TEXT **MICHAEL STEPHAN**
FOTOS **PRIVAT, ANDREA BOWINKELMANN**

nur in der DIGITALAUSGABE

SOCIAL MEDIA ALS PR-INSTRUMENT FÜR VEREINE
Drei Stimmen:



„Unser Verein ist im Ländlichen, da nutze ich immer noch viel die lokale Presse, weil die hier noch gelesen wird. Bei Facebook haben wir um die 480 Follower, zum größten Teil andere Flieger, aber auch Leute aus der Umgebung. Ich animiere unsere Mitglieder immer, viel zu liken und zu teilen, damit die Posts eine große Reichweite kriegen. Ich finde es schön, mit anderen Vereinen vernetzt zu sein, mitzubekommen, was die auf die Beine stellen, und sich dabei gegenseitig zu unterstützen.

In den letzten Jahren haben wir viel Gas gegeben und regelmäßig etwas hochgeladen. Jede Woche bringen wir zwischen einem und drei Beiträge, auch in die Presse. Fliegen ist ja eine Randsportart. Ich versuche immer, das Potenzial in den Geschichten zu erkennen, auch im kleinsten Ereignis, Verständnis für unseren Sport zu gewinnen und zu werben. Es hat ein paar Jahre gedauert, aber die Kombination aus vermehrter Pressearbeit und Facebook funktioniert inzwischen sehr gut. Man merkt die Nachwirkungen. Es kommen mehr Leute an den Flughafen, auch Familien, um sich einmal umzuschauen. Demnächst wollen wir noch einen Instagram-Account einrichten."

Marie Kneer, Luftsportverein Sauerland, Pressewartin



„Wir nutzen viel Facebook, schon lange Twitter und seit einem Jahr auch Instagram. Twitter nutzen wir als Liveticker, zum Beispiel, um Sportergebnisse oder Zwischenstände durchzugeben. Eine Nachricht dort ist ja schnell abgesendet. Was wir auf Facebook veröffentlichen, verlinken wir in der Regel mit der Website und auch noch mal mit Twitter. Wie wollen die Leute auf diese Weise abholen, und sie auf unsere Website leiten. Dort haben wir ja die volle Kontrolle. Es gibt wenige Sachen, die ausschließlich für die Netzwerke bestimmt sind. Wir wollen da keine exklusiven Premiuminhalte, weil wir auch viele ältere Nutzer haben, die nicht in den Sozialen Medien aktiv sind, aber bewusst die Website ansteuern.
Früher hatten wir einmal ein Forum auf der Website. Das haben wir abgeschaltet. Facebook bietet da als Diskussionsplattform einfach mehr. Man ist eingeladen, seine Kommentare abzugeben, was viele auch machen. So kann man erfahren, was Mitglieder und Fans denken. Das funktioniert sehr gut.
Ich bespiele als Einmannbetrieb alle Kanäle. Ich bin 28 Jahre alt und Instagram ist schon in meiner Altersklasse nicht mehr so präsent. Ich bin nicht der größte Fotograf, aber ich habe mich diszipliniert und wir wollen es nutzen, weil es eine noch jüngere Zielgruppe anspricht."

Daniel Kramer, FC Remscheid e.V., Geschäftsführer





„Rechnerisch folgt uns weit mehr als die Hälfte unserer Mitglieder bei Facebook. Das ist ein guter Wert, da rund 70 Prozent gar keine Facebooknutzer sind. Seit einem Jahr haben wir auch einen Instagram-Account, weil unsere Jugendlichen ein lustiges Video im Training gedreht haben. Das wurde fast 200.000 Mal aufgerufen, selbst von amerikanischen und russischen Seiten. Wir haben unsere 13-18-jährigen Wettkampfschwimmer gefragt, ob wir auf Snapchat oder Instagram gehen sollen. Die kennen sich aus und so merken sie früh, dass ihr Rat ernst genommen wird.

Es ist schon eine intensive Arbeit als Pressewart, wenn man die neuen Medien mit ihrer schnellen und direkten Kommunikation nutzen und die Seiten lebendig halten will. Sechs bis sieben Stunden wende ich im Schnitt pro Woche dafür auf. Sie helfen die Mitglieder für den Verein zu begeistern. Und in den letzten Jahren haben wir einen deutlichen Mitgliederzuwachs gehabt. Da hat die Öffentlichkeitsarbeit insgesamt gewiss ihren Anteil daran. Meiner Meinung kommt man als Verein an den neuen Medien nicht mehr vorbei, wenn man weiter öffentlich wahrgenommen werden will. Die klassischen Medien verlieren an Bedeutung. Noch hat man einen Vorteil, wenn man das auf einem hohen Niveau betreibt, da es noch nicht jeder Verein macht. Aber man muss immer am Puls der Zeit sein. Man weiß nie, wie lange zum Beispiel Facebook noch aktuell ist.“

Norbert Bruckermann, Pressewart Schwimm-Club Dinslaken