



Social Media

Auf den richtigen Mix der sozialen Medien und Inhalte kommt es an!

Soziale Medien, wie

- [Facebook](#)
- [Instagram](#)
- [TikTok](#)
- [Twitch](#)
- [Twitter](#)
- [Pinterest](#)

sind in vielen Sportvereinen ein wichtiges [Instrument der Öffentlichkeitsarbeit](#). Einige Vereine verzichten sogar komplett auf eine Homepage und kommunizieren ausschließlich über soziale Medien.

Die sozialen Medien unterscheiden sich z. T. erheblich bei der Nutzer*innen-Struktur (z. B. Alter). Facebook dominiert bei der Zielgruppe 30+. Instagram und vor allem TikTok werden bevorzugt von 14- bis 29-jährigen genutzt. Unterschiedliche Zielgruppen erfordern unterschiedliche Inhalte. Ein guter Mix der sozialen Medien und deren Inhalte ist daher wichtig.

Doch wie kann der Verein soziale Medien nutzen und welche Mehrwerte ergeben sich daraus für ihn, seine Mitglieder, Fans und andere Vereinszielgruppen? Hier eine Auswahl:

1. Kostenlose, schnelle Nachrichtenverbreitung

Informationen können schnell und kostenlos verbreitet werden. Ein Posting, ein Klick auf den »Gefällt mir«-Button oder ein Tweet erreichen im Idealfall eine Vielzahl von Fans oder Followern, die diese dann wiederum an ihre Fans bzw. Follower weiterleiten.

2. Mitgliederbindung durch Dialog

Über die Social Media-Plattformen können die Vereinsmitglieder, Fans etc. direkt, unkompliziert mit dem Verein kommunizieren (z. B. über Kommentare und durch Abstimmungen). Der Verein kann den Dialog aktiv anstoßen (z. B. durch Umfragen, Abstimmungen, Gewinnspiele oder Aufrufe zu Verbesserungsvorschlägen).

3. Neukunden-/Mitgliedergewinnung

Durch die virale Verbreitung von Inhalten (z. B. Veranstaltungskündigungen, neue Angebote) auf den Social Media-Präsenzen des Vereins werden Zielgruppen erreicht, mit denen der Verein sonst nicht in Kontakt kommt (der Verein erreicht potenzielle Mitglieder, Zuschauer*innen, Kursteilnehmer*innen etc).

4. Wertschätzung ehrenamtlichen Engagements

Ehrenamtlich Engagierte im Verein können in sozialen Medien wertgeschätzt werden (z. B. durch Portraits oder ein "einfaches" Dankeschön).

5. Schaffung von medialen Mehrwerten für Sponsoren des Vereins

Durch die Einbindung von Sponsoren auf seinen Social Media-Kanälen schafft der Verein mediale Mehrwerte für seine Sponsoren.

6. Soziale Medien als Instrument der Imagebildung/-pflege

Mit Hilfe von Social Media kann der Verein sich und seine Werte (z. B. "Wertschätzung", "soziale Verantwortung", "Gemeinschaft", "Geselligkeit") für die Nutzer*innen erlebbar machen.

Autor: Dirk Schröter

Lektoriert: Dietmar Fischer

Stand Februar 2024