

Social Media-Leitfaden für Mitarbeiter und Mitglieder

Spielregeln für den Umgang mit sozialen Medien!

In vielen Unternehmen sind Leitfäden für den Umgang der Mitarbeiter*innen mit sozialen Medien etabliert. In Sportvereinen findet man Social Media-Leitfäden hingegen sehr selten.

Warum macht es Sinn, als Sportverein einen Social Media-Leitfaden zu haben?

Eine Antwort auf diese Frage liefert der Social Media-Leitfaden des [Niendorfer TSV](#). Der Verein erläutert dort, warum er einen Leitfaden zur Nutzung von sozialen Medien entwickelt hat: „Wir möchten Sie anregen, am öffentlichen Meinungsaustausch im Internet teilzunehmen. Sie haben das Recht auf eine eigene und freie Meinungsäußerung und sind gleichzeitig Mitglied und Kenner Ihres Sportvereins. Ihr Engagement ist daher auch in unserem Interesse: Sie geben dem Niendorfer TSV ein Gesicht. Wir möchten Sie nicht bevormunden, sondern Ihnen Empfehlungen für Ihren Umgang mit den sozialen Medien geben und einige rechtliche Tipps.“

Der Verein macht deutlich, dass die Mitglieder wichtige Botschafter*innen des Vereins sind. Sie geben dem Verein ein Gesicht. Die Vereinsmitglieder sind auch Botschafter*innen, wenn sie im Social Web agieren. Der Verein stellt den Mitgliedern mit dem Social Media-Leitfaden eine Orientierung für den Umgang mit sozialen Medien zur Verfügung, ohne die Mitglieder zu bevormunden. Er informiert über die mit sozialen Medien verbundenen Chancen und Risiken.

Ein Social Media-Leitfaden ist also als Leitlinie für den Umgang des Vereins bzw. der Vereinsmitglieder mit sozialen Medien zu verstehen. Der Verein animiert mit dem Leitfaden seine Vereinsmitglieder, sich als Nutzer aktiv in den sozialen Medien (insbesondere den vereinseigenen Social Media-Präsenzen) zu beteiligen. Im Idealfall fungieren die Vereinsmitglieder als Ideengeber, Multiplikator (wenn sie z.B. über ihre persönlichen Profile einen Bezug zum Verein herstellen) und Meinungsmacher und unterstützen damit die Erreichung von Vereinszielen (z.B. Neumitgliedergewinnung, Wertschätzung ehrenamtlichen Engagements von Vereinsmitgliedern, Bekanntmachung von Vereinsveranstaltungen).

Auch der FSV Frankfurt hat einen [Social Media-Leitfaden](#) entwickelt, der Mitgliedern, Eltern und Trainer*innen Tipps für einen verantwortungsbewussten Umgang mit sozialen Medien gibt.

Werfen Sie außerdem einen Blick in den [Social Media-Leitfaden des Fußball- und Leichtathletik-Verbandes Westfalen für seine Schiedsrichter*innen \(Herausgeber: Kreis-Schiedsrichter-Ausschuss Kreis 5 Bielefeld\)](#).

Wie mache ich als Verein den Social Media-Leitfaden bekannt?

Idealerweise verteilen bzw. verschicken Sie den Social Media-Leitfaden an Ihre (Neu-)Mitglieder. Darüber hinaus kann der Leitfaden auf der Homepage des Vereins und in der Vereinszeitung veröffentlicht werden. Auch über die Social Media-Kanäle des Vereins oder einen E-Mail-Newsletter kann der Leitfaden bekannt gemacht werden. Außerdem ist es denkbar, als Verein Informationsveranstaltungen bzw. Schulungen anzubieten, um die Akzeptanz der Leitlinien zu erhöhen bzw. das Know-how der Vereinsmitarbeiter*innen bzw. -mitglieder im Umgang mit sozialen Medien zu verbessern.

Welche Regelungen sind für die Administrator*innen der Social Media-Präsenzen des Vereins zu treffen?

Besondere Regelungen sollte der Verein für die Personen treffen, die als Administrator*innen die Social Media-Präsenzen des Vereins pflegen. Als Administrator*innen sind Social Media-affine, zuverlässige Kenner*innen, gut vernetzte Mitglieder des Sportvereins prädestiniert.

Die Administrator*innen (Autor*innen der Inhalte) sollten dazu angehalten werden:

- die Grundregeln an Geheimhaltung und Sorgfaltspflicht zu beachten, die auch außerhalb von sozialen Medien üblich sind
- allgemeine Gepflogenheiten für das Agieren im Web (Netiquette) zu beachten ([Social-Media-Knigge](#))
- das [Vereinsleitbild](#) und die dort festgehaltenen Werte beim Einstellen von Inhalten in sozialen Medien zu berücksichtigen
- regelmäßig neue Inhalte einzustellen (mindestens 1-2 Posts pro Woche)
- möglichst nur Inhalte einzustellen, die einen Mehrwert für die Besucher*innen der Social Media-Präsenzen des Vereins bieten (z.B. interessante Links, Hintergrundwissen und Stories, die einen Einblick in das Vereinsleben geben)
- Inhalte einstellen, die das Erreichen von Zielen des Vereins (z.B. Wertschätzung von ehrenamtlichem Engagement, Mitgliedergewinnung/-bindung) unterstützen
- die sozialen Netzwerke des Vereins regelmäßig auf neue User*innenbeiträge zu prüfen
- schnell auf Kommentare (insbesondere Kritik) zu reagieren
- anstößige Inhalte (die z.B. gegen die guten Sitten verstoßen) umgehend zu entfernen

Quellen:

Social Media-Leitfaden FSV Frankfurt (Quelle: https://fsv-frankfurt.de/Saison%202021-2022/Stellenausschreibungen/SocialMedia-Leitfaden_NLZ_1617.pdf)

Social Media-Leitfaden Kreis-Schiedsrichter-Ausschuss Kreis 5 Bielefeld des Fußball- und Leichtathletik-Verband Westfalen (Quelle: <http://www.flvw-bielefeld.de/uploads/Dokumente/Schiedsrichter/SocialMedia%20Leitfaden.pdf>)

