



Fit für Vorstand Ehrenamt digital: Vereine gehen online

HALTUNG ZU SOCIAL MEDIA

Chancen und Nutzen erkennen:

- Bekanntheit steigern
- Eigener Redakteur (Vorteil gegenüber klassischen Medien)
- Reichweite ausbauen und nutzen („Vermarktung“)
- Mitgliedergewinnung
- Aktualität von Medien: Schnelle Kommunikations- und Informationswege
- Vernetzung
- Vereinsleben aufrechterhalten (Chance insbesondere in Corona-Zeiten)
- Impulse und Inspirationen von anderen Vereinen erhalten
- Kaum Vorkenntnisse nötig

Bevor man online geht: Formales

- Datenschutz (Datenschutzerklärung) und Bildrechte
→ Schriftliche Bestätigungen, um „auf Nummer sicher zu gehen“
Datenschutzhinweise hinsichtlich der Herstellung und Verwendung von Foto- und/oder Videoaufnahmen gemäß Art. 13 DSGVO
- Das richtige Maß finden (Zeitaufwand beachten; was und wie viel gebe ich preis?)
- Den richtigen Redakteur, die richtige Redakteurin finden

FACEBOOK UND INSTAGRAM FÜR DIE VEREINSARBEIT

Unterschiede zwischen Facebook und Instagram:

- Instagram: Ästhetik und Emotionalität durch Bilder und Videos
- Facebook: Stark werbliche Nutzung der User („Branding“)

Allgemeines:

- Zielgruppen kennen:
 - Ansprache
 - Welche Abonnenten sind wichtig?
 - Welche Hashtags (Merkmal von Instagram) benutzt man?
 - Welche Bilder oder Texte sprechen meine Zielgruppe an? (Qualität der Bilder und Videos wichtig)
 - Welche Filter oder Kreativwerkzeuge nutze ich
- Das Vereinsprofil:
 - Aussagekräftiges Profilbild mit Erkennung der Vereinsidentität
 - Kurzbeschreibung des Vereins in der „Biographie“ und Homepage aufführen
 - Abonnenten auswählen
 - Zeit und Aufwand kalkulieren
 - Zielgruppe im Blick behalten



- Beispiel Generation Z (1997-2012):
 - Werden auch „digital natives“ genannt
 - Fokus auf Überschriften, Bilder und Videos
 - Kurze Aufmerksamkeitsspanne (die meisten Videos werden nach knapp 3 Sekunden weggeklickt, wenn sie nicht interessant erscheinen)

Instagram (Business) und Facebook-Nutzung:

- Logo und „Produkte“ mit einbeziehen
- Profil und Beiträge gut und anschaulich gestalten
- Einblicke hinter die Kulissen zeigen und bei „Kunden“ bedanken bzw. im Austausch bleiben
- Soziale Medien leben von Aktualität, d.h. regelmäßig Beiträge veröffentlichen
- Ideen für Beiträge: Besondere und bevorstehende Veranstaltungen, Blick hinter die Kulissen, Vorstellung der ehrenamtlichen Mitarbeiter*innen/Vereinsmitglieder
- Kostenlose Umstellung/Nutzung von Instagram Business: Insights, leichtere Kontaktaufnahme und Informationen (Statistiken) über die eigenen Abonnenten

Der rote Faden

- Intervalle und Inhalte festlegen: Regelmäßig Beiträge veröffentlichen. Was wollen wir zeigen? Wen sprechen wir an? Wie verpacken wir einen Beitrag? (Story, Post, Hashtag, Tags etc.)
- Ansprache festlegen
- Klare Botschaften und Aufmerksamkeit erzeugen
- Das kann helfen: *Niederschreiben eines Leitfadens* für die Veröffentlichung von Beiträgen