

18.1.2018

SV WACKER
BURGHAUSEN



Social Media Guideline | Günter Schober

Social Media Guideline

Vorwort

Das Internet ist aus unserer Gesellschaft nicht mehr wegzudenken. Zurzeit gewinnt vor allem die Nutzung von Social Media Plattformen mehr und mehr an Bedeutung. Unter dem Begriff „Social Media“ werden Plattformen und Netzwerke zusammengefasst, bei denen Nutzer Fotos, Videos, aber auch Erfahrungsberichte oder Meinungen austauschen. Die Gefahren dieser Sozialen Netze sind bekannt. Jedoch geben sie auch die Möglichkeit, Feedback der Mitglieder zu jedem Thema schnell und ohne viel Aufwand einzuholen. Einzelne Abteilungen nutzen diese Form der Informationsweitergabe bereits seit mehreren Jahren. Der Erweiterte Vorstand des SV Wacker Burghausen will mit dieser Guideline diesen Abteilungen die Möglichkeit geben, recht-sicher mit den Mitgliedern in Kontakt zu treten und neue Mitglieder bzw. Interessenten zu werben.

1. Inhaltliches

Achte auf Qualität: Am besten sind Kurze und übersichtliche Beiträge. Wenn möglich sollten immer Fotos benutzt werden, da dadurch eine höhere Aufmerksamkeit der Nutzer erreicht wird. Auch gefilmte Videos von besonderen Szenen aus Sportaktivitäten sind sehr beliebt.

Bleibe höflich. Eine Konversation kann nur für uns gewinnbringend sein, wenn sich alle Beteiligten respektvoll begegnen. Vermeide Provokationen und Beleidigungen. Wenn der Gesprächspartner beleidigend wird, brich die Konversation ab.

Behandle Vertrauliches vertraulich. Sei sorgsam im Umgang mit Informationen. Vertrauliche Informationen, die im Rahmen der vereinsinternen Finanzordnung nicht veröffentlicht werden dürfen gehören nicht auf Social Media Plattformen. Wenn Du unsicher bist, ob eine Information veröffentlicht werden darf, frag Deinen Abteilungsleiter bzw. den Datenbeauftragten in SVW-Geschäftsstelle.

Sei ganz Du selbst. Vertrauen und Glaubwürdigkeit sind die Grundpfeiler sozialer Netze. Zur offenen Kommunikation im Netz, dass man Meinungen auch als solche kennzeichnet. Deine Beiträge sollten immer Dich zu erkennen geben. Beispiel: *Ich bin Mitglied von der SV Wacker Abteilung XY und vertrete hier meine eigene Meinung.*

Trenne Meinungen und Fakten. Um Missverständnisse zu vermeiden sollten Sie deutlich machen, welche Teile Deiner Aussage Meinungen und welche Fakten darstellen. Zudem solltest Du darauf hinweisen, ob Du Deine persönliche Meinung oder die der Abteilungsleitung vertrittst.

2. Rechtliches

Achte das Gesetz. Ein Impressum ist Pflicht. Sowohl auf der SV Wacker Homepage als auch auf den Facebook-Auftritten. Jeder Artikel in Printmedien verlangt ein Kürzel des Autors. Plakate und Flyer müssen eine Verantwortliche Person mit Adresse enthalten.

Bei Fotos von Sportler muss vorher die Einverständniserklärung des Sportlers (-> [Formular auf SVW-Homepage](#)) eingeholt werden.

Bei Fotos von Kindern muss vorher die Einwilligungserklärung von den Erziehungsberechtigten eingeholt werden.

Ausnahmen sind Fotos von Teilnehmern Sportveranstaltung im Gesamten (§23 Absatz 1 Nr. 3 KunstUrhG). Hier ist keine Einwilligung erforderlich. Durch die Teilnahme an der Veranstaltung gibt der Teilnehmer oder Besucher die Einverständniserklärung. Nicht erlaubt sind Aufnahmen außerhalb des Platzes z.B. in der Umkleidekabine

Social Media Guideline

Bleibe ehrlich. Falschaussagen oder auch nur Weglassungen haben auf SV Wacker Seiten nichts zu suchen. Am besten immer die Quelle offenlegen. Bei Verwendung seiner Fotos muss der Name des Fotografen angegeben werden. Die Nennung von Sponsoren mittels Link bzw. Hashtag ist zulässig.

3. Ressourcen und Verantwortung

Wir empfehlen für die Pflege des Facebook-Auftrittes einen Social Media Koordinator zu benennen, der am besten auch die Homepage pflegt.

4. Zielgruppe

Die Zielgruppe sind unsere Mitglieder und Mitglieder, die es werden könnten. Außerdem wollen wir unsere Sponsoren ansprechen. Die Nennung des Sponsors sollte bei jedem Beitrag mit dazu gehören.

5. Kanäle

Die zu verwendeten Kommunikationskanäle beim SV Wacker sind in der anschließenden Tabelle aufgeführt. Prinzipiell ist es besser, sich auf wenige zu konzentrieren und dafür dort möglichst aktuell zu bleiben. Das erhöht auch die Erfolgsfaktoren und vermindert den zeitlichen Aufwand bei der Pflege.

	SVW Homepage	SVW-Report	Facebook	Printmedien
Profil der Abteilung	Ausführliches Profil	Portraits von Personen	Kurzes Profil	Kurzes Profil
Veranstaltungshinweise	Details mit Anmeldeformular	Jahresprogramm	Kurze Hinweise	Annonce, Plakate und Flyer
Berichte	Ausführliche Berichte	Highlights aus dem Quartal	Teaser mit Link auf SVW-Seite	PNP, Wochenblick
Videos	Längere Videos	-	Kurze Videos	-
Fotos	<10 pro Beitrag	1-10 pro Beitrag	1-2 Foto pro Beitrag	1-2 pro Artikel

6. Erfolgsfaktoren

Als Erfolgsfaktoren für Sportvereine werden beim BLSV die Besucheraktivität, die Diskussionsreichweite und die Zufriedenheit der User/Leser mit den Inhalten genannt. Während man bei Printmedien und herkömmlichen Seiten, die User/Leser die Erfolgsfaktoren über Umfragen aufwendig ermitteln muss, ermöglicht es Facebook mit dem Analysetool quasi per Knopfdruck auf dem Reiter „Statistiken“ zu ermitteln, sobald die Seite mindestens 30 Fans angesammelt hat. Hier findet der Seitenbetreiber grafisch aufbereitete Daten über Besucherinteraktion, die Reichweite sowie Zufriedenheit der User.

7. Quellen

Als Quellen zu dieser Guideline wurden verwendet:
BLSV (Februar 2016), Ein Leitfaden für Social Media, München
DAIMLER (Juli 2012), Social Media Leitfaden, Stuttgart
Deutsche Post DHL (Januar 2016), Social Media Guidelines, Bonn