

5. November 2014

## **Schweizer Fussball und Social Media, eine Win-win-Situation**

**Social Media ist bei den Fussballteams der Raiffeisen Super League definitiv angekommen. Alle Clubs sind auf Facebook, Twitter und Instagram aktiv und zeigen sich meist sehr zufrieden damit. Die Mehrheit betreibt eigene YouTube-Channels, der FC Zürich hat gute Erfahrungen mit Xing und LinkedIn gemacht und der FC Basel sucht seine jungen Fans auf Snapchat. Die Clubs wollen in Zukunft den Social Media Bereich weiter ausbauen. Dies ist das Resultat einer Umfrage.**

### **Aufwand 10 bis 100 Stellenprozente**

Die Betreuung der Social Media Plattformen Facebook, Twitter, Instagram und YouTube wird beim FC Aarau ehrenamtlich betreut. Ansonsten setzen die Fussballclubs dafür 10 bis 30 Stellenprozente ein, nur beim FC St. Gallen beträgt diese Arbeitszeit gemäss Daniel Last, Leiter Medien und Kommunikation, rund 100 Stellenprozente. Er zeigt sich gleichzeitig erstaunt, dass andere Clubs auf lediglich 30 Stellenprozente kommen.

### **Bei Facebook, Twitter und Instagram sind alle dabei...**

Auf den Facebook-Seiten wird eifrig gepostet, Tore in den Partien werden meist sofort auf Facebook bekanntgegeben. Die Interaktion (das Kommentieren, Liken oder Teilen) auf Facebook funktioniert. Die Clubs haben mit Facebook gute bis sehr gute Erfahrungen gemacht und erreichen dort auch viele Leute. Der FC Basel hat mit riesigem Abstand mit 1,29 Mio. die meisten Fans, am Schluss dieser Rangliste ist der FC Vaduz mit rund 4'300 Fans. Zufrieden zeigen sich die Vereine auch mit Twitter, obwohl die Erfahrungswerte hier relativ klein sind, da fünf Clubs erst letztes oder dieses Jahr zu diesem Kurznachrichtendienst gestossen sind. Die Followerzahlen bewegen sich hier von knapp 800 (FC Vaduz) bis rund 52'000 (FC Basel). Zu Instagram äussern sich alle Kommunikationsverantwortlichen der Mannschaften positiv.

### **...bei YouTube fast alle**

Sechs Vereine betreiben einen YouTube-Channel. Die Abonnentenzahlen auf YouTube sind im Vergleich zu den Followers auf Twitter deutlich tiefer. Unterschiedlich äussern sich die Clubs zu YouTube. Der FC Basel pflegt die Videos direkt im Videoportal seiner Website, da er den Benefit eines dezidierten Kanals auf YouTube nicht wirklich sieht. Als der Club den YouTube-Channel aktiv pflegte, war die Resonanz mässig.

### **Die Geschichte mit Google+**

Da Google seine Dienste untereinander verbindet, haben jene mit einem YouTube-Channel auch eine Google+ Seite. Dies ist den Clubs oft nicht bewusst. Einzig der FC St. Gallen bewirtschaftet aktiv seine Google+ Seite. Daniel Last meint: „Google+ haben wir quasi als Spiegel für die Facebook-Plattform eingesetzt, um dort schlichtweg zunächst einmal präsent zu sein. Wir sehen es wie viele (vermeintliche oder echte) Experten, dass Google+ als seriöser Gegenspieler zu Facebook auftreten kann und wird.“

### **Soundcloud, Xing, LinkedIn und Snapchat**

Einige Mannschaften setzen auf Audiodateien: Der FC St. Gallen führt einen offiziellen Soundcloud-Channel, YB ist dort mit dem Fan-Channel „Radio Gelb Schwarz“ unterwegs, laut Schriftsteller und Fussballfan Pedro Lenz „dem vermutlich weltweit kompetentesten Fussballradio der Gegenwart“. Und seit der langjährige Radiomoderator Nik Thomi sich beim FC Thun für die Medien und die Kommunikation verantwortlich zeigt, werden Podcasts im Berner Oberland fast täglich produziert.

Eine andere Schiene fährt der FC Zürich. „Für Business-Kontakte sind XING und LinkedIn interessante Plattformen. Wir haben dort bereits den einen oder anderen spannenden Kontakt knüpfen können und mit beiden Kanälen ausschliesslich positive Erfahrungen gemacht“ äusserst sich der Medienverantwortlicher Patrick Lienhart.

„Wir holen die Fans in jenen Kanälen ab, wo sie auch wirklich aktiv sind. Die ganz jungen FC Basel-Fans nutzen hauptsächlich Instagram und Snapchat“ erklärt Dominik Weber vom Webteam des Tabellenführenden. So versucht sich der FC Basel neu mit Snapchat. Durch den Snapchat-Account erreicht Basel bereits über 1'000 Fans, die sie sehr effizient erreichen und erfolgreich (z.B. für Autogrammstunden) aktivieren können.

Der FC Basel macht es vor: Trends beobachten und die Social Media-Kommunikation entsprechend anpassen. Alle Clubs mit Ausnahme vom FC Vaduz geben aber ebenso an, den Social Media Bereich in nächster Zeit ausbauen zu wollen.

Anhang:

- Linkliste zu den soziale Netzwerken der Fussballteams der Raiffeisen Super League

## Soziale Netzwerke der Fussballteams der Raiffeisen Super League

<u>FC Basel</u>							
<u>FC Zürich</u>							
<u>FC St. Gallen</u>							
<u>FC Thun</u>							
<u>BSC Young Boys</u>							
<u>FC Aarau</u>							
<u>FC Sion</u>							
<u>Grasshopper Club</u>							
<u>FC Vaduz</u>							
<u>FC Luzern</u>							

5. November 2014