

## Grundlagen Social Media

### Welchen Nutzen können Soziale Netzwerke für den Sportverein haben?

- Kostenfreie, schnelle und aktuelle Nachrichtenverbreitung (z.B. neue Vereinsangebote, aktuelle Berichterstattung, Ausfall Trainingsstunden, Vorstellung neuer Gesichter)
- Direkter Dialog und Interaktion mit Mitgliedern oder Interessierten mit der Möglichkeit Rückmeldungen über Votings oder Kommentare zu erhalten
- Steigerung des Bekanntheitsgrades und der Attraktivität
- Ggf. Mitgliedergewinnung oder Stellenausschreibungen

### Wichtig für Vorbereitung und Umsetzung:

- Haltung des Vereins gegenüber Sozialen Netzwerken klären
- Soziale Netzwerke selektieren (Was kann ich realistisch bespielen? Wer kann sich regelmäßig darum kümmern? Was macht für uns als Verein Sinn? Für welche Sozialen Netzwerke haben wir Inhalte?)
- Zielgruppen klären (Wen wollen wir erreichen?) → jüngere Generation erreicht man eher über Instagram; ältere Generation eher über Facebook
- Was wollen wir durch Social Media erreichen? (Zieldefinition)
- Verbindung zwischen Homepage und Social Media herstellen
- „Storytelling“ → Geschichten kommen besser an als reine Infos oder Fakten
- Authentizität ist wichtig (Social Media-Auftritte müssen zum Verein passen)
- korrekte Rechtschreibung und Grammatik & allgemeine Kommunikationsregeln beachten
- nur interessante Dinge posten
- ehrlich sein
- keine peinlichen Fotos und keine Fotos, die das Urheberrecht verletzen oder gegen den Datenschutz verstoßen
- Beschäftigung mit dem Thema Medienpädagogik & medialer Umgang mit Kindern und Jugendlichen

### Tipps:

- Erklär- oder Hilfeseiten im Internet nutzen
- Im Team zusammenarbeiten
- Andere Seiten beobachten (was macht zum Beispiel der Nachbarverein?)

### Auf Instagram zählen Fotos und Videos. Aber wie mache ich ein gutes Foto?

- Auf das Wesentliche konzentrieren
- Nicht zu viele Details in einem Bild abdecken
- Zielmedium beachten → welches Motiv ist sinnvoll oder wird gebraucht? Hoch- und/oder Querformat?
- Nah an das gute Motiv rangehen! Qualität und Bildgestaltung leiden sonst

## Bildaufbau – Tipps für die Praxis:

- Keine Teile von Personen abschneiden
- Nicht zu viel „Nichts“ rund um das Hauptmotiv lassen → lieber näher rangehen
- Die Perspektive bzw. den Blickwinkel verändern
- Verschiedene Fotos zur Auswahl machen
- im Zweifelsfall lieber ein Foto „stellen“
- Sich die notwendige Zeit nehmen
- Bei Personengruppen dafür sorgen, dass jedes Gesicht zu sehen ist
- Bild einmal auf Kamera bzw. Smartphone „checken“

## Facebook – die ersten Schritte:

- Regelmäßig Neuigkeiten posten
- Wichtig: Fotos bringen mehr Aufmerksamkeit!
- Aktualität: Infos aktuell posten und nicht erst viel später
- Möglichkeit Beiträge für einen gewissen Zeitpunkt vorzuplanen nutzen
- Verlinkungen zur Website herstellen → mehr Besucher auf der Vereinswebsite
- Kommentare im Auge behalten
- Mit anderen Seiten (z.B. der Kommune, anderer Vereine, des Verbandes, etc.) vernetzen
- Interessante Facebookseiten, z.B. Sportjugend NRW; Landessportbund NRW
- Auswertungen nutzen, um das bestmögliche Ergebnis mit der Nutzung von Facebook zu erzielen
- Zielgruppe: vor allem Erwachsene und Ältere

## Facebook-Algorithmus

- ➔ Algorithmus entscheidet, welche Beiträge Nutzer zu sehen bekommen und in welcher Reihenfolge
- Keine chronologische Reihenfolge
- Stattdessen: Algorithmus untersucht jeden Beitrag, bewertet den Beitrag, ordnet ihn dann in absteigender Reihenfolge an (aufgrund des zu erwartenden Interesses für jeden individuellen Nutzer)

*Algorithmus ist nicht beständig, sondern immer im Wandel*

Wichtige Faktoren sind u.a.:

- Aktualität des Beitrags
- Welche Medienart wird im Post verwendet und mit welcher Medienart (Video, Foto, Link usw.) interagiert der Nutzer am meisten?
- Belohnung für Beiträge, mit denen Nutzer interagieren

Tipps:

- Kommunizieren mit Nutzern → per Nachricht oder in den Kommentaren
- Zu Interaktion anregen
- Zur Nutzung der Reaktions-Buttons aufrufen → Liebe statt Likes
- Beiträge einstellen, wenn die Zielgruppe online ist
- Algorithmus durch Nutzung der Storyfunktion umgehen
- Live-Videos schalten

### Instagram – die ersten Schritte:

- Richtlinien festlegen: was posten wir dort? Sollen die Fotos immer einen bestimmten Filter haben? Sollen immer feste Hashtags verwendet werden? ...
- Regelmäßig Neuigkeiten posten
- Die Story-Funktion nutzen und die verschiedenen Möglichkeiten dort ausprobieren
- Wichtig: gute Fotos wirken auf Instagram besonders gut
- Aktualität: Infos aktuell posten und nicht erst viel später
- Kommentare im Auge behalten
- Mit anderen Seiten (z.B. der Kommune, anderer Vereine, des Verbandes, etc.) vernetzen
- Auswertungen nutzen, um das bestmögliche Ergebnis mit der Nutzung von Instagram zu erzielen
- Zielgruppe: vor allem junge Menschen

### Instagram-Insights

- Auswertungsmöglichkeiten direkt in der App
- Auswahl verschiedener Zeiträume
- Auswertung der Nutzerzahlen, Interaktionen und Reichweite
- Demographische Merkmale der Nutzer
- Auswertung, ob Follower oder Nicht-Follower Profilaktivitäten
- Aktivste Zeiten pro Wochentag
- Vergleichszahlen

*Daten sammeln → analysieren → Strategie erstellen → Erfolg messen*

### Instagram-Algorithmus

- Ebenfalls nicht chronologische Anordnung, sondern durch Algorithmus bestimmt
- Ähnlich zu Facebook sind die Faktoren: Aktualität, Interessen des Nutzers, Häufigkeit der Nutzung (Wie oft ist der Nutzer online?), Anzahl der Follower (Wie viele Nutzer folgen meiner Seite? Aber auch: Wie vielen Seiten folgt der einzelne Nutzer?) und die Sitzungsdauer (Wie lange ist der Nutzer durchschnittlich online?)

### Tipps:

- Siehe Tipps Facebook
- Ansprechende Inhalte → Was wollen meine Nutzer sehen? Was funktioniert gut?
- Kontinuierlich Inhalte posten (Durchschnitt liegt bei 1,56 Beiträgen täglich; empfohlen wird einmal täglich)
- Hashtags gezielt einsetzen
- Neue Funktionen ausprobieren

### Zusammenspiel der Kanäle

- Umfangreichen Bericht, Spielergebnisse o.ä. auf die Website setzen
- Auf Facebook ein Foto mit einem Anreizertext setzen und für mehr Infos auf die Website verlinken → Damit generiert man Besucher für die Vereinswebsite
- Bei Instagram nur bedingt möglich: Links können nicht in den Beiträgen und Storys gepostet werden → nur ein Link in der Info der Seite möglich (gängiger Begriff: Link in Bio)

### Storytelling

- Emotional ansprechende Geschichten
- Fangen Sie besondere Momente ein
- Fotos, die besonders schön, witzig, o.ä. sind
- Geschichten oder Geschehnisse, von denen die Nutzer anderen erzählen wollen
- Geschichten, die berühren
- Was steckt hinter meinem Verein? Wer sind die Protagonisten im Hintergrund? Welche berührenden Szenen haben sich abgespielt?

### Zu klären:

- Wer legt Inhalte fest?
- Wer liefert Input?
- Wie wird Qualität sichergestellt?
- Wer bereitet Input auf?
- Wer macht Betreuung und Monitoring?
- Wie erfolgen die Auswertung und ggf. Anpassung der Strategie?

### Nützliche Links:

- <http://www.bit.ly> – URLs kürzen (wenn ein Account angelegt wird, kann der Linkname auch bearbeitet werden)
- <https://pixabay.com/de> – kostenlose und lizenzfreie Bilder
- <http://dig.ccmixer.org/free> – frei verwendbare Musik
- <http://www.impressum-generator.de> – Erstellung Impressum (wichtig für Facebookseiten)
- <https://ajs.nrw/medien> – für medienpädagogische Fragestellungen
- [bilddatenbank.lsb.nrw](http://bilddatenbank.lsb.nrw) – Bilddatenbank des Landessportbundes
- <https://linktr.ee/> - mehrere Links unter einem Link zusammenfassen