

10 Social Media Tipps für Vereine

1. Lernt eure Zielgruppe kennen!

Wen möchtet ihr mit euren Social Media Kanälen ansprechen? Um herauszufinden, ob ihr lieber berufliche Netzwerke wie Xing oder LinkedIn, private Netzwerke wie Facebook, Bildkanäle wie Instagram oder YouTube oder Microblogging Seiten wie Twitter nutzen möchtet, ist es essenziell, eure Zielgruppe zu definieren und deren Gewohnheiten und Interessen kennen zu lernen. Findet heraus, welche Themen eure Zielgruppe ansprechen und wann eure Zielgruppe welche Kanäle nutzt – dann könnt ihr auch Inhalte posten, die eure Zielgruppe erreichen.

Eine gute Möglichkeit, aus eurer demographisch beschriebenen Zielgruppe (Frauen und Männer im Alter von 25-60 Jahren, wohnhaft im Raum München) die Wünsche und Bedürfnisse dieser Zielgruppe abzuleiten, sind Personas:



Personas sind fiktive Personen und charakterisieren Personen einer Zielgruppe in ihren Merkmalen. Eine ausführlichere Erklärung und ein kostenfreies Template zur Benutzung findet ihr hier: <https://www.gernbotschaft.com/personas-strategisches-marketing/>

2. Definiert eure Ziele für Social Media!

Was möchtet ihr mit euren Social Media Kanälen erreichen? Wenn ihr diese Frage nicht direkt beantworten könnt, fehlt es an einer eindeutigen Zieldefinition. Damit eure Inhalte nicht wahllos zusammengewürfelte Mischungen aus Bildern und Texten sind, sondern ein auf eure Zielgruppe abgestimmtes Gesamtkonzept, solltet ihr schriftlich festhalten, welche Ziele ihr mit sozialen Medien erreichen wollt.

Diese könnten zum Beispiel so lauten:

- Erhöhung der Bekanntheit des Vereins
- Gewinnung von neuen Mitgliedern und Förderern
- Verbreitung von Informationen über anstehende Veranstaltungen

Um eine gesamtheitliche Social Media Strategie zu entwickeln, bietet Pluralog ein kostenfreies Template an: <https://pluralog.de/vorlage-social-media-strategie/>

3. Erzählt Geschichten!

Damit eure Inhalte zusammenpassen, empfehlen wir, einen Redaktionsplan zu entwickeln. Dort sammelt ihr interessante Ideen für Posts und Beiträge, welche zu verschiedenen parallelen oder aufeinander folgenden Kampagnen zugeordnet werden. Jede Kampagne erzählt eine bestimmte Geschichte – zum Beispiel:

- Hinter den Kulissen: So arbeiten wir
- Erfolge: Diese Turniere/Wettbewerbe haben wir gewonnen
- Veranstaltungen: Diese Events haben organisieren wir/An diesen Events nehmen wir teil

Für einen solchen Redaktionsplan kann zunächst einmal eine einfache Excel Tabelle reichen. Wir verwenden für unsere Social Media Kanäle Dirico: Dort können Ideen gesammelt, Kampagnen erstellt und Inhalte direkt für verschiedene Kanälen vorgeplant und automatisch gepostet werden.

8. Achtet auf Qualität!

Seht ihr euch gerne unscharfe, unter- oder überbelichtete oder verpixelte Bilder an? Eure Fans auch nicht!

Es muss nicht direkt die Investition in eine 800 Euro Spiegelreflexkamera sein – doch achtet darauf, dass eure Bilder und Videos eine angemessene Qualität haben. Macht lieber zehn Bilder und sucht das beste aus, anstatt eines zu schießen und im Nachhinein festzustellen, dass es doch unscharf war.



9. Beachtet die rechtlichen Rahmenbedingungen!

Auch wenn der Schluss nahe liegt, dass eure Mitglieder schon damit einverstanden sind, wenn sie auf Social Media Kanälen zu sehen sind – sobald Personen eindeutig auf dem Bild erkennbar sind, wird es ohne Einverständnis schwierig mit der Veröffentlichung.

Eine Ausnahme können dabei Menschenansammlungen bei öffentlichen Veranstaltungen sein – mehr dazu könnt ihr hier nachlesen:

<https://www.medienrecht-urheberrecht.de/fotorecht-bildrecht/158-recht-am-eigenen-bild-personenfoto.html>

Außerdem fallen Veröffentlichungen in Social Media Kanälen genauso unter das Urheberrecht wie Zeitungsartikel oder Plakate. Ohne die Genehmigung des Autors oder Fotografen dürft ihr keine Bilder oder Texte unter eurem Namen veröffentlichen, erst recht nicht, wenn ihr damit werben wollt. Auch Google Bilder sind meistens nicht frei verwendbar! Da viele professionelle Stockfotos schnell ordentlich Geld kosten, haben wir hier einige Seiten mit lizenzfrei verwendbaren Bildern für euch zusammengestellt:

<https://unsplash.com/>

<https://www.pexels.com/>

<https://stocksnap.io/>

<https://pixabay.com/>

<https://picjumbo.com/>

10. Messt eure Erfolge!

Die besten Ziele, Maßnahmen und Strategien nützen nichts, wenn ihr deren Erfolg nicht überprüft. Messt den Traffic eurer Social Media Kanäle und Website, beobachtet die Entwicklung eurer Followerzahlen und vergleicht die Likes und Kommentare von Posts untereinander. Dabei gilt immer: Mehr muss nicht zwangsläufig besser sein – eine kleine Anzahl an sehr aktiven Fans kann zu mehr Reichweite beitragen als viele unbeteiligte Follower, und ein Like von eurem Investor kann mehr wert sein als zehn Likes von euren Freunden.

Durch kontinuierliche Beobachtung eurer Kennzahlen könnt ihr ableiten, welche von euren Ideen gut ankommen, und welche weniger erfolgreich sind. Es ist noch keine Social Media Seite über Nacht zum Hit geworden – probiert Inhalte aus, messt den Erfolg, passt eure Inhalte an, und eure Seite wird immer beliebter werden!



Die Particulate Solutions GmbH betreibt mit Socialfunders.org eine neuartige Plattform für die transparente Abwicklung von Unternehmensspenden. Projekte, Unternehmen und Kunden kommen zusammen, um gemeinsam gesellschaftliche Probleme zu lösen.

Das Neue daran: Unternehmen können ihre Kunden aktiv in ihr gesellschaftliches Engagement einbinden, indem sie die Kunden über die Verteilung der Unternehmensspenden mitentscheiden lassen. Damit engagieren sich Unternehmen regional und platzieren ihre Botschaft direkt beim Kunden. Weitere Informationen zu den Lösungen für Unternehmen finden Sie auf <https://particulate.de/>