

Warum ist Social Media für Sportvereine attraktiv?

Aktiv gestalten anstatt passiv konsumieren!

Haben Sie sich schon einmal geärgert, dass eine [Pressemitteilung](#) Ihres Vereins in [klassischen Medien](#) nicht berücksichtigt wurde? Oder wurden Inhalte unzureichend oder fehlerhaft in diesen Medien veröffentlicht?

Social Media hat den großen Vorteil, dass Sie selber steuern, welche Inhalte veröffentlicht werden. Man kann Botschaften auf [Facebook](#), [Instagram](#), [TikTok](#) & Co. aussenden, die man möchte. Man agiert unabhängiger von klassischen Medien. Fehlerhaften Veröffentlichungen in externen Medien kann der Verein mit Hilfe von Social Media unkompliziert, schnell widersprechen.

Verein auf Social Media präsentieren

Nehmen Sie das Heft des Handelns in die eigene Hand! Präsentieren Sie Ihren Verein auf Social Media so, wie er wahrgenommen werden soll! Machen Sie die Vereins-DNA erlebbar machen! Verbreiten und stärken Sie Ihren [Verein als Marke!](#)

Ist die „[Wertschätzung von ehrenamtlichem Engagement](#)“ Teil Ihrer Vereinsidentität? Dann machen Sie das konsequent auf Ihren Social Media-Kanälen erlebbar! Präsentieren Sie dort Ihre Engagierten in Posts, [Reels](#) und [Stories](#). Geben Sie Ihren Engagierten ein Gesicht! Erzählen Sie kurze, unterhaltsame Geschichten über Ihre ehrenamtlichen Mitarbeiter*innen! Bedanken Sie sich auf Social Media für deren Engagement, z.B. wenn eine Aus- oder Fortbildung erfolgreich abgeschlossen wurde! Auch Dienstjubiläen sind Postings auf Social Media wert.

Auf Social Media können Sie auch unkompliziert Mehrwerte für Sponsoren und Kooperationspartner generieren. Binden Sie Sponsoren auf Ihren Social Präsenzen mit Text, Fotos und Videos ein! Solange es sich um keine bezahlten Inhalte handelt, müssen diese nicht als bezahlte Werbepartnerschaft gekennzeichnet sein.

Weitere Argumente für Social Media-Präsenzen eines Sportvereins:

- Der Verein kommuniziert direkt und dialogorientiert mit seinen Zielgruppen
- Die Kommunikation mit den Vereinszielgruppen erfolgt extrem schnell
- Die Vereinszielgruppen können Prozesse unkompliziert mitgestalten bzw. auf diese Einfluss nehmen, indem sie Kritik üben, Fragen stellen oder loben. Dadurch wird die Identifikation mit dem Verein gestärkt
- Social Media lässt die Nutzer*innen am Vereinsleben teilhaben (es wird Nähe geschaffen)

- Der Verein ermöglicht die Kommunikation der Mitglieder untereinander
- Anfragen (z.B. von potenziellen Mitgliedern) können mit der Direktnachrichtenfunktion der Social Media-Kanäle problemlos an den Verein gerichtet werden

Strategische Entscheidung wichtig

Social Media-Kommunikation ist dann erfolgreich, wenn Sie nicht nach dem Gießkannenprinzip erfolgt. Es bedarf einer Strategie, um die Potenziale voll auszuschöpfen. Legen Sie fest, welche Ziele erreicht werden sollen und welche Zielgruppen der Verein ansprechen will!

Wie man eine Social Media-Strategie erstellt und umsetzt erfahren Sie im Bereich "[Umsetzung von Social Media im Verein](#)".