LANDESSPORTBUND
NORDRHEIN-WESTFALEN

Umgesetztes Projekt: TikTok

Interview mit Jan Hülsmann (Gründer und Cheftrainer der Tennisschule Tennis Zons; Jan verantwortet das Tennistraining der SG Zons 1971 e.V. Tennisabteilung)

Warum wurde die Maßnahme umgesetzt?

Vor drei Jahren haben wir unser TikTok-Projekt gestartet. Wir waren zuvor schon bei Instagram unterwegs, bis heute machen wir dort viel. Auf Instagram haben wir beobachtet, dass große Tennisseiten, wie functionaltennis, auf coole Trainingsvideos mit Normal-Tennisspieler*innen setzen und damit große Reichweiten erzielen.

Das hat mich inspiriert. Ich habe begonnen, kurze, unterhaltsame Videos für unseren Instagram-Aufritt zu produzieren. Damit haben wir gute Reichweiten erzielt.

TikTok ist sehr präsent in den Medien und wird vor allem von Kindern und Jugendlichen gehypt. Deshalb habe ich begonnen, auch auf TikTok zu setzen. Ich habe einfach losgelegt und ein paar erste TikToks hochgeladen. Ein Konzept stand nicht dahinter.

Die Abonnentenzahl wurde schnell immer größer. Ich hätte nicht gedacht, dass es sich so rasant entwickelt.

Meine Affinität zu Videoproduktion und Schnitt sind sehr hilfreich. Seit ich 11 Jahre alt bin, ist das mein großes Hobby. Außerdem hilft mir meine langjährige Social Media-Erfahrung. Ich bin mit Social Media aufgewachsen.

Auf Instagram und TikTok kann ich meine großen Hobbies Tennis, Videoproduktion und Social Media miteinander verknüpfen.

Welche Ziele hat das Projekt?

TikTok ist für uns ein Baustein, um Trainingsnehmer*innen zu gewinnen. Auch die SG Zons profitiert bei den Mitgliedszahlen. Der Verein hat in relativ kurzer Zeit viele neue aktive Mitglieder gewonnen. 2020 waren es trotz Corona 22 neue Mitglieder, 2021 sogar 52. Bei einigen Mitgliedern und Trainingsnehmer*innen ist der Erstkontakt über TikTok erfolgt. Diese schreiben mich über TikTok an und bekunden Interesse, uns kennenzulernen und mit uns zu trainieren.

Unser TikTok-Account hat auch das Prestige und die Bekanntheit der Tennisabteilung der SG Zons verbessert. Ich bin sogar ein Gesicht der Kampagne „Deutschland spielt Tennis“ des Deutschen Tennis-

Bundes geworden.

Wie erfolgte die Umsetzung?

1. Wer war für die Umsetzung verantwortlich?

Zu Beginn ich alleine. Mittlerweile unterstützt mich mein Trainer*innenteam beim Dreh.

2. Kosten?

Der TikTok-Auftritt ist kostenfrei. Es gibt zahlreiche, gute Schneide-Apps für IPhone und Android-Smartphones für umsonst. Auf eine teure Kamera kann man aus meiner Sicht verzichten. Ein gutes Smartphone reicht. Wenn Kosten entstehen, dann nur für Materialien, die wir für unsere Videoproduktionen benötigen. Das waren z.B. schon mal farbige Bälle.

3. Beauftragter Dienstleister

Keiner.

Welche Mehrwerte ergeben sich für den Verein?

Aufgrund der sehr positiven Resonanz unserer Videos, die in der Spitze 3 bis 5 Millionen Zugriffe haben, sind wir für Kooperationen interessant. Unser Kooperationspartner HitPartner hat uns eine mobile Ballwand zur Verfügung gestellt. Diese kann der Verein nun einsetzen. Als Gegenleistungen berichten wir von unseren Erfahrungen mit den Ballwänden. Außerdem haben wir die Ballwände in einige Videos integriert.

TikTok hat ein gutes Analysetool. Wir können sehen, wie unsere TikTok-Nutzer*innenstruktur aussieht. Außerdem können wir analysieren, wer auf den Verein über TikTok aufmerksam geworden und zur SG Zons gekommen ist.

Welche Herausforderungen/Stolpersteine sind zu beachten?

Man sollte das „Recht am Bild“ einhalten. Wenn man es auf der komplett sicheren Ebene machen möchte, sollte man zu 100 % abklären, ob ein Mitglied im Video zu sehen sein darf. Bei Minderjährigen holen wir uns das „Go“ von den Eltern per WhatsApp oder im persönlichen Gespräch. Die meisten Eltern finden es cool, wenn ihre Kids in unseren Videos auftauchen. Es kommt gut an, wenn das Kind in einem unserer lehrreichen, unterhaltsamen Videos zu sehen ist.

Wenn es man nicht schafft, alle Eltern anzuschreiben, kann man die Gesichter in den Videos retuschieren. Das ist allerdings sehr zeitaufwendig.

Vermeiden Sie langweilige Videos! Ihre Videos sollten einen Mehrwert für die Zuschauer*innen haben! Stellen Sie keine Videos ein, die man schon 1000x gesehen hat! Ein actionreiches Video ist besser als ein lebloser Tennisplatz.

Gehen Sie nicht planlos vor! Nehmen Sie sich Zeit für die Ideengewinnung! Seien Sie kreativ! Kreieren

Sie soziale Interaktion mit den Videos. Warum nicht sechs Spieler*innen zusammentrommeln, einem Spieler ein Hütchen aufsetzen und diesen von den anderen Spieler*innen abschießen lassen?

Es braucht jemanden, der sich vernünftig um den TikTok-Auftritt kümmert. Konstanz, Qualität und ein einheitlicher Style sind wichtig. Bevor man es halbherzig angeht, lässt man es lieber. Wenn ein Account verwaist, sieht das nicht gut aus. Zu Beginn habe ich täglich ein Video rausgehauen. Heute versuche ich, ein Video wöchentlich zu veröffentlichen. Wichtig ist mir, die Qualität der Videos beizubehalten. Wenn ein Video nicht so gut ankommt oder ich es nach Längerem nicht mehr so mag, nehme ich es auch wieder raus. Ich finde das nicht schlimm.

Für die Vorbereitung eine Videos (Ideenfindung) und die Umsetzung (Dreh, Schneiden und Posten) plane ich mit etwa einer Stunde.

Wie ist die Resonanz der Vereins-Zielgruppen?

Die Resonanz auf unsere Videos ist sehr gut. Wir erhalten viele positive Kommentare. Wie schon gesagt, haben wir in der Spitze 3-5 Millionen Zugriffe. Kritische Töne sind sehr selten. Diese motivieren mich, den Auftritt weiter zu optimieren.

Ältere Vereinsmitglieder bekommen von unseren TikTok-Aktivitäten wenig mit. Die Zielgruppe 30+ hat TikTok in der Regel noch nicht so auf dem Schirm. Von den Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen wird TikTok gehypt. Die finden es klasse, wenn sie in unseren Videos auftauchen.

Praxistipps von Jan Hülsmann (so gelingt die Umsetzung):

Seien Sie mutig und probieren Sie es einfach mal aus! So habe ich begonnen. Wenn man es nicht ausprobiert, weiß man auch nicht, was klappt bzw. nicht.

TikTok-Videos müssen unterhalten! Besonders beliebt sind z.B. Trickshot-Videos und Sketche.

Vermeiden Sie verwackelte Videos! Sorgen Sie für gutes Licht!

Sehr wichtig sind „Trending Sounds“. Das ist aktuelle Musik, die in TikTok-Videos genutzt werden darf. Durchstöbern Sie TikTok, welche Sounds in Videos immer wieder vorkommen! Verwenden Sie diese in Ihren Videos!

Ein außergewöhnliches, cooles, lustiges Video mit einem guten Trendsound und ein paar passenden Hashtags kann relativ schnell zu einem viralen Video werden. Das geht bei TikTok schneller als bei Instagram.

Richten Sie keinen Unternehmens-Account ein! Ein normales Profil ist besser! Trendsounds kann man z.B. beim Unternehmens-Account nicht nutzen. Ihr Account sollte den Vereinsnamen tragen.

Ein TikTok sollte maximal 7-15 Sekunden lang sein. Je kürzer, umso besser!

Versuchen Sie, in den ersten 2-3 Sekunden die Zuschauer*innen mit coolen Features zu begeistern! Ein in den ersten zwei Sekunden ins Bild fliegender Ball ist besser als ein unbewegter Tennisplatz. Dadurch

wird verhindert, dass die TikTok-User Ihr Video wegswipen.

User*innen bevorzugen es, wenn die Kamera nah an der gezeigten Person dran ist. Zeigen Sie keine Spieler*innen in großer Entfernung! Das wird nicht gut ankommen. Besser ist es, wenn in den ersten Sekunden die Hand oder das Gesicht einer Person zu sehen ist.

Wenn Ihr Video komplett oder sogar mehrfach hintereinander angeschaut wird, bewertet das der TikTok-Algorithmus positiv. Das Video wird dann anderen User*innen von TikTok empfohlen.

Geben Sie Ihren Videos eine gute Bezeichnung im TikTok-Header. Skizzieren Sie, worum es in dem Video geht! Motivieren Sie die User*innen, die Videos zu kommentieren und über Inhalte zu debattieren und markieren Sie Freunde!

Und zu guter Letzt: Seien Sie mutig! Auch Ihr Verein kann mit einem TikTok-Aufritt neue Mitglieder gewinnen. Außerdem fördern Sie unseren tollen Sport.

Steckbrief SG Zons – Tennisabteilung

Kontaktdaten:

- Homepage: https://sg-zons-tennis.de/
- Facebook: https://www.facebook.com/sgzons.tennis/
- Instagram: https://www.instagram.com/tenniszons/?hl=de
- TikTok: https://www.tiktok.com/@tenniszons
- Google Maps: https://goo.gl/maps/HePYDdtGbsTF5GGt8

Gründung des Vereins: 1971 (Tennisabteilung: 1983)

Mitgliederzahl: 329 (Stand: 31.12.2021)

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

- Zwischen 10-15 ehrenamtliche Vorstandsmitglieder
- 1 Platzwart
- 2 Jugendwarte
- Mannschaftsführer*innen der 8 Erwachsenen-Teams

Vereinsangebote:

- **Training:** Individuelles Tennistraining für Kinder und Erwachsene (Einzel- oder Gruppentraining)
- **Kurse/Events:** Ballschul-Kurse Sommercamps, Saisonvorbereitungscamp, Saisonabschlusscamp, wöchentliches Training, Aktionstage „Deutschland spielt Tennis“