



Infobrief Pluspunkt Gesundheit

Ausgabe 01/2020

Inhaltsverzeichnis

1. Online-Werbung für den Pluspunkt Gesundheit.....	2
1.1 Was zählt zu Online-Werbung?.....	2
1.2 Wie können Vereine diese Möglichkeiten für sich nutzen?.....	2
2. Tipps und Tricks	5
3. Fragen und Anregungen.....	7



Alle Handwerks- und Frühjahrsaufräumarbeiten zuhause erledigt? Wie wäre es dann mit neuen Werbemaßnahmen für Ihren Verein?

Viele von Ihnen sind mit den Begriffen Werbung und Marketing bestimmt schon häufiger in Kontakt getreten. Doch wussten Sie, dass dies zwei unterschiedliche Begriffe sind, die oft fälschlicherweise als Synonyme verwendet werden? Nein? Dann lesen Sie jetzt weiter:

Kurz und knapp erklärt ist Werbung ein wesentlicher Teil des Marketings. Genauer gesagt ist es Teil im sogenannten Marketing-Mix, welcher sich aus vier Bereichen zusammensetzt: Preis, Produkt, Distribution und Kommunikation. In letzterem findet sich die Werbung wieder.

Werbung dient im Grunde genommen einer Firma, einem Unternehmen, oder einem Verein, seine Kunden oder Mitglieder über gewisse Dinge zu informieren, den Bekanntheitsgrad zu steigern, oder von einem Produkt oder einer Dienstleistung zu überzeugen. Ein weiteres Ziel im Verein ist die Mitgliedergewinnung. Es ist ein einfacher Weg, viele Menschen zu erreichen. Dazu dienen verschiedene Medien: Print-, TV-, Radio- oder Onlinewerbung. All diese Medien können von Ihnen als Verein genutzt werden.

Da dieses Thema sehr umfangreich ist, wird in diesem Infobrief nur auf Online-Werbung genauer eingegangen.

1. Online-Werbung für den Pluspunkt Gesundheit

1.1 Was zählt zu Online-Werbung?

Online-Werbung ist die wohl modernste Form der Werbung und in Zeiten der Digitalisierung nicht mehr wegzudenken. Sie bietet einige Vorteile gegenüber der Print- oder Radiowerbung, wie zum Beispiel die geringen Kosten sowie die hohe Bandbreite an Möglichkeiten und Flexibilität. Ebenfalls durch den starken Anstieg der Nutzung digitaler Geräte ist Online-Werbung unumgänglich.

Doch was genau wird unter Online-Werbung verstanden? Schlicht gesagt ist Online-Werbung *Werbung im Internet* und kann durch die verschiedensten Wege umgesetzt werden:

- Mails können verschickt werden
- Banner können auf Websites eingerichtet werden
- Eine Homepage kann erstellt werden
- Soziale Medien können genutzt werden

1.2 Wie können Vereine diese Möglichkeiten für sich nutzen?

In diesem Abschnitt wollen wir Sie über drei verschiedene Medien der Online-Werbung informieren.



Homepage

Die wohl bekannteste Methode der Online-Werbung ist die vereinseigene Homepage oder auch Website genannt. Hier befinden sich alle Informationen rund um den Verein: die Angebote, die Trainings- und Wettkampfgruppen, die anstehenden Termine, ... Wichtig bei einer Homepage ist es zum einen, diese immer auf dem aktuellen Stand zu halten und zum anderen einen benutzerfreundlichen Aufbau zu gewährleisten. Dafür sollte am besten ein Pressewart mit der Instandhaltung der Website beauftragt werden. Dies kann entweder ein Mitglied mit Erfahrung sein oder der Verein beauftragt einen externen Mitarbeiter. Hier können jedoch zusätzliche Kosten anfallen.

Nun sind Sie an der Reihe, überprüfen Sie Ihre Homepage!

- Sind alle Angebote von Ihnen aufgelistet?
- Ist das Pluspunkt-Logo eingebunden?
- Werden die Sportstätten mit Anfahrtswegen beschrieben, in denen Ihr Angebot stattfindet?
- Sind die Fotos noch aktuell oder wäre es an der Zeit bei den nächsten Übungseinheiten oder Veranstaltungen neue Fotos zu machen?

Diese fünf Dinge sollten grundsätzlich bei der Gestaltung oder bei der Überarbeitung einer Website beachtet werden:

- Maximal fünf verschiedene Farben nutzen, damit es nicht zu bunt wird (Beispiel: die Farbe des Logos und grau als neutrale Farbe)
- Eine gut lesbare Schrift verwenden
- Nicht zu viele Bilder und Grafiken benutzen (es kann das Gesamtbild stören und den Betrachtenden überfordern)
- Eine einfache Navigation und ein übersichtliches Design sind wichtig
- Die Website so einrichten, dass bei jedem Medium, mit dem die Website aufgerufen wird (Laptop, Smartphone, ...), das gleiche Format erscheint
- Bildmaterial in guter Qualität und Auflösung verwenden, dabei unbedingt den Datenschutz bzw. die Bildrechte beachten

Diese Plattform bietet ebenfalls die Gelegenheit, die Besonderheiten des Vereins aufzuzeigen, die einen von anderen Vereinen abgrenzt. Ein Beispiel wäre die Darstellung als Bewegungsexperte für den Bereich Gesundheitssport. Dadurch entstehen Möglichkeiten für Kooperationen mit ortsansässigen Ämtern, Ärzten, Firmen, Senioreneinrichtungen oder Kinder- und Jugendorganisationen.

Soziale Medien

Die sozialen Medien sind in den letzten Jahren zu einem festen Bestandteil des Alltags vieler Menschen geworden. Positive Aspekte bieten das direkte Ansprechen von Zielgruppen sowie die enorme Reichweite. Gerade die jüngere Generation kennt sich hier besonders gut aus, weshalb ein jüngeres Mitglied mit der Instandhaltung der sozialen Medien des Vereins



beauftragt werden sollte. Dies kann als Chance gesehen werden, abteilungsübergreifend zu arbeiten und die jüngere Generation an die Vereinsarbeit heranzuführen.

Einige Dinge gibt es zu beachten. Egal ob bei Instagram, Facebook, YouTube oder Twitter, **eine regelmäßige „Pflege“ des Profils ist äußerst wichtig. Halten Sie es immer auf dem Laufenden und füllen Sie es mit aktuellen Geschehnissen.**



Jedoch ist es notwendig, auf die unterschiedliche „Sprache“ des jeweiligen Netzwerkes zu achten (Duzen/Siezen, ...). Ebenfalls werden unterschiedliche Inhalte in den entsprechenden Netzwerken mit der Öffentlichkeit geteilt. So werden auf Facebook meist Informationen zu Veranstaltungen (Wettkämpfe, Lehrgänge, ...) oder Rückblicke mit einem presseähnlichen Text geteilt, während auf Instagram der Fokus auf Bildern oder Videos mit kurzen Texten als Unterschrift gelegt wird.

Nun sind Sie an der Reihe!

- Hat ihr Verein Kanäle in den sozialen Medien?
- Wissen Sie, wer diese Seiten betreut?
- Wurden Ihre Pluspunkt-Angebote dort bereits beworben?
- Ist dort auch das Pluspunkt-Logo eingebunden?
- Verwenden Sie den Hashtag #pluspunktgesundheit

Ideen für Instagram-Posts:



- Throwback-Thursday“ (heißt übersetzt so viel wie "Rückblick-Donnerstag". Dabei posten Nutzer jeden Donnerstag ältere Fotos auf Instagram, mit denen sie sich selbst und ihre Freunde an vergangene Tage erinnern)
- Einen Einblick hinter die Kulissen geben
- An Feiertage erinnern
- Jahresrückblicke
- Übungsleiter*innen/ Trainer*innen vorstellen
- Neue Kursprogramme vorstellen

Ideen für Facebook -Posts:



Die oben aufgelisteten Ideen für Instagram-Posts können natürlich auch bei ihrer Facebook-Seite verwendet werden. Dabei können ausführlichere Texte verwendet werden.

Ein Beispiel für einen Mustertext für das standardisierte Programm „Cardio-Aktiv“, das sie mit einem Foto/Abbildung kombinieren sollten:

(Diese Texte erhalten sie bei den Schulungen in das jeweilige standardisierte Programm)

Du bist an einer variantenreichen Heranführung an ein HerzKreislauftraining interessiert? Dann bist du hier genau richtig!

Der Kurs „Cardio-Aktiv“ hilft dir, mit vielseitigen praktischen Übungen und theoretischem Wissen langfristig körperlich aktiv zu bleiben. Nutze Inhalte wie Power-Walking und Walk-Aerobic, um Bewegungsmangelkrankheiten vorzubeugen und deine Ausdauer zu stärken.

Das Beste zum Schluss: Du kannst bis zu 80% der Kursgebühren von Deiner Krankenkassen zurückfordern.

Neugierig geworden? Dann melde Dich jetzt an!



Facebook ist eine gute Möglichkeit, um Interessierte auf die vereinseigene Website zu „locken“. Wird in einem Facebook-Post eine Website-URL gepostet, so erstellt Facebook hierzu automatisch eine sogenannte Vorschau, also zieht sich das Bild, Überschrift und einen kurzen Teasertext der Website. Der Bearbeitende erspart somit auch etwas Arbeit.

Sollte Ihr Verein eine Facebook-Seite, einen Instagram-Account o. ä. besitzen, ist es sinnvoll, diese Information auf der Website zu erwähnen. Am besten durch einen eigenen Reiter „Soziale Medien“ oder die Verlinkungen werden auf der Startseite eingefügt. So müssen die Nutzenden nur darauf klicken und landen auf dem entsprechenden Profil.

Newsletter

Der Newsletter bietet eine großartige Möglichkeit, die aktuellen Neuigkeiten des Vereins kurz vorzustellen. Neue Übungsleitende, neue Kursprogramme, ... können in einem regelmäßigen Abstand vorgestellt werden. Ebenso kann auf anstehende Aktionen oder Veranstaltungen aufmerksam gemacht werden.

Ein Newsletter baut sich in etwa so auf: eine kurze und präzise Überschrift gefolgt von einem knappen Text, der zum Weiterlesen animiert. Das Ganze wird dann mit einem Foto geschmückt, welches entweder aus dem eigenen Fundus stammt oder aus einer Bilddatenbank, für die Ihr Verein die Rechte besitzt. Als letztes wird der Link zum eigentlichen Artikel oder zur entsprechenden Internetseite gesetzt. Fertig!

Sollte Ihr Verein aus mehreren Abteilungen bestehen, kann der Newsletter in die verschiedenen Abteilungen unterteilt werden, gekennzeichnet durch unterschiedliche Farben.

2. Tipps und Tricks

Zum Schluss wollen wir Ihnen noch ein paar Tipps und Tricks mit auf den Weg geben, wodurch sich Ihre Öffentlichkeitsarbeit effektiver gestalten lässt.

Tipps 1: Die Kamera immer dabei haben!

Egal ob bei Wettkämpfen, Grillfesten oder einem Tag der offenen Tür, eine Kamera sollte nie fehlen. Die Bilder können für einen Artikel oder die Website genutzt werden, um diese attraktiver zu gestalten. Sinnvoll wäre es, sich vor der entsprechenden Veranstaltung die Erlaubnis der Teilnehmenden einzuholen, dass sie fotografiert werden dürfen.

Tipps 2: Texte von Printmedien können auch online genutzt werden

Damit sowohl online als auch offline über Aktuelles berichtet werden kann muss nur ein Text verfasst werden. Dieser kann kostenlos in einer Lokalzeitung gedruckt werden (sofern der Inhalt rein informativ ist) und gleichzeitig auf soziale Medien, Homepage und Co. hochgeladen werden.



Tipp 3: Unterstützung bei jüngeren Mitgliedern suchen

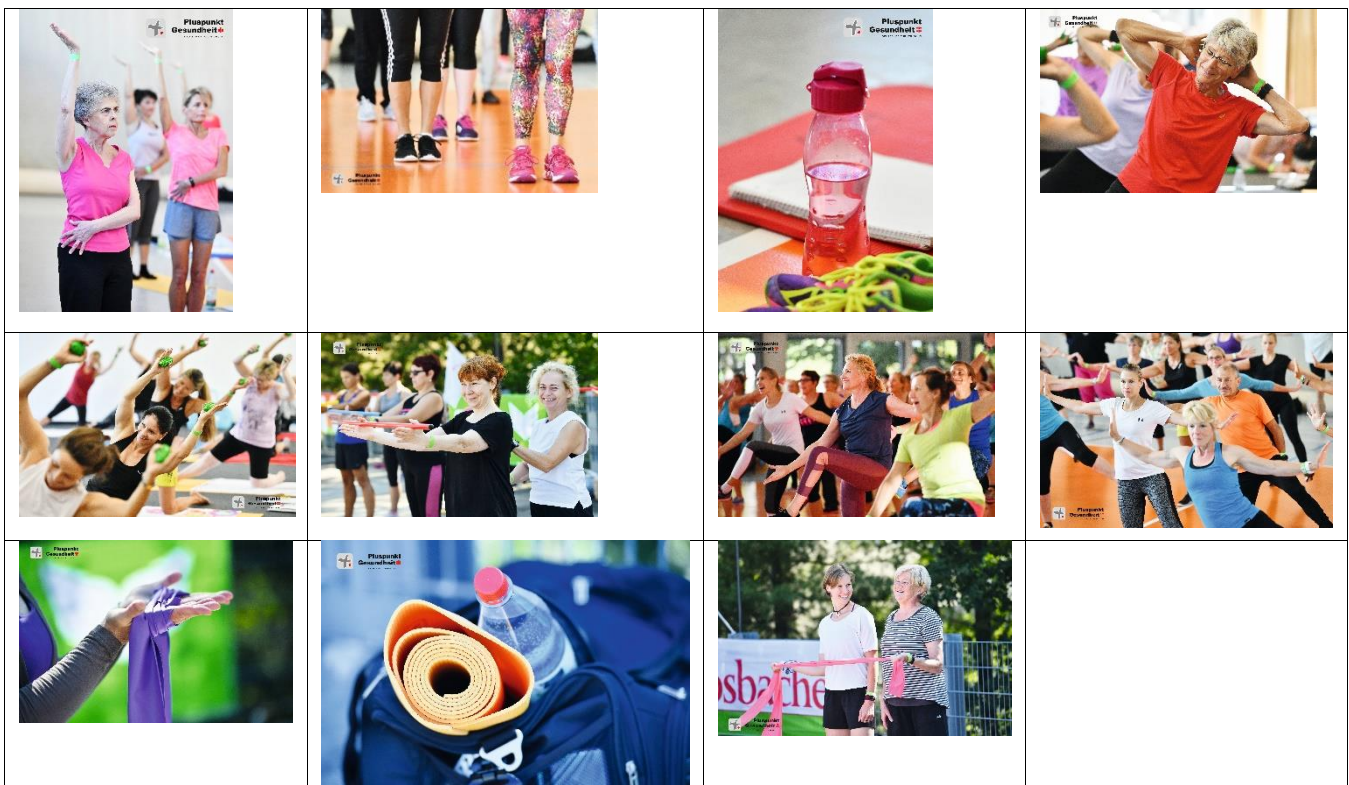
Sodass sich nicht nur eine Person um die gesamte Öffentlichkeitsarbeit kümmern muss, ist es sinnvoll, neben dem Pressewart noch eine weitere Person miteinzubeziehen. Diese könnte sich primär um Onlinemedien kümmern. Hierfür wäre die Einbindung jüngerer Mitglieder sinnvoll, welche sich in der Regel gut mit sozialen Medien und Co. auskennen. Dies kann als Chance gesehen werden, abteilungsübergreifend zu arbeiten und die jüngere Generation an die Vereinsarbeit heranzuführen.

Tipp 4: Bilder als Eyecatcher verwenden

Um die Aufmerksamkeit des Lesenden auf die eigene Werbung zu lenken, sollte immer ein passendes Bild als Eyecatcher verwendet werden. Bilder erregen mehr Aufmerksamkeit als ein Text.

Sie haben keine oder nur wenige Fotos, um ihre Pluspunkt-Angebote zu bewerben? Dann nutzen diese:

Sie können diese Bilder [HIER](#) herunterladen. Bitte beachten Sie, dass diese Bilder nur bei Veröffentlichungen von vereinseigenen Internetseiten, Vereinszeitschriften oder bei vereinseigenen Profilen bei sozialen Medien genutzt werden dürfen!





3. Fragen und Anregungen

Sie haben Fragen, Anregungen oder Wünsche?
Zögern Sie nicht Kontakt aufzunehmen.

Pluspunkt-Büro:
pluspunkt@dtb.de
06967801143