



Social Media im Verein

Was ist Social Media?

Soziale Medien oder Social Media sind digitale Kommunikationskanäle, die der Vernetzung von Nutzer*innen dienen. User*innen können über Social-Media-Kanäle miteinander kommunizieren, Inhalte erstellen oder teilen.

Mit Social Media geht eine veränderte Nutzung des Internets einher: Vom reinen Konsum (Web 1.0) zur Partizipation (Web 2.0).



Digital und Interaktiv

Social Media unterscheidet sich von den „klassischen“ Massenmedien zunächst einmal darin, dass es nur über das Internet funktioniert. Im Wort Social Media bezeichnet Media schlichtweg das Kommunikationsinstrument: das Internet.

„Sozial“ sind diese Medien, weil sie den schnellen Austausch von Informationen und Meinungen zwischen Nutzer*innen möglich machen. Das kann ein Geburtstagsgruß sein oder ein Aufruf zur Wahl einer bestimmten Partei, ein Katzenvideo oder eine Online-Präsentation und noch viel mehr.

Social Media bietet die Chance, Menschen miteinander sehr schnell in direkten Kontakt zu bringen. Das können Familienmitglieder, Freund*innen oder Vereinsmitglieder sein. Es können aber auch Menschen sein, die sich überhaupt nicht kennen und vermutlich auch nie persönlich kennenlernen werden, die aber gemeinsame Interessen haben und auf diese Weise miteinander sprechen. Damit ermöglicht Social Media Nutzer*innen, sich an Diskussionen zu beteiligen und am gesellschaftlichen Leben teilzunehmen und mitzuwirken.

Ist Social Media kostenlos?

Im Vergleich zu Medien wie Zeitung oder Rundfunk hat Social Media den Vorteil, dass es in der Regel kein Geld kostet. User*innen legen sich in den Social-Media-Plattformen ein sogenanntes Profil an, welches von anderen eingesehen werden kann. Diese Profile enthalten Informationen über die jeweiligen User*innen.

Aber Achtung! Die meisten Anbieter von Social Media stellen ihre Plattformen zwar unentgeltlich, aber keineswegs kostenlos zur Verfügung. Bezahlt wird mit persönlichen Daten, mit denen sich viel Geld verdienen lässt. Diese Daten werden für Werbezwecke genutzt, um passende Produkte zu empfehlen oder auch um politisch zu beeinflussen. Darum ist es wichtig, immer ganz genau zu überlegen, welche persönlichen Informationen ich preisgebe.



Social Media im Verein – Braucht es das überhaupt?

Man könnte sich fragen: Social Media? Braucht das ein Verein überhaupt? Die Antwort darauf ist ein eindeutiges **JA**. Die sozialen Medien bieten nicht nur den bestehenden Mitgliedern eine Plattform, auf der sie sich über das letzte Vereinsfest austauschen können, sondern spiegeln auch den Verein für die Öffentlichkeit wider. Für Vereinsmitglieder reichen vielleicht WhatsApp-Gruppen zum Austausch aus, für die Öffentlichkeitsarbeit sollten die sozialen Netzwerke genutzt werden. Denn für Vereine und Personen des öffentlichen Lebens spielt Social Media heutzutage eine wichtige Rolle.

Dagegen kann auch nicht argumentiert werden, dass man den „neumodischen Quatsch“ nicht brauche. Fakt ist, immer mehr Menschen nutzen Social Media. Auch die Nutzungszeiten werden immer länger. Die Leserzahlen von Zeitungen schwinden, weshalb Neuigkeiten auch im Netz verbreitet werden sollten.

Die Zeiten, in denen sich potenzielle Vereinsmitglieder auf der Vereinswebseite – die meist nur alle paar Monate aktualisiert wird – ein Bild vom Verein machen, sind vorbei. Heute bilden sich viele ihre Meinung über den Verein online. Was macht der Verein, wer sind die Mitglieder und wie sah das letzte Vereinsfest aus? Kurz: In Social Media kann die Persönlichkeit des Vereins direkt und ohne Umwege gezeigt werden.

Reicht dafür nicht die Vereins-Webseite aus? Nein. Natürlich kann man interessante Blogartikel und schöne Bildergalerien auf der eigenen Webseite präsentieren – das ist aber mit hohem Aufwand verbunden. Es ist schwer, dies neben dem Vereinsleben, dem Familienalltag und dem Beruf noch zeitlich unterzubringen.

Die Nutzer*innenzahlen auf den großen sozialen Plattformen nehmen immer weiter zu. Social Media bietet einen tollen Überblick über das aktuelle Vereinsleben. Man sieht alles auf einen Blick und kann sich innerhalb kürzester Zeit ein Bild über den Verein machen. „Ein Bild sagt mehr als tausend Worte“ ist hierfür das passende Sprichwort.

Eine Webseite sollte trotzdem geführt werden. Sie bietet weitreichende Informationen über den Verein und seine Angebote. Der Social-Media-Auftritt übermittelt die persönliche Seite des Vereins und ist als Aushängeschild zu sehen. Er bietet die Möglichkeit für das erste Kennenlernen. Die Social-Media-Kanäle führen meist auf die Webseiten des Vereins. Man muss also im Hinterkopf haben: Social Media generiert die Reichweite und führt Leute zur Webseite, die trotzdem bzw. gerade deshalb auch gute Inhalte bieten sollte.

Die Vorteile von Social Media für den Verein

Im Gegensatz zu einer Webseite ist die Nutzung von Social Media für den Verein kostenlos und die Erstellung eines Posts mit ein bis zwei Zeilen Text dauert nur wenige Minuten. Zudem sind schön gestaltete Grafiken mit relativ wenig Erfahrung möglich.



Es ist einfach, kommende Veranstaltungen über Social Media zu promoten. Eigene Mitglieder folgen dem Verein eher auf Instagram und Co., als dem Blog auf der Vereinswebseite. Sobald also neue Posts veröffentlicht werden, bekommen es wesentlich mehr Leute mit. Beiträge werden öfter geteilt oder repostet, wodurch der Verein am Ende eine höhere Reichweite erzielt. Somit werden mehr Leute vom Verein erfahren.

Des Weiteren sind die Online-Plattformen für Vereine ein erstaunlich guter Weg, um mit Leuten ins Gespräch zu kommen. Anders als bei einem Blog ist die Hemmschwelle für das Kommentieren viel geringer und Interessierte können den Verein direkt anschreiben. Das nimmt die Hürde eines Kontaktformulars auf der Webseite, das Leute eher abschreckt. Die Chance steigt dadurch, dass potenzielle Mitglieder sich dazu entscheiden, beizutreten.

Aktive Social-Media-Accounts wirken authentisch und bodenständig. Wenn der Verein auf viele Kommentare antwortet, sehen Außenstehende, dass man sich um seine Mitglieder kümmert. Auf Social Media zählt: Sehen und gesehen werden.

Vorsicht muss trotzdem sein

Der Aufbau einer Social-Media-Seite braucht seine Zeit. Über Nacht hat noch niemand viele Likes und Kommentare erhalten.

Ratsam ist es, einen groben Plan zu haben, was an welchem Tag gepostet wird. Auch sollte man sich nicht scheuen, Posts von anderen Vereinen zu liken und zu teilen. Das ist kein Nachteil, sondern kann im besten Fall sogar zu mehr Reichweite führen, wenn die anderen Vereine das gleiche Prinzip anwenden.

Was, wenn sich niemand für Social Media im Verein findet?

Es bringt nichts, seine Mitglieder zur Social-Media-Arbeit zu zwingen. Man kann hin und wieder fragen, ob bei speziellen Anlässen Bilder gemacht wurden und ob man diese veröffentlichen darf. Dabei sollte der Datenschutz nicht vergessen werden (Stichwort: Recht am eigenen Bild).

Welche Social-Media-Plattformen gibt es?

Fast jede*r ist heutzutage auf Social Media aktiv. Trotzdem gibt es nur eine handvoll relevanter Plattformen, die auch wirklich genutzt werden. Dabei spricht jede Plattform eine andere Hauptzielgruppe an. Eine kleine Übersicht gibt erste Hilfestellung.

Facebook

Das Social Media Urgestein schlechthin. Mit 1,85 Milliarden aktiven Nutzern täglich, ist Facebook an der Spitze der meistgenutzten Plattformen. Egal ob Bilder, Videos oder nur Texte: Auf Facebook wird alles gepostet. Zusätzlich bietet es Livestreaming (also Echtzeitübertragungen übers Internet), eine Spendenplattform und den Marketplace (Facebooks Gegenentwurf zu eBay) an.



Es wird jedoch immer schwieriger junge Generationen über Facebook zu erreichen, da diese mittlerweile auf andere Social-Media-Plattformen ausweichen.

Instagram

Der jüngere Ableger von Facebook. Hier liegt das Hauptaugenmerk klar auf dem Posten von Bildern. Während Facebook gut in der Web- und App-Version genutzt werden kann, wird Instagram fast ausschließlich in der App genutzt. Dementsprechend sind lange Texte fehl am Platz.

Dafür bietet Instagram viele Möglichkeiten für Bilder und Videos: Livestreaming, kurze Videos in Form von Reels oder auch lange Videos als IGTV (Instagram TV) sind möglich. Instagram eignet sich perfekt für Vereine mit viel Fotomaterial. Die Altersgruppe der Nutzenden ist außerdem deutlich jünger als auf Facebook.

Twitter

Das komplette Gegenteil zu Instagram. Auf Twitter herrschen Texte über die Pixel. Pro Tweet (so heißen die Posts/ Beiträge auf Twitter) stehen nur 280 Zeilen zu Verfügung. Deshalb kann Twitter auch als Mini-Blogseite betrachtet werden. Der inhaltliche Fokus liegt hier auf aktuellen Geschehnissen.

YouTube

Die weltweit größte Video-Plattform. Die Inhalte von YouTube haben sich immer mehr professionalisiert und sind heute sehr hochwertig. Für Vereine ist es hier schwieriger Fuß zu fassen, als auf anderen Plattformen. Die Fähigkeit, Videos schneiden und die Kamera richtig einsetzen zu können, ist hier die wichtigste Voraussetzung.

Da es schwierig ist, auf YouTube große Aufmerksamkeit zu bekommen, sollte man unbedingt auch auf andere soziale Medien zurückgreifen, um den eigenen YouTube-Kanal zu bewerben.

TikTok

Die jüngste Plattform von allen. TikTok ist der geistige Nachfolger von Vine: Auf TikTok werden Videos mit einer maximalen Länge von einer Minute hochgeladen. Meist unterlegt mit einprägsamen "TikTok-Liedern" sprechen die Videos die jüngste Altersgruppe aller sozialer Plattformen an. Auch hier wird es schwierig, sich als Verein zu etablieren. Es kommt zwar nicht zwingend auf eine gute Videoqualität an, aber der Inhalt muss wie bei YouTube passend sein. Wer auf TikTok „viral“ gehen möchte, muss andere Nutzende entweder durch Humor, Emotionalität oder Einzigartigkeit überzeugen.

Wie beginnt man Social Media im Verein?

Erst einmal muss im Verein die Überzeugung bestehen, dass der Verein auf Social Media aktiv werden sollte.



Danach sollte eine Person bestimmt werden, die für den Social-Media-Auftritt zuständig ist. Gerade jüngere Vereinsmitglieder eignen sich hierfür gut.

Bei der Konzeption des Social-Media-Auftritts sollten folgende Fragen beantwortet werden:

- Welche sozialen Plattformen sollen genutzt werden?
- Was muss bei der Accounterstellung beachtet werden? (Datenschutz und Impressum)
- Welches Design sollten alle Seiten haben?
Mit Design sind Vereinslogo, verwendete Farben, Symbole, etc. gemeint. Falls die Vereinswebseite aktuell ist, können deren Elemente übernommen werden.
- Worüber soll, neben den offensichtlichen Dingen wie z.B. Veranstaltungen, noch gepostet werden? (z.B. Fakten über den Verein, Vorstellung der Mitglieder, etc.)
- In welchem Rhythmus soll gepostet werden? Man sollte einen regelmäßigen Rhythmus einhalten.
- Welche No-Gos gibt es beim Posten, kommentieren und liken? Welche Meinungen vertritt der Verein allgemein? Für einen Verein, der die Interessen all seiner Mitglieder vertritt, ist es schwierig, bei heiklen Themen eine klare Stellung zu beziehen. Es ist deshalb ratsam, manche Themen nicht zu kommentieren.
- Postet jede*r überall oder gibt es eine Social-Media-Beauftragte?

Fazit

Bei guter und regelmäßiger Pflege verschaffen Social-Media-Plattformen dem Verein immense Vorteile im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit und der Imagepflege. Besonders, wenn durch Nachwuchsmangel und Mitgliederschwund neue Mitglieder immer schwieriger gefunden werden. Der Datenschutz sollte auch bei Social Media beachtet werden.