

**BKMOV:**

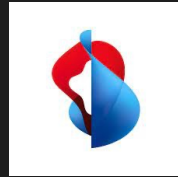
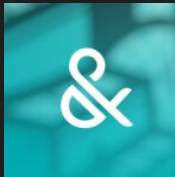
**Werbung und**

**Kommunikation im Verein**

# Kontakt

Simon Schütz

Erfahrung im Verein &  
im Marketing



# Agenda

**01** Ziele & Zielgruppen

**05** Key Takeaways

**02** Social Media & Webseite

**06** Fragen und  
Abschlussrunde

**03** Mitglieder als  
Botschafter/innen

**04** CD – Corporate Design

Was sind deine aktuellen  
Herausforderungen?

Welche Themen interessieren dich?

Was sind deine Erwartungen an den  
heutigen Tag?

# Ziele & Zielgruppen

# Warum braucht es Ziele?

«Wer nicht weiss, wohin er will, der darf sich nicht wundern, wenn er ganz woanders ankommt»  
– Mark Twain

- Ziele beeinflussen die Wahl der Massnahmen
- Ziele beeinflussen den Einsatz von Ressourcen (monetär und personell)
- Mit Zielen lässt sich der Erfolg messen

# Ziele definieren

## Zielhierarchie im Unternehmen

Unternehmensziele  
Steigerung des Gewinns um XY %

Kommunikationsziele  
Kaufbereitschaft der Zielgruppe erhöhen

Digital-Marketing-Ziele  
Z % Mehrumsatz über digitale Kanäle

Social-Media-Ziele  
Awareness, Traffic, Sales, Service ...

# Ziele definieren

## Zielhierarchie im Verein

### Vereinsziele

Mitglieder, Nachwuchs, Publikum, Sponsoring, etc.

### Kommunikationsziele

Bspw. Blasmusik bei der ZG positiv positionieren

### Marketingziele

Bspw. 5 neue Mitglieder, 20 % mehr Publikum, etc.



# Ziele definieren

## Zielhierarchie im Verein

### Vereinsziele

Mitglieder, Nachwuchs, Publikum, Sponsoring, etc.

### Kommunikationsziele

Bspw. Blasmusik bei der ZG positiv positionieren

### Marketingziele

Bspw. 5 neue Mitglieder, 20 % mehr Publikum, etc.

# Gruppenarbeit:

Ihr organisiert einen Anlass mit dem Verein.

Welche Ziele formuliert ihr?

Welche Zielgruppe(n) wollt ihr erreichen?

Gruppe 1: Jahreskonzert

Gruppe 2: Instrumentenvorstellung

Gruppe 3: Ständli im Dorf

Gruppe 4: Lotto

# Lösungsansatz Jahreskonzert:

Ziele: Aufmerksamkeit, Publikum,  
Konsumationen, Sponsoren, Gönner, ...

Zielgruppen: Mitglieder, Medien,  
Dorfbevölkerung, Lokale Geschäfte,  
Gemeindevertreter, ...

# Lösungsansatz Instrumentenvorstellung:

Ziele: Nachwuchs, Information,  
Aufmerksamkeit, ...

Zielgruppen: Lehrpersonal Schule,  
Gemeindevertreter, Kinder, Eltern,  
Musikschulen, Musik Lehrpersonal, ...

# Lösungsansatz Ständli:

Ziele: Aufmerksamkeit, Spenden,  
Publikum, ...

Zielgruppen: Dorfbevölkerung,  
Gemeindevertreter, (Medien), ...

# Lösungsansatz Lotto:

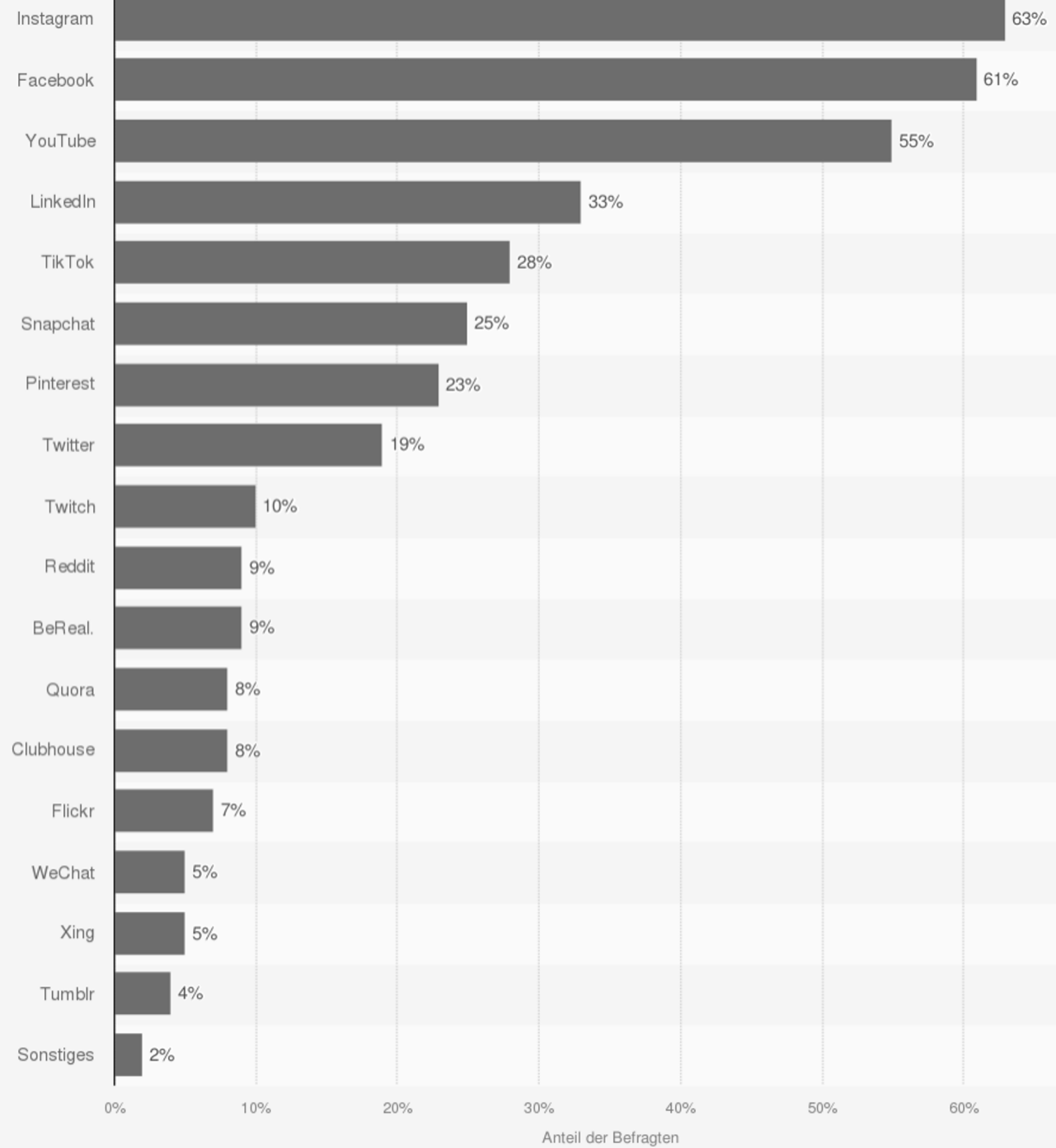
Ziele: Aufmerksamkeit, Mitspieler Dorf,  
Mitspieler fern, Preisspenden, ...

Zielgruppen: Dorfbevölkerung,  
überregionale Fans, lokales Geschäft,  
Gemeindevertreter, Medien, ...

25' Pause



**Social Media & Website**



# Die 7 grossen Social-Media-Lügen

1

Mit unseren Beiträgen erreichen wir ((Anzahl)) Fans/Follower

5

Facebook ist bei den «Jungen» durch – keine «Alten» sind auf TikTok

2

Social Media ist gratis

6

Vor allem ungebildete Menschen konsumieren Social-Media-Beiträge

3

Bild, kurzer Text, fertig – Social Media geht schnell

7

Es geht nur um Stars, Schminke-Tutorials und Cat-Content

4

Social Media läuft nebenbei

Vereinsaktivitäten eignen sich ideal für Social-Media-Kommunikation.

Es geht um Menschen, Emotionen und Erlebnisse.

Bilder, Videos, Reels, Storys, etc.

Aber:

Alle Infos, die auf Social Media  
gepostet werden, müssen auf der  
Website enthalten sein.

Sie ist der zentrale Hub für die  
Vereinskommunikation.

Ein Beispiel:

<https://mglyss.ch/>

# Gruppenarbeit:

Neben Social Media und der Webseite gibt es aber auch noch andere Kommunikationskanäle und Werbemittel.

Welche kennt ihr? Welche nutzt ihr?  
Welche Erfahrungen habt ihr gemacht?

# Lösungsansatz:

Flyer, Programmheft, Plakate, Schilder  
am Dorfeingang, Mund zu Mund,  
Mitglieder, Anzeiger, Newsletter,  
WhatsApp-Status, Heckscheiben-  
aufkleber, Vereinszeitung, ...



**Mitglieder als  
Botschafter/innen**

# Mitglieder aktivieren

- «Niemand will sich mehr engagieren»
- «Keiner will Zeit investieren für den Verein»
- «Wir finden kaum Vorstands- und Muko-Mitglieder»
- «Der Flyer wurde kaum verschickt»

# Idee: Ein Kommunikationspäckli

Hürden abbauen, damit einfacher und vielfältiger über anstehende Events kommuniziert werden kann.

## Digital

- Programm als PDF
- Zugeschnittene Bilder für verschiedene Einsatzgebiete

## Analog

- Programme (gemeinsamer Versand-Event planen)
- Plakate
- Flyer



Original  
Mailversand

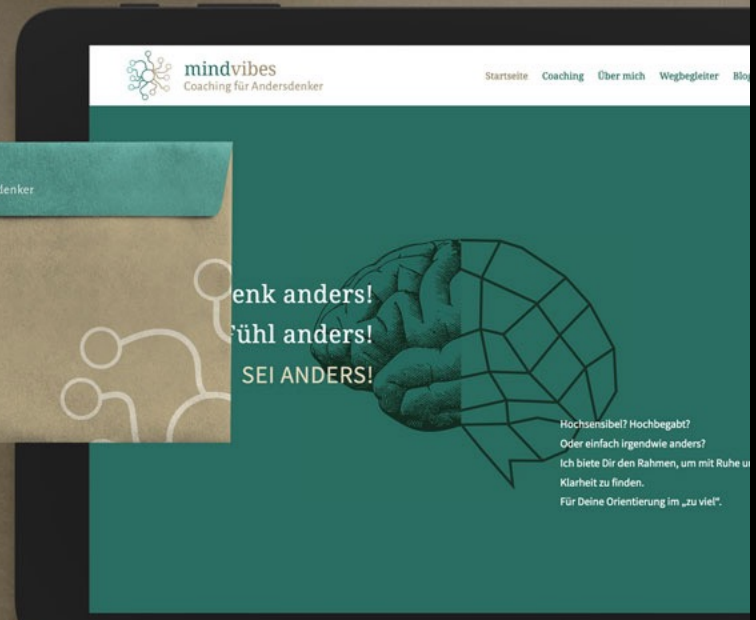
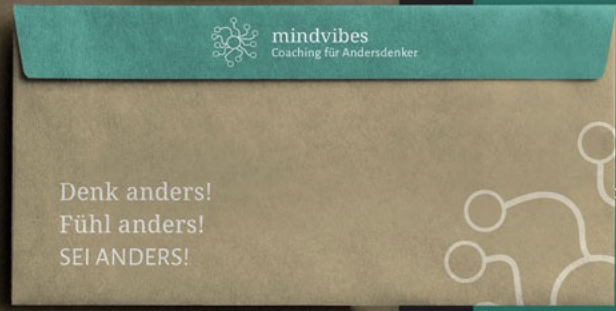


16:9 und 1:1  
Social Media Feed,  
Nachricht, Mail



9:16  
Social Media Story,  
WhatsApp Status

CD – Corporate Design









# Key Takeaways

- Setzt euch Ziele bei Marketing- und Kommunikationsmassnahmen.
- Überlegt, wer eure Zielgruppe bei jeder Massnahme ist und was sie wissen will/muss.
- Informiert eure Mitglieder als erstes und umfassend. Versorgt sie mit genügend passendem Material.
- Investiert in einen klaren Auftritt online und offline.
- Schaut im Vereinsnahen Umfeld nach (semi) professioneller Hilfe.
- Probiert neue Dinge aus und seid mutig.

# Fragen?

# Vielen Dank und alles Gute!