



Best Practice

Umgesetztes Projekt: Instagram-Präsenz

Interview mit Lennart Meier (1. Medienbeauftragter und Pressewart SV Rosellen 1930 e.V. Tennisabteilung)

Warum wurde die Maßnahme umgesetzt?

Unser heutiger Geschäftsführer Kevin Weiß und meine Wenigkeit sind Ende 2017 in die Abteilungsleitung aufgerückt, nachdem wir unserem Abteilungsleiter Olaf Richter angeboten hatten, die Abteilung medial auf den neuesten Stand zu bringen. Zunächst wurde die Webseite überarbeitet und aktualisiert (2017/2018), dann ein Facebook-Konto erstellt (2018) und daraufhin noch ein Newsletter (2019) eingeführt. Das Interesse für die Geschehnisse im Verein ging dadurch merklich nach oben und die Mitglieder wurden intensiver bzw. regelmäßiger auf Ergebnisse von Teams des SV Rosellen (SVR) hingewiesen sowie an Veranstaltungen erinnert, sodass die Anmeldezahlen für Events nach oben gingen.

Allerdings haben wir schnell gemerkt, dass Facebook nicht alle Altersgruppen gleichermaßen anspricht. Die jüngere Generation hält sich vorzugsweise auf Instagram auf. Deshalb sind wir Anfang 2019 mit einem Instagram-Kanal online gegangen.

Welche Ziele hat das Projekt?

- eine jüngere Zielgruppe erreichen
- schöne visuelle Eindrücke aus der Abteilung liefern
- durch die häufig abgerufenen Storys blitzschnell über aktuelle Geschehnisse wie Medenspiele und Vereinsmeisterschaften informieren
- aktiver Einbezug von Mitgliedern, indem diese von der Seite der Tennisabteilung in Postings und Storys verlinkt werden oder diese die Seite der Tennisabteilung verlinken

Wie erfolgte die Umsetzung?

1.

Wer war für die Umsetzung verantwortlich?

Ich als 1. Medienbeauftragter und Pressewart, weil ich bereits während meiner Praktikumszeit bei ProSiebenSat.1 im Jahr 2017 in den professionellen Umgang mit Facebook und Instagram eingewiesen wurde.

2.

Kosten?

Keine, aber mittlerweile haben wir für eine bessere mediale Kommunikation auch einen Internetanschluss im Tennis-Vereinsheim eingerichtet.

3.

Beauftragter Dienstleister

Keiner.

Welche Mehrwerte ergeben sich für den Verein?

- größere Reichweite als bspw. auf Facebook oder der Webseite
- Hashtags und Algorithmen auf Instagram bieten eine viel größere Chance, dass Videos und Bilder über die eigene Followerschaft hinaus gesehen werden können. So wurde beispielsweise der DTB auf einzelne Aktionen aufmerksam, hat unsere Posts weiterverbreitet und ein Interview mit mir geführt. Auch in einem Tennis-Podcast durfte ich zu Gast sein.
- Der Austausch mit anderen Vereinen wurde vergrößert: Durch Verlinkungen kann man bei gemeinsamen Events wie Wettbewerbsspielen „über Bande“ spielen.
- ????????Lernen von anderen Vereinen/Abschauen von guten Ideen (z. B. Challenges)
- breitere Ansprechbarkeit für mögliche Eintrittsinteressenten, die ihre Fragen mal eben über Social Media loswerden können
- ????????Interessierte potenzielle Neumitglieder merken: Hier ist ständig etwas los, hier gibt es viel Aktivität auf unterschiedlichsten Ebenen. Dadurch hat man gegenüber Vereinen, die wenig Content posten, einen Vorteil.
-

Neumitglieder lernen die SVR-Mitgliederschaft über das Visualisierungsmedium Instagram schneller kennen.

Welche Herausforderungen/Stolpersteine sind zu beachten?

Man sollte darauf achten, den eigenen Followern Abwechslung zu bieten. Zehn Mannschaftsfotos hintereinander wirken auf Dauer etwas langweilig. Vor allem Fotos und Videos mit Spielszenen sind sehr beliebt, aber auch deutlich aufwendiger zu erstellen als Fotos.

Wie ist die Resonanz der Zielgruppen (Vereinsmitglieder, Sponsoren etc.)?

Es gibt viel positives Feedback aus allen Altersgruppen unserer Mitgliederschaft. Die meisten Mitglieder folgen uns auf unseren Kanälen und gerade die jüngeren erzeugen mittlerweile auch ordentlich Traffic.

Hinsichtlich Sponsoring: Wir sind gerade dabei, neue Sponsoren zu gewinnen. Unsere digitale Reichweite ist da natürlich ein zentrales Argument, wenn es darum geht, die Attraktivität der Tennisabteilung des SV Rosellen hervorzuheben.

Praxistipps von Lennart Meier (so gelingt die Umsetzung):

Es sollte jemand mit dem Thema betraut werden, der sich im Verein nur mit der Öffentlichkeitsarbeit auseinandersetzt, frei nach dem Motto: Ganz oder gar nicht. Die Follower merken recht schnell, wie stark ein Kanal betreut wird. Empfehlenswert sind vielleicht sogar zwei oder drei Personen, die sich die Arbeit aufteilen. Zudem ist es wichtig, dass sich die Medienbeauftragten im Verein unter allen Ehrenamtlichen und aktiven Spielerinnen und Spielern vernetzen, sodass ihnen auch zahlreicher Content geliefert wird, selbst wenn sie mal nicht vor Ort sind. Die Mitglieder werden so einbezogen und haben selbst Einfluss darauf, was gepostet wird, was die Aktivität und Moral im Verein noch einmal fördert.

Inhaltlich ist es ratsam, auf Social Media positive Emotionen zu wecken und vor allem die Erfolge ins Zentrum zu rücken. Allerdings kann es vereinzelt auch gut ankommen, Niederlagen mit Humor zu nehmen. Zudem sollte die gesamte Mitgliederschaft abgebildet werden. Den Followern muss klar werden, dass es in allen Altersklassen und unter allen Geschlechtern große Aktivität gibt.

Steckbrief SV Rosellen 1930 e.V. – Tennisabteilung

Kontaktdaten:

- Homepage: www.sv-rosellen.de/tennis
- Newsletter: www.sv-rosellen.de/tennis/newsletter
- Facebook: <https://www.facebook.com/SVRosellenTennis>
- Instagram: <https://www.instagram.com/svrosellentennis/>
- ????????Google Maps: <https://g.page/SVRosellen-Tennis?share>

Gründung des Vereins: 1930 (Tennisabteilung: 1974)

Mitgliederzahl: 377 (Stand: 30. Juni 2022)

Altersstruktur:

- 0–18 Jahre: 105 (27,85 %)
- 19–30 Jahre: 40 (10,61 %)
- 31–40 Jahre: 37 (9,81 %)
- 41–50 Jahre: 65 (17,24 %)
- 51–60 Jahre: 61 (16,18 %)
- ???????über 60 Jahre: 69 (18,3 %)

Anzahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (Haupt-/Ehrenamt):

- ein festangestellter Platzwart
- zehn Abteilungsleitungsmitglieder
- ca. acht Jugendbetreuerinnen und -betreuer für die Medenspiele
- ???????elf Mannschaftsführerinnen und -führer der Erwachsenen-Teams

Vereinsangebote:

- Kostenloses Sonntagstraining für Kinder und Jugendliche achtmal im Jahr (von einem professionellen Trainer betreut und von der Stadt Neuss gefördert, eine Mitgliedschaft ist dafür nicht erforderlich)
- ???????Schnupperjahr für Neumitglieder: erstes Tennisjahr zum halben Abteilungspreis

[Zurück](#)