

# ANWENDUNG VON FACEBOOK UND INSTAGRAM IN DER PRAXIS

21. NOVEMBER 2019 IN STUTTGART

# THEMENÜBERSICHT

- Möglichkeiten Social Media
- Beschränkungen Social Media
- Analysephase
- Planungsphase
- Realisierungsphase
- Kontrollphase

# MÖGLICHKEITEN SOCIAL MEDIA

- Vereine/Mitglieder und Fans über Neuigkeiten oder Entscheidungen auf dem Laufenden halten
- Verein/Verband immer wieder ins Gedächtnis rufen → stärkere Bindung
- Interaktion → Meinungen von Mitgliedern einholen – Meinungsäußerungen von offizieller Seite erwidern
- Nichtmitglieder können erreicht werden
- Viraler Effekt
- Selbst über Neuigkeiten oder Entscheidungen auf dem Laufenden halten

# MÖGLICHKEITEN SOCIAL MEDIA

- zu jeder Zeit an jedem Ort nutzbar dank Smartphones und Breitbandversorgung
- tagesaktuelle Informationsverbreitung im Gegensatz zu Zeitschrift, Newsletter etc.

# MÖGLICHKEITEN SOCIAL MEDIA

## Facebook

- 32 Millionen Nutzer in Deutschland 2019, 29 Millionen mobile Nutzer
  - Seit 2016 deutlicher Anstieg bei der Altersgruppe 40+
  - Altersgruppe 20-39 Jahre nahezu konstant
  - Altersgruppe 14-19 Jahre rückläufig → wandert ab zu anderen sozialen Medien wie Instagram, Snapchat
- Facebook als gute Ergänzung zu klassischen Informationsmedien wie Brief, Zeitschrift, Plakat, Broschüre

# MÖGLICHKEITEN SOCIAL MEDIA

## Instagram

- Knapp 20 Millionen Nutzer in Deutschland 2019
  - Mobile Nutzung
  - Insbesondere die jüngere Zielgruppe vertreten (13-29 Jahre), die über andere (klassische) Medien weniger gut erreichbar ist
  - steigende Nutzerzahlen auch bei 30-39-Jährigen
  - Altersgruppe 50+ eher geringfügig vertreten
- Ergänzung zu klassischen Informationsmedien, insbesondere um jüngere Zielgruppe zu erreichen

# BESCHRÄNKUNGEN SOCIAL MEDIA

- Datenschutz / Missbrauch von Daten
  - Informationspflichten (Impressum)
  - Urheber- und Persönlichkeitsrechte (z. B. bei Bildern, Videos)
  - Respektvoller Umgang mit Nutzern und mit Kritik (Shit Storms)
  - Suchtpotentiale
- Internet und soziale Netzwerke sind kein rechtsfreier Raum, kein privates Wohnzimmer!

Das Internet  
vergisst nie!

# ANALYSEPHASE

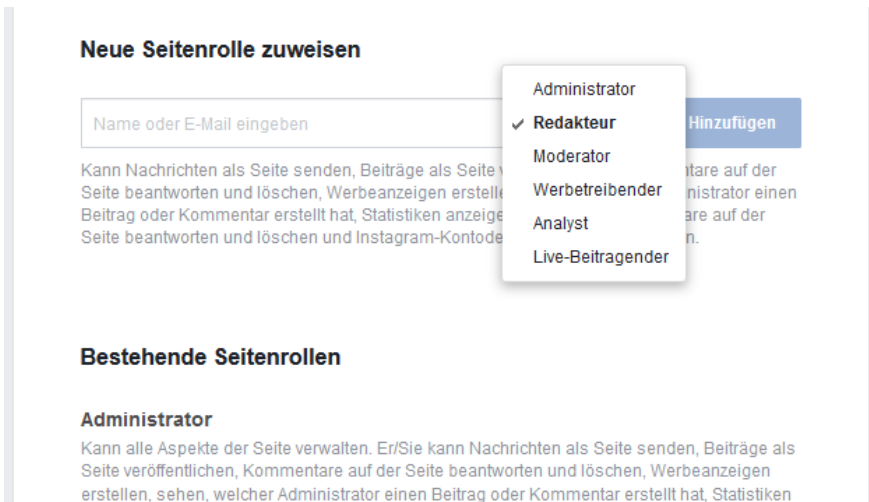
- Digitaler Status Quo?
- Sportlicher Status Quo?
- Leitbild/Historie/Tradition?
- Vorhandene Ressourcen?



# PFLEGE VON SOCIAL MEDIA-KANÄLEN

## Pflege der Facebook-Seite

- auf mehrere Schultern verteilen
- Persönliches Konto erforderlich



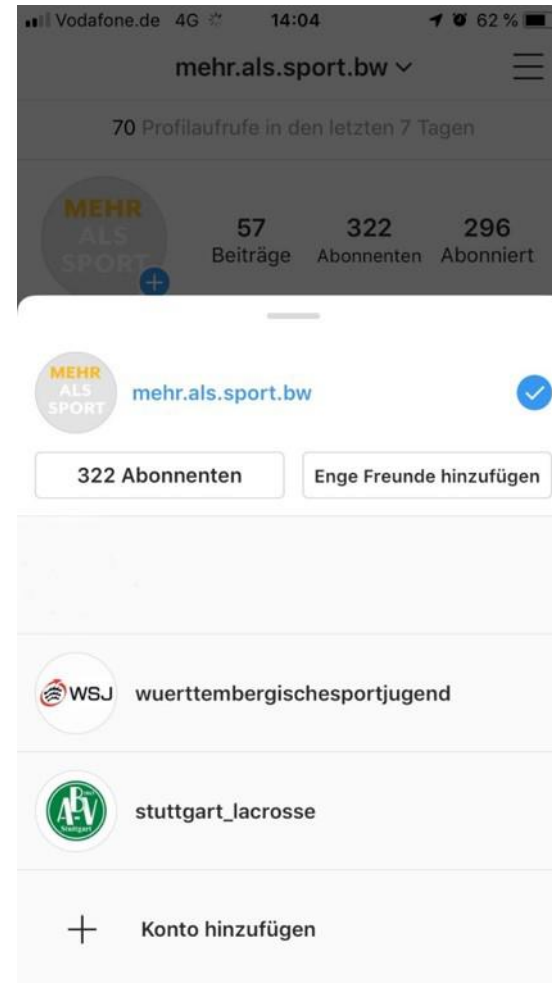
Mehrere Admins  
sinnvoll, da einzelnes  
Konto durchaus einmal  
Probleme haben kann

- Facebook: verschiedene Rollen, die jederzeit verändert werden können
- Social Media Guideline

# PFLEGE VON SOCIAL MEDIA-KANÄLEN

## Pflege der Instagram-Seite

- auf mehrere Schultern verteilen
- Kein persönliches Profil erforderlich



# ANALYSEPHASE

- Digitaler Status Quo?
- Sportlicher Status Quo?
- Leitbild/Historie/Tradition?
- Vorhandene Ressourcen?
- Zielgruppen?

# PLANUNGSPHASE

## Themen für Social Media

- Aktuelle Infos → Aktivitäten, Veranstaltungen (Aufforderungscharakter!)
- Emotionen
- Unterhaltung
- Wertschätzung
- Personen → Wir-Gefühl
- Prominenz

# PLANUNGSPHASE

## Social-Media-Kanäle

- Unheimlich vielfältig, zahlreiche Kanäle & Plattformen → nicht alle für jede Organisation passend
  - Was macht für meine Organisation Sinn und funktioniert? Wer ist meine Zielgruppe? Was möchte/kann ich kommunizieren?
- Empfohlene Kanäle: Facebook, Instagram, YouTube

→ Qualität vor Quantität!

# PLANUNGSPHASE

## Aufstellung eines Redaktionsplans

- Inhalt (Was?)
- Auf welcher Plattform? (Wo?)
- Zeitpunkt (Wann?)
- Verantwortlicher (Wer?)

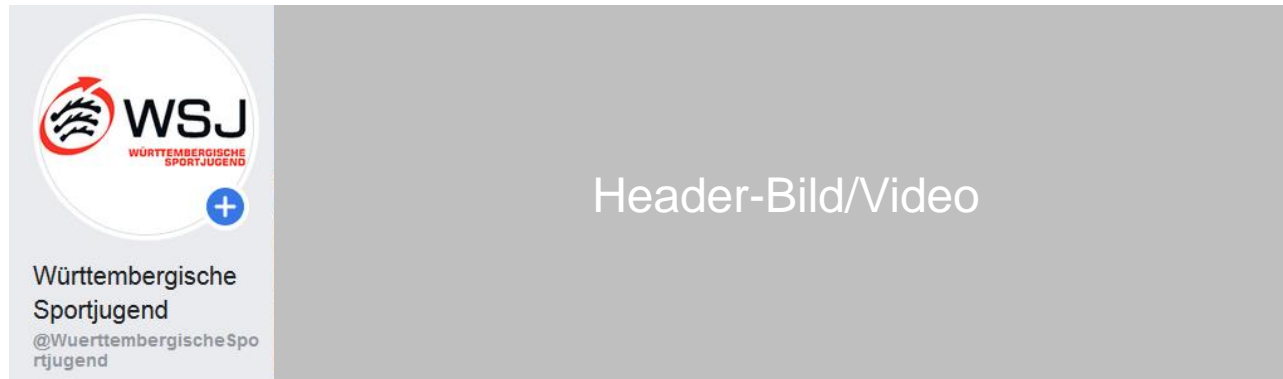
# REALISIERUNGSPHASE

## Texten für Social Media

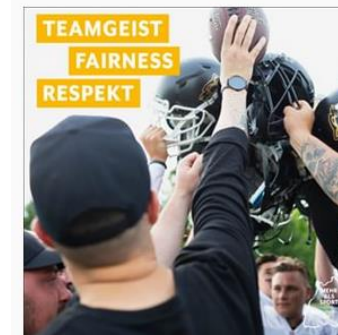
- Kurze Sätze & Wörter → verständliche Sprache
- „Du“-Anrede
- Direkt ins Thema einsteigen
- Wichtige Infos bzw. Aufhänger am Anfang
- Link zu weiterführenden Infos
- #Hashtags
- Rechtschreibung!

# REALISIERUNGSPHASE

## Bilder und Videos



- Profilbild 160x160 Pixel
- Header-Bild/Video 828 x 315 Pixel





# REALISIERUNGSPHASE

## Bilder und Videos

- Details statt Totale (Ausnahme: Bild großer Gruppe)
- Perspektivwechsel (ungewöhnliche Perspektiven wecken Aufmerksamkeit)
- Emotionen durch Gesichter (Persönlichkeitsrechte beachten)
- Goldener Schnitt
- Motiv-Umgebung/Hintergrund (Motiv sollte im Vordergrund stehen, unruhiger Hintergrund wirkt störend)
- Möglichst keine Textbilder (auf Smartphone kaum lesbar)

# REALISIERUNGSPHASE

## Bilder und Videos

Achtung bei „kostenlos“, „lizenzfrei“ etc. → Nutzungsbedingungen genau durchlesen!

### GEMA-Freie Musik

- YouTube: Audio Library
- musopen.org (klassische Musik)
- incompetech.com
- jamendo.com

### „Creative Commons“-Lizenz

- Commons.wikimedia.org (Bilder)

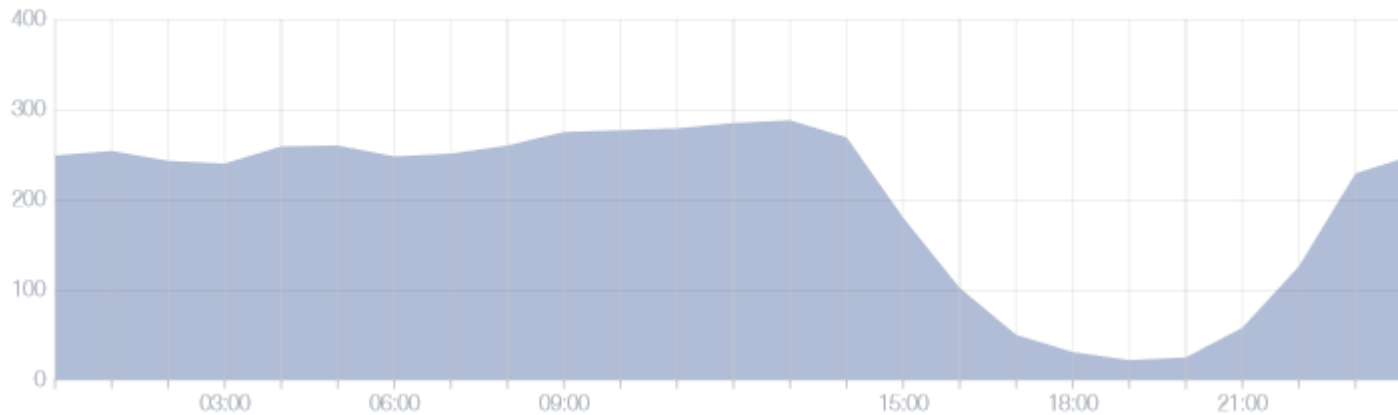
### Bildportale (kostenpflichtig)

- Adobe Stock
- 123RF.com

# KONTROLLPHASE

- regelmäßige Kontrolle von wichtigen statistischen Kennzahlen
  - Follower-Struktur
  - Reichweite
  - Interaktion
- mitinbegriffene Möglichkeiten des Monitoring, wie z.B. Facebook Insights

Uhrzeiten



# FORTBILDUNGEN ZUM THEMA

WLSB-Seminar „Dein Verein auf Facebook, Instagram und Co.“

- Samstag, 18. Januar 2020 an der Landessportschule Ruit
- Samstag, 10. Oktober 2020 an der Landessportschule Ruit

Weitere Bildungsangebote unter [www.wlsb.de/aus-fortbildung](http://www.wlsb.de/aus-fortbildung)

# KONTAKT

**Württembergischer Landessportbund e.V.**

Julia Marte

E-Mail: [julia.marte@wlsb.de](mailto:julia.marte@wlsb.de)

Tel.: 0711 / 28077-189

Website: [www.wlsb.de](http://www.wlsb.de)

