

# SKF Jahresbericht Social Media

## Einleitung

Die Zahlen unserer Social Media Plattformen sind in den letzten zwölf Monaten stetig gewachsen. Dabei konnte ebenfalls die Interaktion mit den Mitgliedern auf den Plattformen gesteigert werden und rundum ein höherer Interaktionswert mit den Beiträgen erreicht werden.

Seit dem Ausbruch der Covid-19-Pandemie konnte ein Rückgang der Mitgliederzahlen bei zahlreichen Dojos der SKF beobachtet werden. Als Reaktion darauf wurde ein Massnahmenkatalog zur Umsetzung der Mitgliedergewinnung für die Dojos und Sektionen zusammengestellt. Damit sollen die Dojos auf dem Weg aus der Corona-Krise unterstützt werden. Es wurde eine detaillierte 10 Punkte-Liste mit Erklärungen und der Möglichkeit alles an einem online Round Table zu besprechen, gegeben.

### 1. Einige Zahlen der letzten 12 Monate

Plattform	Abonnenntenzahl	Standort-CH	Wachstum
Facebook	2'153	40.4%	+ 25.7%
Instagram	3'384	49%	+ 20.6%
LinkedIn	176	86%	-

(stand 19.10.21)

Das Wachstum auf Facebook beträgt 25.7% (von 1'713 im 2020 zu 2'153), letztes Jahr betrug das prozentuale Wachstum 93%. Dieses überdurchschnittliche Wachstum war langfristig nicht möglich zu halten. Das Wachstum hat sich nun auf einem hohen Durchschnittswachstum stabilisiert – das ist positiv.

Das Wachstum auf Instagram beträgt 20.6% (von 2'805 im 2020 zu 3'384), letztes Jahr betrug das prozentuale Wachstum 19.7%. Somit konnte das Wachstum sogar leicht gesteigert werden.

Wie bereits letztes Jahr erwähnt, ist der Schweizer Anteil unserer Abonnentinnen und Abonnenten auf Facebook und Instagram tief. Letztes Jahr betrug der Anteil auf Instagram 43%, somit konnte hier eine Zunahme verzeichnet werden, auf Facebook ist der Anteil trotz dem Wachstum unverändert geblieben. Auch wenn sich die Zahlen immer noch auf einem Tief befinden, ist zumindest keine Abnahme zu beobachten. Da bis anhin grösstenteils Inhalte betreffend der SKF geteilt wurden, ist es schwierig, genau zu identifizieren warum der prozentuale Anteil

der Abonnenten mit Schweizer Standort nicht höher liegt. Gleichzeitig ist zumindest keine weitere Abnahme zu verzeichnen, somit müssen die Zahlen weiter beobachtet werden.

## 2. Tokio #2020

Die Posts folgten dem vorher abgesprochenen Redaktionsplan und konnten zeitnah ohne Probleme umgesetzt werden. Gleichzeitig wurde in letzter Minute ein Fotograf organisiert, was den Gehalt der Berichterstattung wesentlich erhöht hat.

- Swiss Olympic Posts teilen
- «Viel Glück»-Post
- Public Viewing 7. August 2021
- **7. August 2021**

## 3. Analyse der Zielsetzung 2020/21

	<i>Karate 1 Premier League Turniere und Karate 1 Youth League Turniere</i>
Analyse	<p>Es wurde ausführlich über alle K1 Premier League Turniere und Karate 1 Youth League Turniere berichtet.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zusätzlich wurden die aktuellsten Änderungen bezüglich, Wettkampforten oder Verschiebedaten bekannt gegeben.</li> <li>• Es wurde versucht, an den Karate 1 Premier League Turnieren jeweils ein Team-Foto zu posten.</li> <li>• Es konnten am Karate 1 Youth League in Istanbul Podestfotos organisiert werden</li> </ul>

	<i>Elite und Nachwuchs EM und WM</i>
Analyse	<p>Die Vorstellung der Athletinnen und Athleten wurde vorgängig gepostet, dazu wurden die aktuellsten Informationen publiziert. Gleichzeitig wurde eine Umfrage nach den Nachwuchs-Europameisterschaften in Tampere bei den Teilnehmenden betreffend Social Media der SKF durchgeführt. Die Auswertung zeigt, dass die Arbeit bei den Teilnehmenden durchwegs positiv bewertet wurde. Zukünftig sollen solche Umfragen regelmässig durchgeführt werden, um die eigene Arbeit stetig zu optimieren und die Zufriedenheit der Mitglieder sicherzustellen.</p> <p>Auf die übrigen Punktturniere wurde hingewiesen und das Medaillen-Ranking veröffentlicht.</p>

	<i>Nationale Turniere: SKL und SM</i>
Analyse	<p>Bei den Turnieren wurde eine Veranstaltung auf Facebook erstellt und das ganze Wochenende konnten die Teilnehmenden ihre Fotos und Videos</p>

	markieren, dadurch wurden sie von der Instagram-Seite @swisskarate in der Story repostet. Dies wurde am bisher einzigen nationalen Turnier dieses Jahr, der SM 2020, durchwegs umgesetzt.
--	---

	Q&A's
Analyse	Nach dem Q&A anfang Jahres, wurde entschieden diese Serie bis auf weiteres einzustellen. Da die Nachfrage und Teilnahme rapide abgenommen haben.

	<i>Breitensport: JKL Turniere, 6K Events, NSK und J&amp;S Ausbildungs-Module</i>
Analyse	Die zeitnahe Berichterstattung ist noch nicht immer vollumfänglich gewährleistet. Verbesserung kann durch eine direkte Absprache mit den Veranstaltern (bei JKL und 6-Event) erfolgen. J&S nochmals mit Thomas Hertig das genaue Vorgehen besprechen. Zudem muss die eigene Kommunikation mit dem NSK verbessert werden.

	<i>Karate4all und PluSport</i>
Analyse	Es wurde das Behindertensport Lager in Leysin besucht, dabei ein Kurzvideo erstellt und über das im Herbst stattgefundene Lager in Sumiswald, berichtet.

	<i>„Manual zur Umsetzung der Sport-Toto-Gesellschaft Kommunikationsmassnahmen ab 2020“ 3x pro Jahr (1x Januar bis April, 1x Mai bis August, 1x September bis Dezember) ein Post/Videopost auf Facebook und Instagram betreffend Swisslos und Lotterie Romande</i>
Analyse	Dies wurde erfolgreich umgesetzt.

#### 4. Ziele 2021/22

- Das Wachstum soll im nächsten Jahr wiederum bei allen Plattformen mindestens 20% betragen
- Der Fokus muss weiterhin auf dem Ansprechen von Schweizer Abonentinnen und Abonenten sowohl auf Facebook als auch Instagram liegen. Ziel wäre hier mindestens 50% bei Instagram und Facebook zu erzielen.
- Social Media Kommunikation im Breitensport verbessern; eine Ansprechperson bei der NSK finden.
- Manual zur Umsetzung der Sport-Toto-Gesellschaft Kommunikationsmassnahmen umsetzen
- *Social Media Handbuch für Kadermitglieder SKF erarbeiten*