

# Zürich Tennis vernetzt sich

Erfolgreich Beiträge in den  
sozialen Medien platzieren.

Regionalverband Zürich Tennis  
Geschäftsstelle  
Jakobstrasse 3  
8636 Wald

[marketing@zuerichtennis.ch](mailto:marketing@zuerichtennis.ch)  
[www.zuerichtennis.ch](http://www.zuerichtennis.ch)



**Zürich Tennis**  
REGIONALVERBAND

Soziale Medien kamen auf leisen Sohlen und haben die Art, wie wir uns informieren und miteinander kommunizieren auf den Kopf gestellt.

Sich mit Gleichgesinnten auszutauschen, Erlebnisse und Ansichten zu teilen und andere teilhaben zu lassen, ist ein grundsätzliches Bedürfnis einer breiten Bevölkerungsschicht. Man muss kein Fan sein von diesen Plattformen, um sie für bestimmte Zwecke einzusetzen, denn die Inhalte sind oftmals zu belanglos. Trotzdem ist es wichtig, dass die Tennisszene möglichst gut vernetzt ist, da sich die Karriere unseres wichtigsten Botschafters und Reichweitengaranten, Roger Federer, dem Ende zuneigt.

Wegen der Coronakrise fällt für den Tennissport die wichtige TV Präsenz weg. Clubs und Centers, Trainer und Spielende müssen selber für Relevanz, Sichtbarkeit und Präsenz sorgen.

Du wirst sehen, es macht sogar Spass. Viel Vergnügen und viel Erfolg wünscht dir dein Regionalverband Zürich Tennis.

## Inhaltsverzeichnis

Was sind Social-Media	2
Welcher Inhalt auf Facebook und Instagram	4
Inhalt richtig aufbereiten / Formulierung	6
Wie erstelle ich eine Facebook-Seite	8
Beiträge erstellen	10
Inhalt richtig aufbereiten Fotos/Film	11
Fertiger Post	12

Der Begriff Social Media beschreibt Webseiten und Apps, über die Nutzer Inhalte kreieren sowie teilen und sich vernetzen können. Zentrales Merkmal von Social Media ist die Interaktivität. Nutzer erstellen Inhalte, über die ein permanenter, zeitlich unbegrenzter Austausch mit anderen stattfindet.

Zu den bedeutendsten Netzwerken zählen unter anderem:

- **Facebook**
- **Instagram**
- Twitter
- Snapchat
- TikTok



In diesem Leitfaden wird Facebook und Instagram erklärt. Dies sind die beiden wichtigsten Netzwerke, um alle Zielgruppen zu erreichen. Ebenfalls ist es einfach, die beiden Netzwerke miteinander zu verknüpfen.

### Facebook, Instagram und YouTube

Die beiden Netzwerke Instagram und Facebook können auch mit YouTube verbunden werden. Dies bedeutet, dass ihr nur einmal einen Beitrag veröffentlichen müsst und dieser erscheint in allen drei Kanälen.

### Facebook und WhatsApp

Inzwischen kann man auch Facebookstories mit WhatsApp verknüpfen. Diese erscheinen nur 24 Stunden und sind für Kurzaufnahmen sinnvoll oder für einen Reminder.

Mit Facebook deckt man die wichtigsten Kanäle ab und erreicht die Zielgruppe.

## Projektgruppe

Es ist sinnvoll, eine Gruppe zusammenzustellen, die ein Konzept erstellt, was der Verein mit den sozialen Medien erreichen will und kann.

## Stärken und Schwächen

Sobald die Stärken und Schwächen eines Vereins definiert sind, ist die Festlegung, was auf den sozialen Medien publiziert werden soll, einfacher. Man kann versuchen, die Schwächen mit Posts zu verbessern und mit den Stärken seine Vorteile nutzen.

Eine Schwäche könnte sein, dass der Verein nach aussen elitär wirkt oder zu wenig für die Jugend macht. Eine Stärke könnte sein, dass der Verein sehr viel für Kinder und Jugendliche macht oder Jugend und Alter zusammenführt.

## Ziele und Zielgruppen definieren

Danach sollten Ziele definiert werden.

Ist ein Projekt geplant, zum Beispiel eine neue Flutanlage? Das Vertrauen zur Gemeinde und zu den Anwohnern muss gesteigert werden.

Braucht es neue Mitglieder? Je nach Zielgruppe kommunizieren: Kinder, Jugendliche, Erwachsene, Senioren...

Werden neue Sponsoren gesucht?

Aufzeigen, wie erfolgreich der Verein ist oder den Mehrwert präsentieren, der ein Sponsor hat.

Will der Verein das WIR-Gefühl steigern? Präsentation einzelner Spieler, die nicht unter den Top 10 sind, sich aber im Verein engagieren. Dies kann auch ein Porträtfilm des Platzchefs sein. Es gibt viele weitere Möglichkeiten. Dies muss die Projektgruppe definieren.

## Wer macht was

Bevor festgelegt werden kann, wie oft in den sozialen Medien gepostet wird, braucht es «Macher». Gibt es im Verein Mitglieder, die das

Können haben und gewillt sind, mitzuhelfen? Wer koordiniert und organisiert?

## Wann und wie oft publizieren

Die wichtigsten Daten notieren: Turniere, Vereinsanlässe, Jubiläen etc. Diese Termine schon festlegen und an diesem Datum etwas publizieren. Diese Posts sind gegeben und müssen nun noch koordiniert werden. Bei überregionalen Anlässen wird eventuell auf einer anderen Seite etwas spannendes gepostet, das dann auf der eigenen Seite geteilt werden kann. Dann muss nicht noch ein zusätzlicher Eintrag gemacht werden.

Auf dem Jahresplan ist nun ersichtlich, wie viele Wochen vorhanden sind, die keine Posts aufweisen. Je nachdem, wie viel Kapazität vorhanden ist, wäre ein wöchentlicher Post sinnvoll. Ansonsten eine andere Regelmässigkeit festlegen. Ein Post im Monat ist die unterste Grenze.

Wenn kein eigener Inhalt generiert werden kann, dann sollte immerhin Inhalt geteilt werden, so dass die Plattform aktiv bleibt.

## Planung / roter Faden

Die Planung ist das A und O. Es muss auf mindestens 6 Monate geplant werden, damit die Plattformen regelmässig «gefüttert» werden. Ebenfalls wäre es gut, wenn ein roter Faden entsteht.

Ein roter Faden könnte sein:

Jeden 1. Montag im Monat wird ein Akteur «hinter den Kulissen» vorgestellt; jeden 3. Montag im Monat ein erfolgreicher Spieler und zwischendurch Geburtstagsglückwünsche gepostet. Die Möglichkeiten sind gross.

Mit einem Konzept  
regelmässig packende  
Beiträge publizieren.



# Welcher Inhalt auf Facebook und Instagram

Folgende Ziele werden mit den sozialen Medien erreicht:

- Erhöhung der Bekanntheit des Vereins
- Gewinnung von neuen Mitgliedern
- Informationen über anstehende Veranstaltungen
- Vernetzung mit anderen Vereinen im Dorf / Stadt
- Vernetzung mit anderen Tennisclubs im Kanton / Schweiz
- Neue Sponsoren finden
- Anerkennung in der Gemeinde
- Tennis wird zur Nummer 1 im Breitensport
- Tennisclubs zeigen, dass sie modern sind
- Plattform für den Austausch zu verschiedenen Themen

## Wie erreiche ich die Zielgruppe

Wichtig ist, dass der Inhalt Emotionen weckt. Ein Bild, auf dem ein leerer Tennisplatz ersichtlich ist, sagt nichts aus.

Vorab ist zu überlegen, wer der Empfänger des Beitrages ist. Wir treffen hier eine Annahme.

Der Verein möchte mehr Kinder, die sich für Tennis interessieren. Hier müssen mehrere Zielgruppen angesprochen werden. Einerseits die Kinder, andererseits aber die Entscheidungsträger sprich Erziehungsberechtigten. Hier empfiehlt sich, ein Konzept mit Wettbewerb zu erstellen. Es muss eine Interaktion stattfinden mit allen Zielgruppen. Vielleicht kann man auch den Sponsor mit einbeziehen. Zum Beispiel, wie viele Tennisbälle befinden sich in diesem Auto. Das Auto müsste dann neben dem Tennisplatz stehen und mit dem Sponsor beschriftet sein. Wann immer möglich muss eine Win-win-Situation geschaffen werden.

Dieser Wettbewerb könnte mit einem einfachen Post anfangen: Was denkt ihr, macht Herr/Frau vom Tennisklub mit diesen vielen Tennisbällen? Nach 2 Tagen: Sie/Er ist immer noch am Einladen. Nach 4 Tagen: Sie/Er hat aus Versehen die Schlüssel unter all den Bällen vergessen. Nach einer Woche endlich der Wettbewerb.

Die Wettbewerbsantworten der user werden direkt unter das Bild gepostet. Auf diese Antworten muss nicht reagiert werden. Die Gefahr ist zu gross, dass man eine Antwort vergisst zu liken oder zu beantworten. Es kann zwischendurch etwas gepostet werden: Super, wie viele sich daran beteiligen. Oder... Wir haben schon einige Antworten, die nahe an der Lösung sind etc.

Der Preis muss etwas sein, was bestehende Mitglieder erfreut, aber neue Mitglieder motiviert, auf den Tennisplatz zu gehen. Abendessen im Tennisklub-Restaurant, neues Racket etc.

**Nur aussagekräftige Bilder posten.**

**Mit den Beiträgen eine Geschichte erzählen.**

**Durch Wettbewerbe den Leser in das Vereinsleben einbeziehen.**

## Was, wenn wir keinen eigenen Inhalt haben

Es muss nicht immer ein eigener Post sein, der die Mitglieder/Zielgruppe interessiert. Es kann auch ein bestehender Post geteilt und kommentiert werden. Auch das kann zu Interaktionen führen.

Zum Beispiel ein spannender Medienbericht über Tennis. So etwas führt meistens zu regen Diskussionen.

Oder neues Trainingsmaterial, neue Erkenntnisse zu Ernährung, Training oder Material sollten geteilt werden.

### Vorbereitung ist möglich

Bereiten Sie Beiträge vor oder notieren Sie ein paar Ideen, was publiziert werden kann, wenn nichts läuft.

Zum Beispiel Challenge für die Kids:

Postet ein lustiges Tennisbild mit eurem Haustier. Kreiert einen lustigen Tennisball. Welches ist euer Lieblingstennisspieler (Abstimmung).

Für die ältere Generation:

Hier können alte Bilder ausgegraben werden: Wisst ihr noch (Bilder von 19\*\*)? Oder auch hier können Abstimmungen durchgeführt werden.

### Film oder Bild

Facebook, Instagram und YouTube können miteinander verbunden werden. YouTube ist nach Google die wichtigste Suchmaschine. Deshalb macht es Sinn, Filme den Bildern vorzuziehen. Dies bedingt natürlich, dass jemand weiss, wie er filmen muss und dies danach in guter Qualität hochladen kann. Schlussendlich spielt aber der Inhalt eine grössere Rolle als die Qualität. Lieber ein Film mit geringerer Qualität, dafür mit Emotionen, als einer, der zwar qualitativ gut ist, aber nichts aussagt.

Posts von anderen Seiten teilen und kommentieren.

Inhalt vorbereiten, falls eine Flaute herrscht.

Abstimmungen und Challenges sind gute Alternativen.

Filme den Bildern vorziehen ausser es sind aussagekräftige Fotos.

Inhalt posten, der Emotionen weckt und zu Interaktionen führt.



# Inhalt richtig aufbereiten / Formulierung

## Die Medien sind hochgeladen

Nur ein Bild oder ein Video ohne Text sagt nicht viel aus. Es motiviert auch nicht zur Interaktion.

Viel Text wird in den sozialen Medien nicht geschrieben. Kurz und prägnant mit den wichtigsten Stichworten ist angesagt.

## Kurz und knackig

In sozialen Netzwerken ist kein Platz für komplexe Formulierungen und ausgefallene Satzkonstruktionen. Formuliert kurze Sätze mit eurer wichtigsten Aussage. Sprecht den Leser wenn möglich direkt an. Drei bis fünf Zeilen reichen normalerweise. Werden es doch mehr, unbedingt in den ersten zwei Sätzen das Wichtigste schreiben. Auch eine ansprechende Überschrift ist wichtig. Nur so werdet ihr Nutzer dazu bringen, auf «mehr» zu klicken und den gesamten Text zu lesen.

## Abwechslungsreich

Die Beiträge müssen abwechslungsreich sein. Immer lustige Bilder und Filme sind langweilig. Ebenfalls nur informative Inhalte zu posten macht die Community auch nicht interessanter.

Plant verschiedenartige Inhalte, die verschiedene Zielgruppen ansprechen. Denkt aber daran, den roten Faden oder das einheitliche Erscheinungsbild nicht zu vergessen.

## Informativ oder unterhaltsam

Ist mein Post unterhaltsam oder informativ? Das ist die wichtigste Frage, die ihr euch stellen müsst. Eines von beiden müsst ihr mit ja beantworten können. Nichtsaussagender Inhalt bringt nichts und langweilt höchstens die Mitglieder. Sie werden den Beitrag kurz überfliegen, aber weder einen Kommentar noch einen Like platzieren. Der Inhalt würde auch nicht geteilt werden.

**Kurzer Text mit den wichtigsten Stichworten.**

**Mit drei bis fünf Zeilen den Leser direkt ansprechen.**

**Aussagekräftiger Titel, der zum Weiterlesen motiviert.**

**Kurze Sätze formulieren und direkt am Anfang das Wichtigste mitteilen.**

**Abwechslungsreicher Inhalt interessiert mehr.**

**Der Beitrag muss immer informativ oder unterhaltsam sein.**

## Locker und leicht

In den sozialen Medien wird mit «Du» angesprochen. Wichtig ist, dass ihr bei aller Lockerheit immer eine einheitliche Tonalität wahrt, die zu eurer Organisation passt. Immerhin soll eure Identität in der täglichen Social-Media-Kommunikation stets eindeutig präsent sein.

## Call To Action

Beiträge sind dann erfolgreich, wenn sie Reaktionen hervorrufen. Dies kann ein «like» sein oder das Teilen des Beitrages. Anhand dieser Aktionen könnt ihr grob messen, wie erfolgreich euer Post ist.

Der Facebook-Algorithmus belohnt Posts mit einer hohen, wertigen Interaktionsrate. Dabei wiederum sind Kommentare und Shares wertvoller als Likes oder Smilys.

Regt eure Follower zu Kommentaren an, indem ihr ihnen am Ende von Posts eine Frage stellt oder eine Antwort provoziert. Lasst sie eigene Geschichten erzählen und bindet sie aktiv mit ein. Durch einen gut gesetzten Call To Action lässt sich die Interaktionsrate oftmals steigern.

## Vertrauen ist gut...

Jeder Post muss auf Rechtschreibung und Inhalt mehrmals geprüft werden. Posts mit Rechtschreibfehlern mindern das Image.

Der Inhalt muss auch durch eine zweite Person geprüft werden. Es kann sein, dass jemand etwas für lustig empfindet, ein anderer dies aber persönlich nimmt.

## Kommentare

Ausser bei einem Wettbewerb, reagiert auf Kommentare. Bedankt euch oder antwortet auf Fragen. Es reicht auch, wenn ihr Kommentare liked. Aber der User möchte, dass er wahrgenommen wird und kann so motiviert werden, die nächsten Beiträge auch zu liken oder zu kommentieren.

In den sozialen Medien ist man per «Du».

Eine einheitliche Tonalität und Respekt bewahren.

Mit den Beiträgen eine Reaktion hervorrufen.

Durch eine Frage am Schluss zur Interaktion motivieren.

Post auf Fehler und Inhalt überprüfen.

Auf Kommentare und Likes reagieren. Ausgenommen Wettbewerbe.



# Wie erstelle ich eine Facebook-Seite

## Registrieren

Es geht schnell und einfach.

Vorname  Nachname

Handynummer oder E-Mail-Adresse

Neues Passwort

Geburtsdag  
 30  Mrz  1996

Geschlecht  
 Weiblich  Männlich  Divers

Indem du auf „Registrieren“ klickst, stimmst du unseren Nutzungsbedingungen zu. In unserer Datenschutzerklärung erfährst du, wie wir deine Daten erheben, verwenden und teilen. Unsere Cookie-Richtlinie erklärt, wie wir Cookies und ähnliche Technologien verwenden. Facebook ist nicht imstande, Benutzungsdaten per SMS, die du jedes Mal eingeben musst.

**Registrieren**

## www.facebook.com

Die nötigen Felder ausfüllen und auf Registrieren klicken. Wenn man nicht die persönliche E-Mail-Adresse angeben will, kann z.B. bei gmail, gmx, hotmail etc. eine kostenlose Adresse eingerichtet werden.

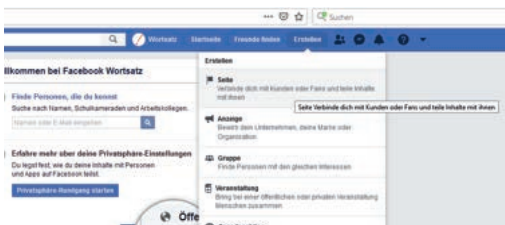


Nach dem Registrieren wird an die angegebene Adresse ein Code verschickt. Diesen im Feld eingeben und ok drücken.

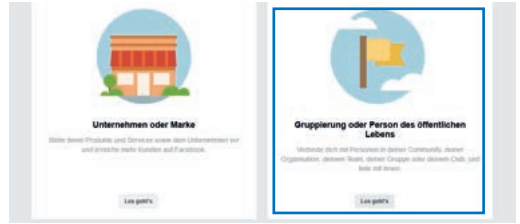
## Bild einfügen



## Seite erstellen



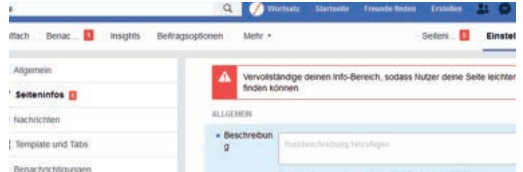
## Gruppierung auswählen



Danach die beiden gewünschten Bilder hochladen. Beide können jederzeit geändert werden.

Die Bilder, die wir eingefügt haben, erscheinen nun in der Chronik. Damit eine bessere Übersicht entsteht, empfiehlt es sich, diese Beiträge auszublenken.

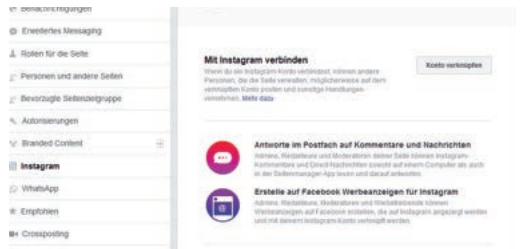
Die nötigen Informationen einfügen.



Hier können die Rollen vergeben werden. Das heisst, alle die an der Seite arbeiten, bekommen die nötigen Rechte.



Hier kann der Instagram-Account mit Facebook verbunden werden.





Bevor wir weiterfahren, eröffnen wir ein Instagram-konto. Bei Facebook nicht abmelden.

Computer: [www.instagram.com](http://www.instagram.com) (beschränkte Nutzung)

Mobile: Im appstore Instagram installieren



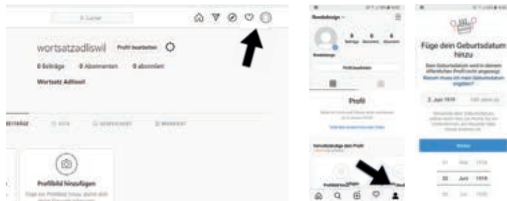
PC

Mobile

Instagram

Benutzername und Passwort eingeben und registrieren.

Danach auf das «Kopfsymbol» klicken und das Profil bearbeiten.



Sobald die nötigen Angaben gemacht sind, gehen wir wieder zu Facebook und verbinden mit Instagram.



Nun sollten beiden Accounts miteinander verbunden sein.

Instagram kann im vollen Umfang nur mit dem App benutzt werden. Das Einrichten eines Accounts ist aber auch über den Desktop möglich. Deshalb wird dies hier beschrieben.

Symbole auf der App:

Wem gefallen meine Beiträge

Neuer Beitrag   ↓   ↓   ↓   Profil bearbeiten



facebook.com  
Mit App und Webseite  
bearbeitbar

Instagram ist  
beschränkt über den  
Browser bearbeitbar.  
App installieren.

Facebook und Instagram  
miteinander verbinden,  
dann erscheint  
automatisch der Post  
bei beiden Portalen.

Bei Facebook einen  
Benutzer erstellen und  
danach zusätzlich eine  
Seite, auf der die Beiträge  
gepostet werden.

Es können verschiedene  
Administratoren  
eingerrichtet werden.



# Beiträge erstellen

Zuerst müsst ihr in den Privatsphäreneinstellungen einige Sachen anpassen. Es macht Sinn, wenn die Beiträge für alle ersichtlich sind und nicht nur für solche, die auf der Freundesliste stehen. Ebenfalls solltet ihr so viel wie möglich auf «öffentlich» einstellen, so dass alles geteilt oder kommentiert werden kann.

Wenn ihr eine Seite erstellen wollt, auf der nur Vereinsmitglieder schreiben dürfen, müsst ihr zusätzlich eine Gruppe erstellen. Schlussendlich dient die Facebook-Seite aber dazu, neue Mitglieder zu generieren oder einfach auf den Verein aufmerksam zu machen. Bitte alle Einstellungen durchkontrollieren.

## Beitrag

Nun erstellen wir den ersten Post unter «Beitrag erstellen». «Was machst du gerade» mit eurem Text überschreiben. Unter Foto/Video kann ein Bild oder Video hochgeladen werden. Wenn wir ein Bild hochgeladen haben, kann dies nachbearbeitet werden, zum Beispiel ein Gesicht mit einem Smiley abdecken.

Bild hochladen dann auf den Stift (Foto bearbeiten) klicken. Filter - Markieren - Zuschneiden - Text - Alternativtext und Sticker stehen nun zur Auswahl. Am besten ihr probiert die Optionen aus. Bevor ihr nicht auf «Speichern» klickt, passiert nichts.

Sobald das Bild bearbeitet ist, muss noch ein Text hinzugefügt werden. Mit dem sogenannten # (Hashtag) können Stichworte festgelegt werden, mit denen fremde User den Beitrag finden können (#Turnier #Zürich #Tennis) Ebenfalls können Leute markiert werden, die einen Bezug zum Bild aufweisen. Am Schluss noch festlegen, wer den Beitrag sehen darf.

## Veranstaltungen

Sehr wichtig für den Verein: Veranstaltungen. Erstellt eine Veranstaltung und wenn nötig, investiert einen kleinen Betrag für das Verbreiten des Beitrages. Ihr solltet aber ein Highlight setzen und dann diesen Beitrag bewerben. Bilder vom letztjährigen Event sind immer gut, so dass sich der Interessent ein Bild machen kann. Der Anlass ist automatisch nicht mehr publik, wenn er vorbei ist. Ebenfalls gibt es eine Option «abgesagt».



Ob Veranstaltung oder Beiträge: Motiviert alle im Verein und Freundeskreis, die Beiträge mit «Gefällt mir» zu markieren oder zu teilen.

Auf folgender Seite befindet sich ein Video-Tutorial, wie ihr richtig filmt und den Film in den verschiedenen Kanälen verbreiten könnt:

<https://zuerichtennis.ch/socialmedia>

## Rechtliche Aspekte

Ihr müsst unbedingt vorab abklären, wen ihr fotografieren oder filmen dürft. Vor allem bei Kindern kann es zu Konflikten kommen. Ihr könnt zum Beispiel ein Formular vorbereiten, das die Eltern unterschreiben müssen, wenn Sie damit einverstanden sind, dass ihr Kind fotografiert oder gefilmt wird.

Im Fall einer redaktionellen Berichterstattung (Text und Bild) über eine öffentliche Veranstaltung, z.B. über einen sportlichen Wettkampf, kann auf eine Einwilligung verzichtet werden. Auch Prominente (Politiker, Künstler, Sportler usw.) können fotografiert werden, wenn sie sich in der Öffentlichkeit aufhalten. Aber bitte nicht für Werbezwecke benutzen.

Bei Gruppenfotos bzw. Fotos mit einer Vielzahl von Personen (der Blick auf die Zuschauertribüne oder eine Mitgliederversammlung), bei denen keine Person besonders heraussticht, wiegt ein Eingriff in das Recht am eigenen Bild weniger schwer. In der Praxis wäre es oft auch nicht möglich, alle Personen ausfindig zu machen und ihre Einwilligung einzuholen. Widerspricht jedoch eine betroffene Person der Veröffentlichung, ist dies zu respektieren. Tritt auf einem Foto mit mehreren Menschen eine Person besonders hervor, z.B. aufgrund der Schärfeverhältnisse oder ihrer Position, ist eine Veröffentlichung des Fotos ohne ihre vorgängige Einwilligung unzulässig.

Ebenfalls nicht erlaubt: Bilder aus dem Internet zu kopieren und dann im eigenen Beitrag posten. Was aber erlaubt ist: Beiträge zu teilen.

**Keine Bilder aus dem Internet kopieren, ausser man hat die Bewilligung.**

## Musik im Film

Ein Film kann mit Musik mehr Emotionen wecken. Aber Achtung! Ihr dürft nicht einfach ein Musikstück in euren Film einbinden. Das Urheberrecht würde dann verletzt werden. Auch wenn der Urheber schon über 70 Jahre tot ist, kann es sein, dass die Plattenfirma oder das Orchester etc. noch Rechte an dieser aufgenommenen Variante hat. Sucht nach kostenloser Musik im Internet mit sogenannten Creative-Commons-Lizenzen (<http://www.creativecommons.ch/>).

## Was ist interessant

Interessant sind alle Bilder und Videos, mit denen sich der Begutachter identifizieren kann oder bei denen Emotionen geweckt werden. Reine Landschaftsbilder sind zwar schön anzuschauen, werden aber kaum geteilt. Filme sollten nicht zu lang sein. Wann möglich, die Sequenzen zusammenschneiden.

## Qualität

Natürlich ist es toll, wenn eine optimale Qualität publiziert wird. Und dunkelschwarze Bilder und verwackelte Videos animieren nicht zum Anschauen. Aber lieber eine mindere Qualität mit guten Inhalt, als eine super Qualität ohne Inhalt. In den sozialen Medien wird die Qualität weniger beurteilt und man kann sich mehr erlauben.

**Abklären, ob alle Personen damit einverstanden sind, wenn sie fotografiert oder gefilmt werden.**



Der Film spricht sofort auch «Nicht-Tennis-spieler» an, da er originell ist. Das Video widerspiegelt die Professionalität, zeigt aber zugleich auf, dass Tennisspielen auch lustig sein kann.

Teilen und Verlinken mit anderen Seiten.

Wettbewerbe und Umfragen durchführen.

Video-Posts erhalten die meisten Interaktionen.

Posts mit Emojis sind erfolgreicher.

Weniger Text führt zu mehr Interaktionen.

Am Schluss eine Frage formulieren oder mit einem anderen Satz die Interaktion des Lesers fördern.



Dies ist ein Vorzeigebispiel, wie ein Post aussehen muss.

Natürlich wird in erster Linie für den Käse geworben. Damit der Eintrag Beachtung findet, wurde Sempach mit einem Kälbchen fotografiert.

Einerseits kennen die meisten Sempach und andererseits ist es das Kälbchen, das einen «Jö-Effekt» auslöst und Likes bekommt. Der Käse steht hier eher im Hintergrund, die Seite bekommt aber viele Besucher.

Der Zeitpunkt der Veröffentlichung sollte geplant werden (morgens, abends, unter der Woche, am Wochenende)

**Auf folgender Seite findet ihr alle nötigen Unterlagen in Bezug auf Social-Media.**

Dieses Dokument als pdf

Ein Erklärvideo

Weiterführende Links

<https://zuerichtennis.ch/socialmedia>

## Impressum

Konzept:	Wortsatz GmbH
Layout:	Franziska Bärtsch
Tutorialfilm:	Cyrril Krähenbühl
Im Auftrag von:	Zürich Tennis Regionalverband