

Bekanntmachung der Social Media-Präsenzen

Richte Social Media-Präsenzen ein und sprich darüber!

Wenn Sie für Ihren Sportverein Social Media-Präsenzen (Facebook, Instagram, TikTok, Twitter & Co.) eingerichtet haben, sollten Sie diese auch bekannt machen.

Nutzen Sie alle Ihnen zur Verfügung stehenden Kommunikationskanäle, um auf die Präsenzen Ihres Vereins im Social Web aufmerksam zu machen bzw. darüber zu informieren. Hierzu gehören:

- Vereins-Website (Einbindung von [Social Media-Plugins](#), die mit den Social Media-Präsenzen des Vereins verknüpfen)
- E-Mail-Newsletter (redaktionelle Hinweise und Integration von [Social Media-Plugins inkl.](#) auf die Social Media-Präsenzen des Vereins)
- E-Mails (Hinweise auf die Social Media-Präsenzen in der Signatur)
- Vereinsschaukasten (Einbindung eines Artikels über die Social Media-Präsenzen des Vereins oder eines QR-Codes, der auf eine Social Media-Präsenz verlinkt)
- Drucksachen (Hinweise auf Social Media-Präsenzen in Flyern, auf [Veranstaltungsplakaten](#), im Programmheft etc. durch Einbindung von Social Media-Buttons)
- Vereinszeitung (redaktionelle Berichte über die Social Media-Präsenzen oder Angabe der Webadressen der Social Media-Präsenzen des Vereins)
- Visitenkarten (Angabe der Social Media-Webadressen)
- Lautsprecherdurchsagen/Hinweise bei Vereinsveranstaltungen (Sportveranstaltungen, Jahreshauptversammlung etc.)
- Pressemitteilung an die lokale Presse, in der über die Einrichtung der Social Media-Präsenzen informiert wird

Nutzen Sie auch Social Media-Plattformen, um auf Ihre Social Media-Präsenzen hinzuweisen:

- Verlinken Sie Ihre Social Media-Präsenzen untereinander (z.B. Verlinkung mit Instagram in einem [Tweet bei Twitter](#) oder Hinweis auf andere Präsenzen auf der [Facebook –Präsenz des Vereins](#))!
- Folgen, Liken und Kommentieren Sie die Inhalte anderer Social Media-Nutzer*innen (z.B. von Vereinsmitgliedern, Sponsoren, Sportverbänden und Influencer*innen mit räumlichem und/oder inhaltlichem Bezug zu Ihrem Verein)!
- Verwenden Sie Hashtags mit Relevanz/Bezug zum Verein, um die Social Media-Reichweite des

Vereins zu verbessern und das Engagement der Social Media-Community auf Ihren Social Media-Präsenzen zu steigern!

- Setzen Sie auf Vereins-Hashtags (z.B. #Vereinsname, #Vereinsslogan; [Beispiel Rumelner TV](#))!
- Markieren Sie andere Social Media-Nutzer*innen in Beiträgen („Tagging“ von Fotos, Videos). Diese erhalten dadurch eine Benachrichtigung!
- Setzen Sie auf bezahlte Anzeigen ([Social Ads](#)) , mit der Sie genau Ihre Zielgruppe erreichen (Zielgruppen-Targeting)!
- Passen Sie die Inhalte und Sprache Ihrer Social Media-Präsenzen den Nutzer*innen an!
- „Content is King“: Liefern Sie Inhalte auf Ihren Social Media-Präsenzen mit Mehrwert für die Nutzer*innen. Wenn dies gelingt, verbreiten diese Ihre Inhalte durch Links, Reposts, Retweets, Teilen etc.!
- Laden Sie andere Vereinsmitglieder bzw. andere Social Media-Nutzer*innen gezielt ein!
- Initiieren Sie Challenges mit einem Bezug zu Ihrem Verein! Rufen Sie Ihre Vereinsmitglieder und andere Social Media-Nutzer*innen auf, an einer vom Verein initiierten Challenge teilzunehmen und kreative Inhalte in eigenen Posts mit dem Challenge-Hashtag zu versehen oder den Verein in einem Post zu markieren!
- Machen Sie das Vereinsleben auf Social Media erlebbar! Ermöglichen Sie visuelle Eindrücke ins Vereinsgeschehen: von Vereinsmitgliedern, von Vereinsveranstaltungen/-angeboten!
- Kooperieren Sie mit [Influencer*innen](#)!

Durch besondere Aktionen, wie Gewinnspiele (bei denen es z.B. Eintrittskarten oder Freistarts für eine Vereinsveranstaltung zu gewinnen gibt) Gutscheinaktionen (z.B. Gutscheine für bestimmte Vereinsangebote – z.B. eines neues Kursangebot) und Wettbewerbe können zusätzliche Interessenten auf Ihre Social Media-Präsenz gelockt werden. Die Wahrscheinlichkeit ist groß, dass die virale Verbreitung im Internet mit Hilfe der sozialen Netzwerke bei entsprechenden Anreizen groß ist und Sie neue Fans gewinnen.

Gewinnspiele sollten möglichst immer einen Bezug zum Sportverein haben. Dadurch lassen sich Gewinnspielnomaden, die im Internet auf der Suche nach Gewinnspielen sind, abschrecken.

Achtung! Bei Gewinnspielen auf Facebook ist es nicht erlaubt, die Teilnehmer*innen von Gewinnspielen aufzufordern, einen Beitrag zu teilen oder Freude in einem Kommentar oder Foto zu markieren!

Wichtig! Gewinnspiele müssen über Teilnahmebedingungen verfügen. Diese müssen leicht zugänglich sein. Bei Facebook können diese z.B. als Facebook-Notiz hinterlegt und verlinkt werden. Die Teilnahmebedingungen können auch auf der Vereins-Website hinterlegt sein. Dann muss im Facebook-Posting mit der Website verlinkt werden.