

GRUNDLAGEN VON SOCIAL-MEDIA FÜR VEREINE – EINFACH ERKLÄRT



Diese Grundlagen von Social-Media für Vereine sind wie das Fundament eines Vereinsheims. Denn ohne ein stabiles Fundament kann das Gebäude einstürzen und wird nicht in der Lage sein, den Herausforderungen gegenüber stürmischen Problemen oder der Zeit standzuhalten.

Ein solides Verständnis für Social-Media bietet Vereinen und Verbänden die Basis, ihre digitale Präsenz aufzubauen. Ohne eine solide Grundlage wird es schwierig sein, eine erfolgreiche Social-Media-Strategie zu entwickeln und umzusetzen.

Denn mit Social-Media haben Sie das Potenzial, Ihren Verein einem breiteren Publikum zu präsentieren und die Verbindung zu Mitgliedern, Freiwilligen und potenziellen Spendern zu stärken. Aber für viele Vereinsverantwortliche kann die Welt von Social-Media verwirrend oder überwältigend sein. Wo soll man anfangen? Welche Plattformen sind am besten geeignet? Wie können Vereine sicherstellen, dass ihre Botschaften und Inhalte bei den richtigen Menschen ankommen?

In diesem Blogbeitrag werden wir Ihnen die **Grundlagen von Social-Media für Vereine** erklären. Mit diesen Tipps können Sie ein Verständnis über die Welt der sozialen Medien erlangen.



Viele von Ihnen haben sicherlich mindestens einen privaten Account auf einem der vielen Social-Media-Plattformen. Während unserer täglichen Arbeit mit ehrenamtlichen Funktionären ist uns aufgefallen, dass viele Vereine und Verbände ihre Social-Media-Kanäle so nutzen, wie sie ihren privaten Account nutzen.

Ein Vereins-Account auf einer Social-Media-Plattform sollte anders behandelt werden als ein privater Account, da sie verschiedene Ziele verfolgen. In der Regel ist ein privater Account für eine Person darauf ausgerichtet, persönliche Informationen und Erlebnisse mit Freunden und Familie zu teilen. Für eine Organisation ist es jedoch viel mehr. Ein Verein legt sein Ziel eher auf die Steigerung der Bekanntheit, potenzielle Mitglieder anzusprechen, neue Unterstützer zu werben oder politische

Ziele zu verbreiten.

Es ist wichtig, dass jede Organisation ihre Social-Media-Präsenz professionell behandelt und einen klaren Fokus auf ihre Ziele legt. Dies bedeutet für Sie, dass Sie eine Strategie entwickeln und sich Zeit nehmen sollten, um Inhalte zu planen und zu erstellen. Dabei ist es wichtig, dass Sie alle Plattformen und Ihre Zielgruppe kennen.

Denn auf jeder Plattform finden sich andere primäre Zielgruppen.

Wie finden Sie heraus, welche Social-Media-Plattform für Ihren Verein am besten geeignet ist?

Eine Möglichkeit ist, anerkannte Statistiken zu kennen. Dabei ist Statista eine der führenden Plattformen. Unter diesem [Link](#) finden Sie eine Fülle von Informationen, die für Sie hilfreich sein könnten.

Diese Statistiken zeigen Ihnen viele Informationen über die unterschiedlichsten Zielgruppen wie Alter, Geschlecht, Standort, Interessen und Verhaltensweisen. Vergleichen Sie diese Daten mit Ihren Mitgliederdaten und finden Sie hier Überschneidungen. Sind Gemeinsamkeiten vorhanden, haben Sie eine potenzielle Plattform, die für Sie geeignet wäre.

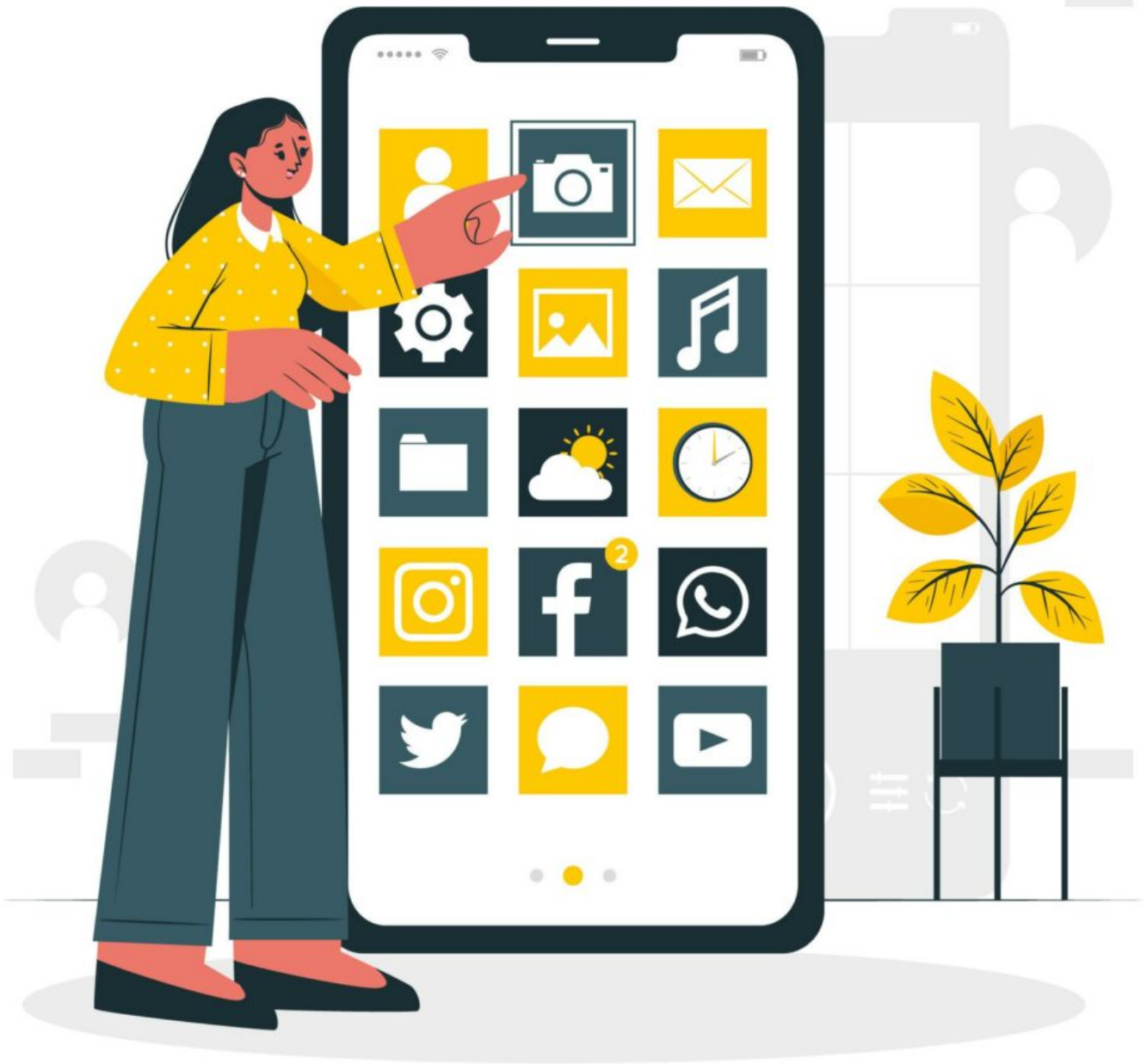
Aber das ist nicht alles. Sie sollten auch überprüfen, ob diese Plattformen wünschenswerte Funktionen wie z.B. Gruppen, Veranstaltungseinladungen, Spendenfunktionen etc. haben.

Zusätzlich ist es vorteilhaft, eine Konkurrenzanalyse durchzuführen. Wenn Sie bemerken, dass ähnliche Organisationen nur auf einer speziellen Plattform unterwegs sind, dann hat das sicherlich einen triftigen Grund. Dabei kann es möglich sein, dass Sie vielleicht eine Plattform übersehen haben, die Sie nicht nutzen.

Nebenbei bemerkt: Sie sollten immer abwägen, ob Sie das auch zeitlich und personell leisten können, sollten Sie vorhaben, mehrere Social-Media-Plattformen zu nutzen.

Das hört sich erst mal schwierig an, ist es aber nicht. Insgesamt ist die Wahl der geeigneten Social-Media-Plattformen für einen Verein ein einfacher Prozess. Es erfordert zwar eine gründliche Analyse Ihrer Zielgruppe, Ihrer Ziele und Ihrer verfügbaren Ressourcen. Aber für viele Vereine und Verbände ist das schnell ermittelt.

Hier finden Sie noch eine Übersicht der größten Social-Media-Plattformen in Deutschland:



- **Facebook:**

Facebook ist eine der ältesten und bekanntesten Social-Media-Plattformen. Sie ermöglicht es Benutzern, Texte, Bilder und Videos zu teilen, Nachrichten zu senden und Veranstaltungen zu organisieren. Facebook ist eine gute Plattform für Vereine und Verbände, um ihre Termine, Leistungen und andere Informationen zu bewerben.

- **Instagram:**

Instagram ist eine visuelle Plattform, auf der Benutzer Fotos und Videos teilen. Instagram ist bei einem jüngeren Publikum sehr beliebt und eine großartige Plattform, um mit kreativen Bildern und Videos bei den Menschen zu punkten.

- **Twitter:**

Twitter ist eine Social-Media-Plattform, die es Benutzern ermöglicht, kurze Textnachrichten (Tweets) zu teilen. Twitter ist die perfekte politische Plattform. Hier geht es viel mehr um Diskussion und Information, anstatt um werbetechnische Inhalte.

- **TikTok:**

TikTok ist eine relativ neue Social-Media-Plattform, auf der Benutzer kurze Videos erstellen und teilen können. TikTok hat eine sehr junge Nutzerbasis und ist bekannt für seine kreativen und unterhaltsamen Inhalte.

- **LinkedIn:**

LinkedIn ist eine Social-Media-Plattform, die sich auf berufliche Kontakte und Networking konzentriert. LinkedIn ermöglicht es Nutzern, ihre Karrieregeschichte zu teilen, Stellenangebote zu suchen und sich mit anderen Fachleuten zu vernetzen.

Warum Kreativität der Schlüssel zum Erfolg auf Social Media ist: Tipps für kreative Texte, Bilder und Videos.

Die Frage, warum Kreativität der Schlüssel zum Erfolg auf Social Media ist, ist relativ einfach zu beantworten.

Genau wie bei einer Print- oder TV-Kampagne, ist es wichtig aufzufallen. Die Menschen werden pausenlos mit einer Form der Werbung konfrontiert. Die Aufmerksamkeitsspanne ist daher sehr gering und die Menschen müssen mit Kreativität in der Werbung gefesselt werden. Um das zu erreichen, benötigt man in der Welt der Social-Media drei Bestandteile, um in der heutigen überfüllten Social-Media-Landschaft aufzufallen.

1. kreative Texte:

In der Regel haben Texte auf Social-Media-Plattformen nur wenige Sekunden Zeit, um die Aufmerksamkeit der Nutzer zu erregen. Angesichts dessen ist es wichtig, kreative Texte zu erstellen, die den Leser neugierig machen und ihn zum Weiterlesen oder zum Klicken auf einen Link bewegen. Kreative Texte können in verschiedenen Formen vorliegen, zum Beispiel in Form von Schlagzeilen, Fragen oder humorvollen Sprüchen.

2. kreative Bilder:

Bilder sind ein wichtiger Bestandteil von Social-Media-Beiträgen. Sie haben die Fähigkeit, eine Geschichte zu erzählen und eine emotionale Verbindung zu den Nutzern aufzubauen. Kreative Bilder können insbesondere Collagen, Grafiken, Illustrationen oder künstlerische Fotografien sein. Achten Sie darauf, dass Ihre Bilder hochwertig sind und dass sie das Thema Ihres Beitrags unterstützen.

3. kreative Videos:

Videos haben in den vergangenen Jahren stark an Bedeutung auf Social-Media-Plattformen gewonnen. Sie sind eine großartige Möglichkeit, komplexe Themen zu erklären, Geschichten zu erzählen und das Publikum zu unterhalten. Kreative Videos können verschiedene Formate haben, unter anderem Animationen, Kurzfilme oder Live-Videos. Achten Sie darauf, dass Ihr Video einen klaren Mehrwert für das Publikum bietet und dass es gut produziert und bearbeitet ist.

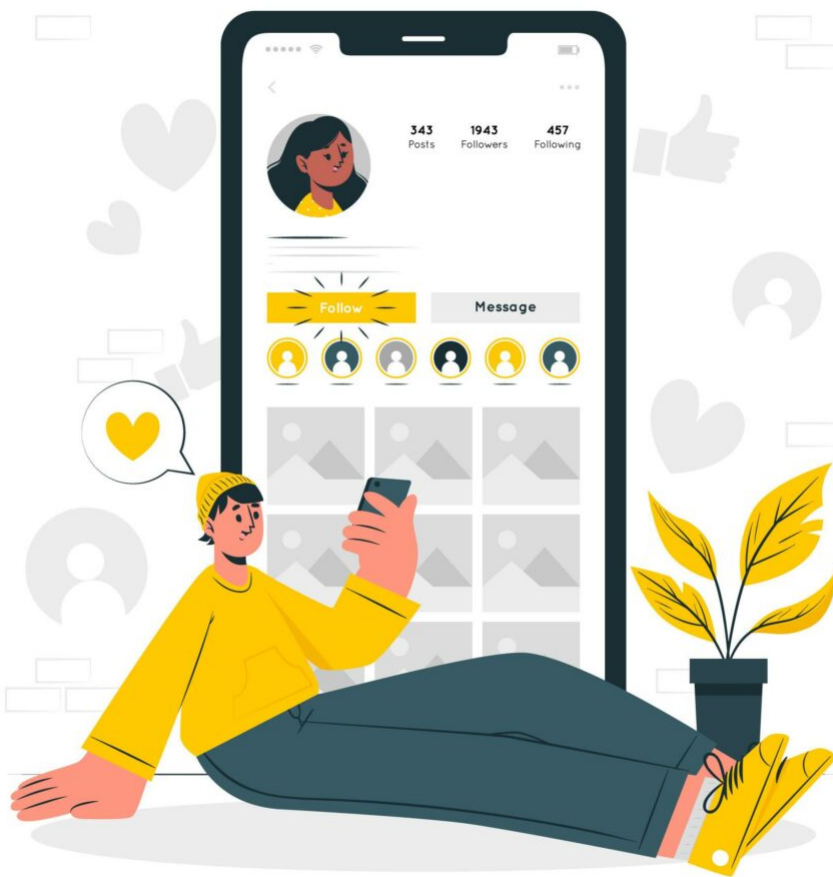
Indem Sie kreative Texte, Bilder und Videos erstellen, können Sie erst richtig von Ihrer Zielgruppe

wahrgenommen und Ihre Inhalte geteilt werden.

Kreativität muss nicht unbedingt teuer oder aufwendig sein – manchmal kann eine einfache Idee ausreichen, damit Ihre Inhalte sich von der Masse abheben.

Kleiner Tipp: Mit den richtigen Hilfsmitteln oder Unterstützung können Sie aus allen Vereinsaktivitäten ein virales Ereignis machen. Das kann ein Vereinsjubiläum, ein Schützenfest oder eine banale Information sein.

Bei allen tollen Funktionen, die man auf den jeweiligen Plattformen verwenden kann, gibt es aber auch Dinge, die man sein lassen sollte.



Mit dem Social-Media-Account Ihres Vereins repräsentieren Sie nach außen hin auch diesen. Daher gilt:

1. Vermeiden Sie negative Kommentare über andere Vereine oder Organisationen: Negative Kommentare oder Beiträge über andere Organisationen oder Personen können ein schlechtes Bild des Vereins vermitteln und können potenzielle Unterstützer oder Sponsoren abschrecken.
2. Vermeiden Sie zu viele Verkaufsbotschaften: Wenn ein Verein zu viele Verkaufsbotschaften postet, kann dies als aufdringlich oder spammy empfunden werden. Ein ausgewogenes Verhältnis von informativen und verkaufsfördernden Beiträgen kann helfen, das Interesse der Follower zu halten.
3. Vermeiden Sie unprofessionelle Beiträge: Ein Verein sollte sich bemühen, professionelle und gut gestaltete Beiträge zu erstellen, um das Engagement seiner Follower zu erhöhen. Rechtschreib- oder Grammatikfehler und schlecht aussehende Bilder oder Grafiken können die Glaubwürdigkeit eines Vereins beeinträchtigen.
4. Vermeiden Sie politische oder kontroverse Themen: Es ist wichtig, politische oder kontroverse Themen zu vermeiden, um den Fokus auf die Mission und Ziele des Vereins zu halten und um potenzielle Konflikte zu vermeiden. Aber Achtung: Sind Sie als Organisation politisch aktiv und verfolgen hier auch einige Ziele, so sollten Sie selbstverständlich auch auf diese Themen eingehen. Planen Sie hier auch mögliche Antworten auf kritische Kommentare.
5. Vermeiden Sie zu wenig Interaktion: Es ist wichtig, auf Kommentare und Nachrichten zu antworten, um das Engagement und die Bindung der Follower zu erhöhen. Wenn ein Verein keine Interaktion mit seinen Followern hat, kann dies zu einem Verlust des Interesses und letztlich zum Abonnementsverlust führen.

Zu schwierig? Keine Zeit? Oder fehlen Ihnen mehr Informationen?

Wir geben zu, mit diesem Beitrag haben Sie nicht alles gelernt. Das ist auch gar nicht möglich. Social-Media umfasst noch so viele Themen, die so tief ins Detail gehen, dass es schwer ist, diese in einem Beitrag niederzuschreiben. Mit diesen Grundlagen für Social-Media haben Sie aber einen ersten Einstieg. Falls Ihre Organisation hier weiterkommen möchte, so gibt es drei Wege für einen professionellen Social-Media-Auftritt.

Hilfe von Experten einholen

Was liegt näher, als dass wir Ihnen einen Experten für Social-Media ans Herz legen? Wir sind selbst Berater für Verbands- und Vereinsmarketing. Jedoch lassen wir uns auch in diesem Bereich unter die Arme greifen. Warum?

Eine [professionelle Social-Media-Agentur](#) hat in der Regel ein erfahrenes Team von Experten, die über umfangreiche Kenntnisse und Erfahrung im Bereich Social-Media-Marketing verfügen. Sie können eine Organisation bei der Planung und Umsetzung von Kampagnen unterstützen und sicherstellen, dass die gesteckten Ziele auch wirklich erreicht werden. Dabei können Sie auch die Verwaltung der Plattformen auslagern und sich auf Ihre Kernaufgaben konzentrieren.

Ein Vorteil in allen Bereichen des Online-Marketings, zu dem Social-Media gehört, ist, dass man alle Beiträge und Aktivitäten messen kann. Um diese Daten richtig auszuwerten und für zukünftige Inhalte zu seinem Vorteil zu nutzen, sollte man schon ein Profi sein. Gerade hier sind Social-Media-Agenturen von Vorteil. Denn genau das ist ihre Kernkompetenz.

Mit der richtigen Umsetzung können Sie neue Mitglieder gewinnen, Sponsoren finden oder bestehende Mitglieder noch mehr an sich binden.

Selbst lernen mit einer Weiterbildung

Wir verstehen aber auch, dass Sie es als aktives Vereinsmitglied gewohnt sind, etwas selbst in die Hand zu nehmen. Kein Problem. Um die Grundlagen von Social-Media aktiv von einem Profi zu lernen, sollten Sie eine spezielle [Weiterbildung](#) vornehmen. Vielleicht haben Sie ja Glück und Ihre Organisation kann die Kosten dafür übernehmen?

Mit einer professionellen Weiterbildung können Sie Online-Kampagnen besser planen und am Ende auch professionell umsetzen. Von der [Zielgruppenanalyse](#) bis hin zur Erstellung von Inhalten und

der Auswertung von Ergebnissen – eine Weiterbildung kann Ihnen dies alles vermitteln.

Aber nicht nur für die Grundlagen von Social-Media sind Weiterbildungen gut. Auch für erfahrene Hasen kann das eine Auffrischung sein. Erfahren Sie die neusten Trends, Funktionen und Tools.

Insgesamt kann eine Weiterbildung für Social-Media Ihnen helfen, das Verständnis für die vielen Plattformen zu vertiefen. Wenn Sie als ehrenamtlicher Funktionär eine solche Weiterbildung absolvieren, können Sie auch Ihre hauptamtlichen Tätigkeiten verbessern.

Bücher als Wegweiser

Auch für digitale Medien sind Bücher noch immer ein wichtiger Wegweiser, um neues Wissen zu lernen. Selbst die Grundlagen von Social-Media können mit den richtigen Büchern vermittelt werden.

Einige sind sogar speziell auf Vereine und Verbände zugeschnitten. Hier finden Sie Schritt-für-Schritt-Anleitungen, Tipps und Tricks sowie Praxisbeispiele.

Ob man ein Buch von Anfang bis Ende durcharbeitet oder gezielt bestimmte Kapitel und Abschnitte liest – Bücher bieten im Vergleich zu einer Weiterbildung eine flexible und zugleich fundierte Möglichkeit, die Grundlagen von Social-Media zu erlernen.

In diesen Büchern finden sich oft Schritt-für-Schritt-Anleitungen, Tipps und Tricks sowie Praxisbeispiele, die zeigen, wie man Social-Media effektiv nutzen kann, um die eigene Marke oder den eigenen Verein zu stärken. Von der Wahl der richtigen Plattform über die Erstellung von Inhalten bis hin zur Interaktion mit der Zielgruppe – die Bücher bieten einen umfassenden Leitfaden für den Einstieg in die Welt des Social-Media-Marketings.

Entdecken Sie in unserem [Shop](#) eine große Auswahl an Büchern zum Thema Social-Media.

Wir bieten Bücher für Anfänger und Fortgeschrittene zu verschiedenen Plattformen wie Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn und TikTok sowie allgemeine Anleitungen und Ratgeber. Stöbern Sie doch einmal in unserem kleinen Shop und finden Sie ein Buch, das zu Ihnen passt.