



Best Practice

Einheitliche Vereinspräsenz in den sozialen Medien

Verein:

- SC Melle 03 e.V.
- info@scmelle.de
- www.scmelle.de
- Social-Media-Kanäle: Instagram: scmelle03

Welche Ziele hat das Projekt?

Ziel der Erstellung eines Instagram-Accounts ist es, die vereinsinterne Kommunikation zu stärken. Zum einen sollen die Mitglieder regelmäßig über aktuelle Entwicklungen und Neuigkeiten im Sportverein informiert werden. Zum anderen möchten wir den Mitarbeitenden und Übungsleitenden der verschiedenen Abteilungen einen Einblick in die Aktivitäten anderer Bereiche ermöglichen, um so das Gemeinschaftsgefühl und die Verbundenheit innerhalb des Vereins zu fördern.

Wie erfolgte die Umsetzung?

Die einheitliche Gestaltung und Betreuung der Social-Media-Kanäle basierten auf einem umfassenden Konzept. Dieses Social-Media-Konzept legt sowohl inhaltliche als auch gestalterische Richtlinien fest, nach denen die einzelnen Accounts gepflegt werden. Jede Abteilung verfügt über einen Ansprechpartner*in für den Bereich Social-Media. Diese Personen bilden gemeinsam das vereinsinterne Social-Media Team. Das Team hat bereits eine Schulung zu diesem Thema absolviert und wird regelmäßig mit neuen Vorlagen, Ideen und Projekten unterstützt.

Welche (Kooperations-) Partner sind beteiligt?

Konkret sind keine Kooperationspartner beteiligt.

Welche Mehrwerte ergeben sich für den Verein?

Durch die Einführung eines gemeinsamen Social-Media Konzepts bekommt der Verein einen klar erkennbaren Auftritt nach außen. Beiträge aus den verschiedenen Abteilungen wirken dadurch einheitlichen und machen den Verein als Ganzes sichtbarer und professioneller. Das stärkt das Vereinsimage und sorgt dafür, dass Mitglieder, Interessierte und potenzielle Sponsoren einen guten Eindruck bekommen. Gleichzeitig hilft der einheitliche Auftritt auch intern: Die Verantwortlichen in den Abteilungen bekommen klare Vorgaben und Vorlagen, die die Arbeit erleichtern und für mehr Übersicht sorgen. So muss nicht jede Abteilung bei null anfangen, und trotzdem bleibt genug Raum, eigene Inhalte passend umzusetzen. Insgesamt sorgt das Konzept dafür, dass alle an einem Strang ziehen und der Verein als starke Gemeinschaft sichtbar wird.

Welche Herausforderungen/ Stolpersteine sind zu beachten?

Eine der größten Hürden ist oft die Abstimmung zwischen den einzelnen Abteilungen. Jede hat ihre eigenen Schwerpunkte, Themen und Arbeitsweisen, das unter einen Hut zu bringen, erfordert gute Kommunikation und Kompromissbereitschaft. Auch die kontinuierliche Pflege der Kanäle kann zur Belastung werden, vor allem wenn das Social-Media-Team aus Ehrenamtlichen besteht, die ihre Aufgaben nebenbei erledigen. Ein weiteres Thema ist die Einhaltung der gestalterischen und inhaltlichen Vorgaben: Nicht jeder fühlt sich im Umgang mit Designvorlagen oder Redaktionsplänen sicher, was zu Unsicherheiten oder unterschiedlichen Qualitätsniveaus führen kann. Zudem kann es vorkommen, dass Abteilungen das Gefühl haben, in ihrer Freiheit eingeschränkt zu sein, wenn zu viele Vorgaben gemacht werden. Deshalb ist es wichtig, von Anfang an transparent zu kommunizieren, Schulungen anzubieten und regelmäßigen Austausch im Team zu ermöglichen. Auch datenschutzrechtliche Aspekte, wie der Umgang mit Fotos und persönlichen Informationen, dürfen nicht außer Acht gelassen werden.

Welche Empfehlungen, Tipps und Tricks haben Sie für andere Engagierte?

Insgesamt braucht es Geduld, klare Zuständigkeiten und eine gute Balance zwischen Einheitlichkeit und individueller Freiheit, damit das Konzept langfristig funktioniert und von allen mitgetragen wird.

[Zurück](#)