“ mit vergleichsweise vielen Fans.