Social Media-Erfolgsfaktoren

So werden auch Ihre Social Media-Aktivitäten ein Erfolg!

Social Media-Erfolgsfaktoren für Sportvereine im Überblick:

1.) Agieren Sie nicht ohne Social Media-Strategie/Konzept!

Einfach nur mal Social Media auszuprobieren macht keinen Sinn! Vielmehr sollte sich der Verein eine Social Media-Strategie mit Social Media-Zielen, Social Media-Zielgruppen, konkreten Social Media-Maßnahmen und **Social Media-Erfolgsmessungen** erarbeiten. Die Social Media-Strategie beschreibt den Weg, den der Verein mittel- bis langfristig im Bereich Social Media gehen will. Die Erarbeitung der Social Media-Strategie sollte auf einer Social Media-IST-Analyse basieren (Wie sehen die bisherigen Social Media-Aktivitäten des Vereins aus? Wie agieren die kommerzielle Konkurrenz und andere Sportvereine in sozialen Netzwerken? Welche personellen, finanziellen Ressourcen hat der Verein, um im Bereich Social Media unterwegs zu sein? etc.)

2.) Stimmen Sie Ihre Social Media-Aktivitäten mit der Vereins-Marketingstrategie ab!

Die Social Media-Aktivitäten sollten das Erreichen allgemeiner Zielsetzungen des Vereins unterstützen. Hierzu gehören in der Vereinssatzung festgelegte strategische Vereinsziele (welche Vereinszwecke sind dort festgelegt und wie sollen diese verwirklicht werden? Z.B. durch Aus-/Weiterbildung und Einsatz von Übungsleiter*innen, Trainer*innen und Helfer*innen oder die Durchführung von Sport und sportlichen bzw. außersportlichen Veranstaltungen für Mitglieder und Nichtmitglieder). So kann über die Social Media-Kanäle des Vereins das ehrenamtliche Engagement von Übungsleiter*innen, Trainer*innen und Helfer*innen wertgeschätzt oder über Vereinsveranstaltungen informiert werden. Auch die in einem Leitbild oder einer **Vereins-Marketingstrategie** festgehaltenen Zielsetzungen geben Orientierung für die Social Media-Aktivitäten des Vereins.

3.) Definieren/beschreiben Sie Ihre Zielgruppen!

Wer sind Ihre Zielgruppen (Vereinsmitglieder, Sponsoren, Journalist*innen, Politiker*innen, Stadt-/Kreis-/Landessportbünde, Fachverbände etc.)? Wie ist die Struktur der Zielgruppen (z.B. der Mitglieder hinsichtlich Geschlecht, Alter, Interessen, Wohnort?). Welcher Content (Inhalt) wird von den verschiedenen Vereinszielgruppen im Social Web gesucht bzw. erwartet? Welche Sprache wird von den Zielgruppen in den sozialen Netzwerken gesprochen?

4.) Setzen Sie sich realistische Ziele!

Setzen Sie sich konkrete Ziele, die terminiert, erreichbar, messbar sind und die Social Media-Verantwortlichen im Verein motivieren, diese Ziele zu erreichen.

5.) Bespielen Sie Social Media-Kanäle, die Ihre Zielgruppen nutzen!

Social Media macht nur dann Sinn, wenn die von Ihnen bespielten Social Media-Kanäle (Facebook, **Instagram**, TikTok & Co.) auch von Ihren Vereinszielgruppen genutzt werden. Prüfen Sie also, ob Sie mit Ihrer Präsenz in sozialen Netzwerken Ihre Vereinsmitglieder, Sponsoren, Journalist*innen, Politiker*innen, Stadt-/Kreis-/Landessportbünde, Fachverbände etc. erreichen! Vermeiden Sie Streuverluste!

6.) Setzen Sie auf Multimedialität!

Verknüpfen Sie Ihre Social Media-Postings möglichst immer mit Fotos oder Videos (auch möglich sind Verknüpfungen mit Grafiken und Audiodateien).

7.) Führen Sie regelmäßig Erfolgskontrollen durch!

Haben Sie Ihre Social Media-spezifischen Ziele erreicht? Haben Ihre Social Media-Aktivitäten die Erreichung allgemeiner Vereinsziele unterstützt? Prüfen Sie die Zielerreichung durch ein regelmäßiges Monitoring. Nutzen Sie die Analysetools, die die sozialen Netzwerke bieten! Nehmen Sie ggf. auf Basis Ihrer Erfolgskontrollen Anpassungen bei Ihrer Social Media-Strategie vor und passen Sie die Social Media-Kanäle bzw. die dort von Ihnen platzierten Inhalte an.