



I
Believe
In
You.

STAND 3

SPONSORING & SOCIAL MEDIA

INTRO



SOCIAL MEDIA WICHTIG

«Social Media **isn't real life**, it's just everyone's **highlight reel**.»

Tipp: Doku [«The Social Dilemma»](#), Netflix





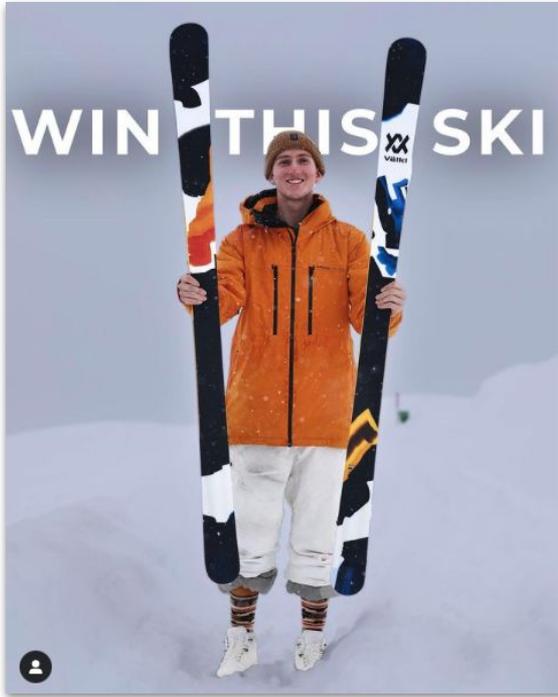
CONTENT

BRANDED CONTENT

- Eigenes Design beibehalten
- Story im Vordergrund
- Markierung in Caption, allenfalls
Werbepartnerschaft → zwingend, wenn Geld
fließt
- Bedürfnisse der Partner berücksichtigen
- kein einseitiges Product Placement
- Auswertung vornehmen



BRANDED CONTENT BEISPIELE



WIN THIS SKI

andriragetli Laax, Switzerland

andriragetli SKI GiveAway
I will give away this brand new @voelkisks! 🔥

4 simple steps to win the SKI ↓

- 1 like this post! ✓
- 2 comment and tag 3 friends! ✓
- 3 follow me @andriragetli! ✓
- 4 follow @voelkisks + @air.apparel_ ✓

Bonus steps:
1 share this post in your story to have better chances to win it! ✓

Gefällt **ibelveinyou_schweiz** und **24.709 weitere Personen**

20. DEZEMBER 2020

Kommentar hinzufügen ... Posten



andriragetli Laax, Switzerland

andriragetli Let's GO switzerland! 🇨🇭🔥 #HoppSchwiz

Ps: my neck hurts now... 😊 jk

#Euro2020 #SwissTeam #Switzerland #Soccer #QuarterFinal #LetsGo #Suisse #Xhaka

👉 @gianragetli / @panasonic_ch

5 Wo.

margot.lamorgese Nobody Nobody Does It Better 🙌 😊

5 Wo. Gefällt 132 Mal Antworten

Gefällt **bierii11** und **31.353 weitere Personen**

2. JULI

Kommentar hinzufügen ... Posten



GOOD TO KNOW

RECHTLICHES

mll

SWISSski+

Leitfaden

Zur Nutzung von Social-Media-Plattformen im Sport

Wie Sportler, Sportvereine und Sportverbände Social-Media-Plattformen rechtlich korrekt nutzen

RECHTSBESTIMMUNGEN

TAKE-OUTS

- **Verträge:** durchlesen, nachlesen!
- **Urheberrecht:** Fotograf:in markieren, absprechen.
- Keine **falschen Infos** verbreiten.
- Vorsicht bei **Marken als Hashtags**.
- Achtung bei **Konkurrenzprodukten**.





VIDEOS

ENTWICKLUNG VIDEO

- **Primärer** Content, TikTok.
- Mehr **Möglichkeiten**.
- Längere **Aufmerksamkeitsspanne**.
- **Persönlich**.





VOR DER KAMERA

- **Authentizität**
- Beim **Sprechen**: in die Kamera schauen!
- **Text** vorbereiten.
- **Natürlichkeit.**
- **Übung** macht den Meister.

RICHTIG FILMEN

1. **Stativ:** wichtigstes Gadget.
2. **Hintergrund:** Passend und einfach.
3. **Perspektive:** Sei kreativ.





VIDEOS SCHNEIDEN

- **Programme:** iMovie, DaVinci Resolve (kostenlos), Final Cut pro, Premiere pro.
- **Smartphone:** VN, CapCut (kostenlos), LumaFrame.

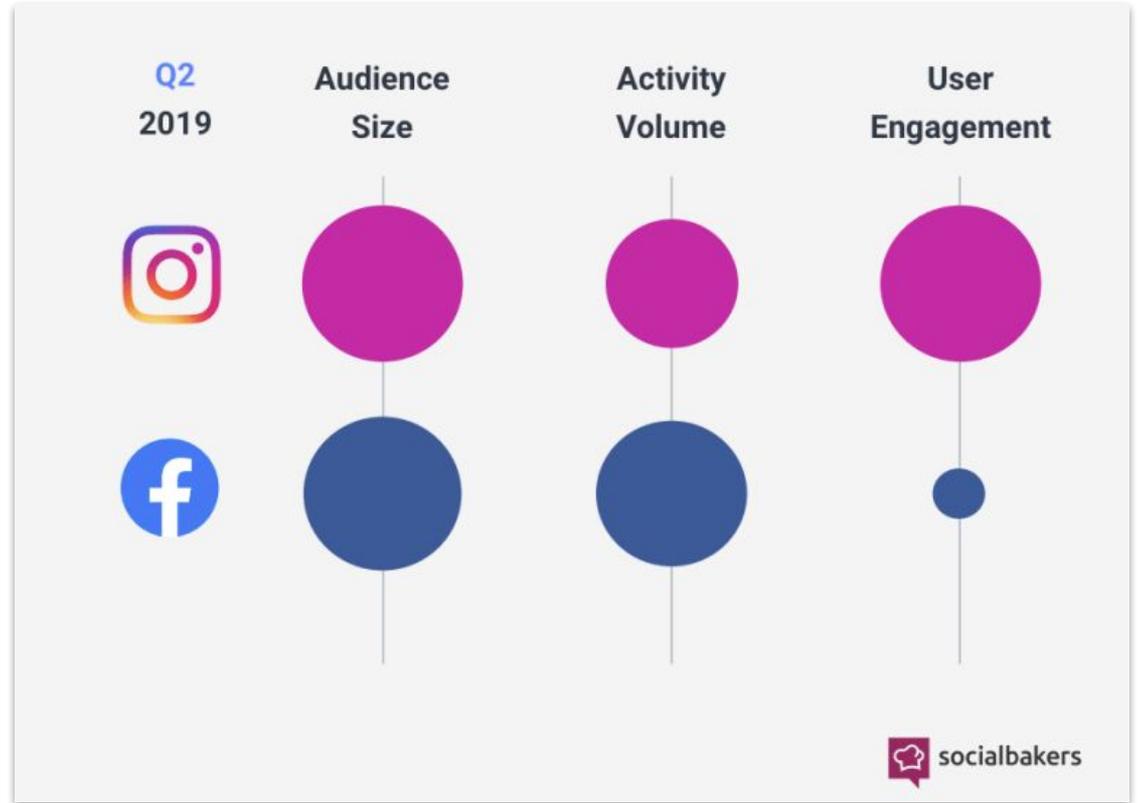
→ Oder: Instagram/TikTok
- **Empfehlung:** Online Tutorials



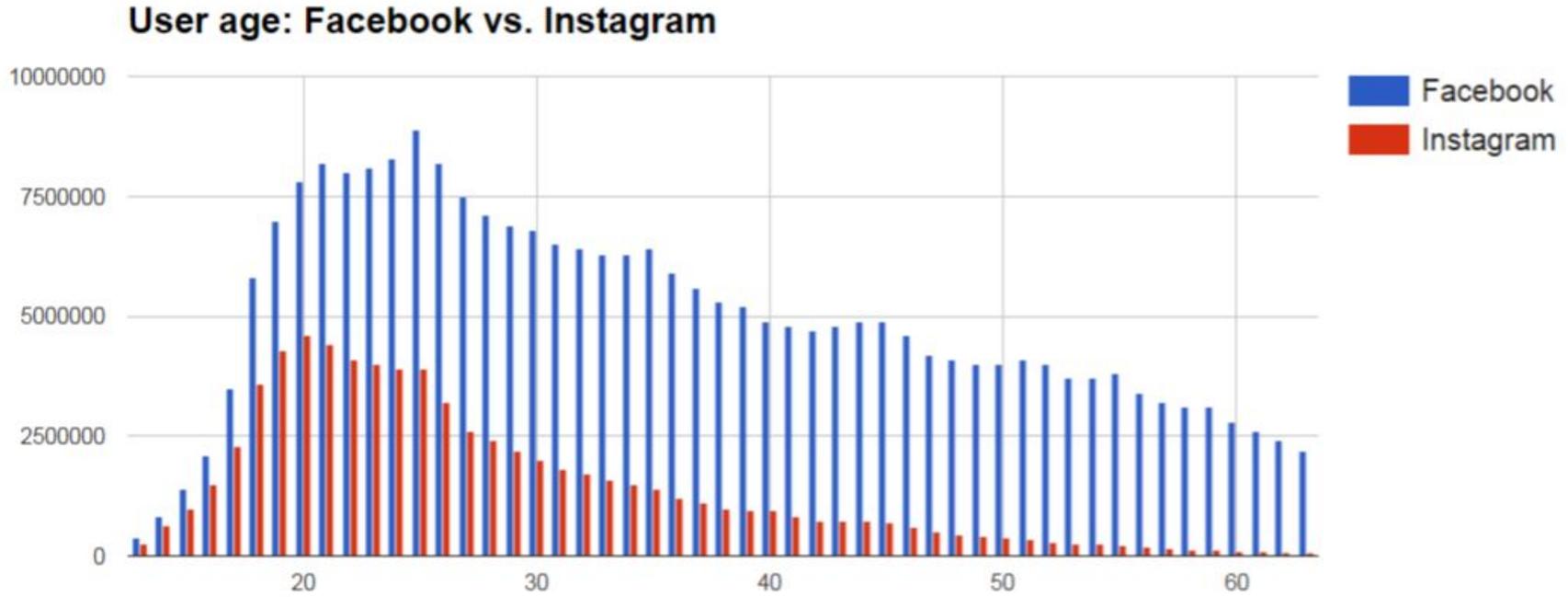
INSTAGRAM

...ist die neue Visitenkarte.

INSTAGRAM VS. FACEBOOK AUDIENCE

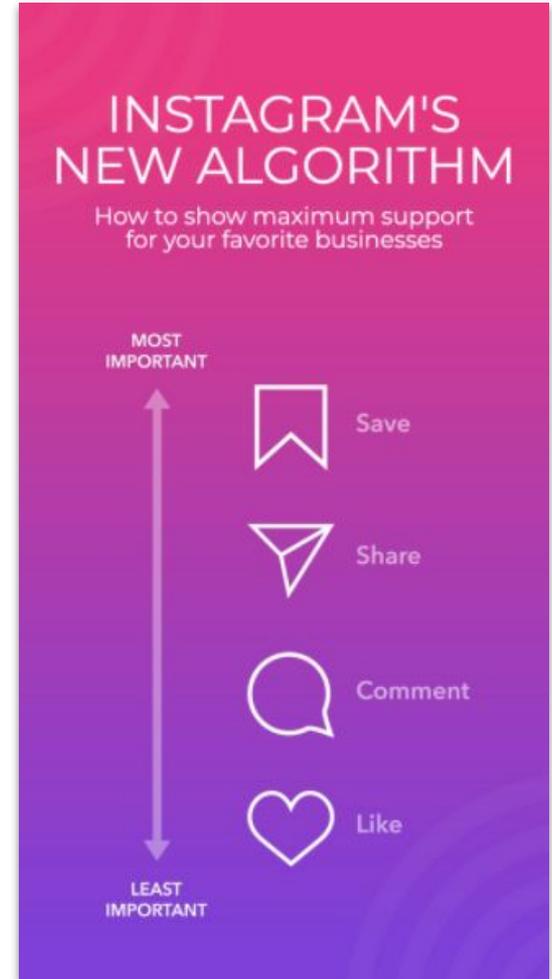


INSTAGRAM VS. FACEBOOK ALTER



ZIEL INTERACTIONS

- **Mehr Interaktionen** = mehr Boost.
- **Ziel:** Interaction-generierender Content
- **Guter Content** = mehr Interactions = mehr Follower:innen = grösserer Anreiz für Sponsor:innen.





INSTAGRAM PROFIL

Bio

- konkrete, kurze **Beschreibung**.
- Link zu Website mit **Call to Action**.
- **Emojis**.
- **Story Highlights**, einheitliche **Covers**

BEST PRACTICE BIO



joscha.burkhalter

Abonnieren



62 Beiträge

2.291 Abonnenten

485 abonniert

Joscha Burkhalter

Sportler/in

Athlete of @swissbiathlonteam 🇨🇭

Economics student 🇨🇭 #fernunischweiz

#mountainlover 🏔️

👉 @schweizersporthilfe @ibelieveinyou_schweiz

www.joschaburkhalter.ch

INSTAGRAM PROFIL

Profilbild

- Wiedererkennungswert
- Porträt
- Persönlichkeit



BEST PRACTICE PROFILBILD



diokippel

Abonnieren



91 Beiträge

1.633 Abonnenten

1.433 abonniert

Dio

Sportler/in

🇨🇭 Passionate Skiracer 🇨🇭

📍 Leuk VS

- Swiss Ski Team

- Swisscom

- Meier Tobler

- Atomic

- Leki

www.dionyskippel.com



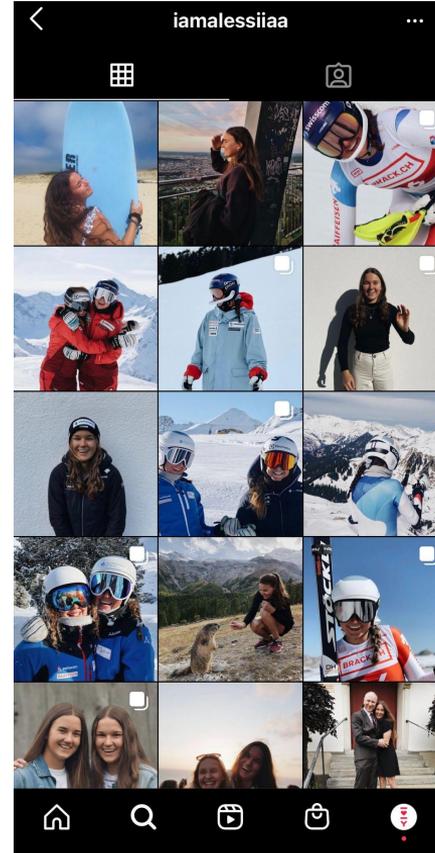
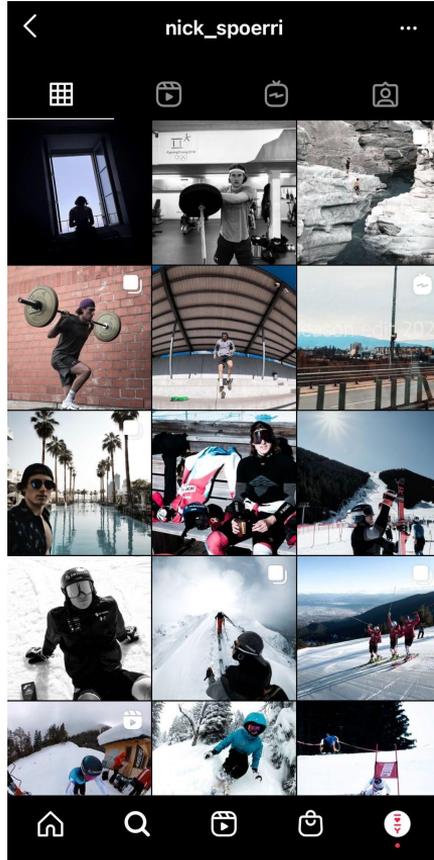
«Gestalte mit deiner
eigenen **Handschrift.**»

INSTAGRAM PROFIL

Personal Feed

- Stimmung und Thema.
- Gleicher Filter.

BEST PRACTICES FEED





INSTAGRAM POSTS

Caption

- Kurz und knackig mit Call to Action (**CTA**).
- Wenn lange Captions: **Value**.
- **Emojis!**
- **Hashtags:** spezifisch und leserfreundlich.

BEST PRACTICE

CAPTION

srfsport 🌟 Die Story des Tages aus Tokio 🌟

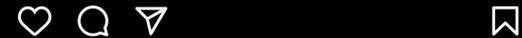
► Der Kubaner Mijain Lopez Nuñez hat als erster Ringer der Olympia-Geschichte nach 2008, 2012 und 2016 zum 4. Mal Gold geholt. Er bleibt bei Olympischen Spielen seit 2008 ungeschlagen.

► Der 38-Jährige gewann am Montag den Final der Klasse bis 130 kg im griechisch-römischen Stil gegen Jakobi Kajaia (GEO).

► Der fünfmalige Weltmeister ist in seiner Heimat ein Superstar, in Tokio trug er bei der Eröffnungsfeier zum 4. Mal in Folge die Fahne Kubas.

#olympics #srftokyo2020 #tokyo2020 #ringen #olympischespiele

Value: Informativ



222 likes

oesterreichliebe_official Wer muss euch auf ein Wellnesswochenende einladen? 🇦🇹 #österreichliebe

Call to Action

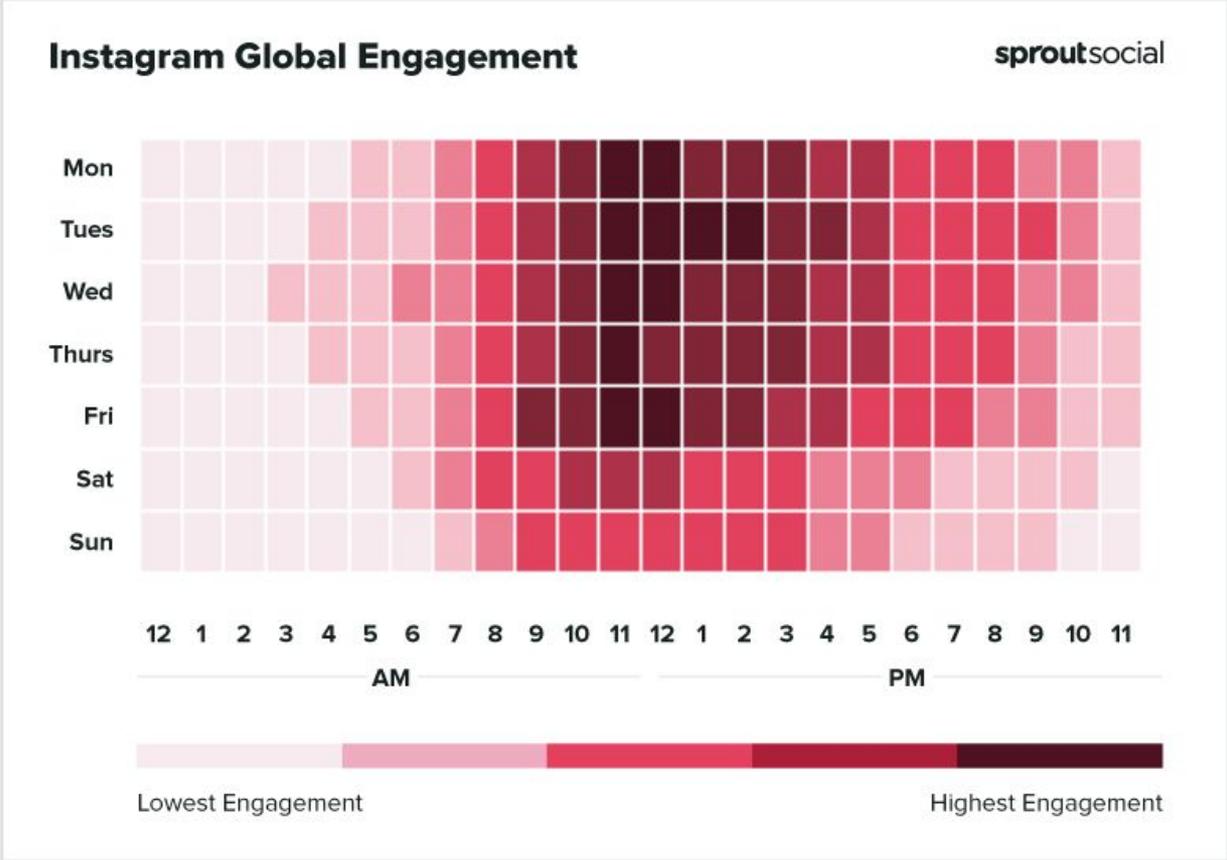


INSTAGRAM POSTS

Beste Posting Zeit

- Community-abhängig.
- Unter der Woche.
- Wochenende: Stories; wenn Posts, dann Sonntag Abend.

POSTS GLOBAL ENGAGEMENT



INSTAGRAM STORIES

- Einheitliches **Design**.
- **Inhalt**.
- Story **Highlights & Covers**.



BEST PRACTICE STORY HIGHLIGHTS



giancasanova

Abonnieren



63 Beiträge

1.436 Abonnenten

486 abonniert

GIAN CASANOVA

Sportler/in

21 | swiss snowboarder

•

@swisscom | @schweizersporthilfe 🙏

•

Abonniert von ibiy_team



.



21'



20'



19'



18'



17'



INSTAGRAM IGTV

- **60+ Sekunden** Videos.
- Dokus, Videos mit klarer **Storyline**.
- Pendant zu **Youtube**.
- Nicht im Fokus.

INSTAGRAM REELS

Overview

- Reaktion auf **TikTok**.
- max. **30 Sekunden**.
- Reel = **(Film)spule**.
- Ästhetik, Unterhaltung, Information.





INSTAGRAM REELS

Trends

- Audios
- Challenges
- Ständiger Wechsel.
- Nur teilweise dieselben wie TikTok.



INSTAGRAM REELS

5 Tipps

1. Video **im App** schneiden.
2. Möglichst viele **Features** verwenden.
3. **Mehr Reels** posten, da gepusht von Instagram.
4. **Audio** = Trend.
5. Möglichst **kurz und schnelle Schnitte** → mehr Views.

INSTAGRAM

POST PLANUNG

- Empfohlen: **1x täglich posten**.
- Posts **vorbereiten** (mit Caption etc.)
- **Redaktionsplan** erstellen.
- Posts **analysieren** und Learnings ziehen:
Instagram Insights.



PLANUNG TOOLS





INSTAGRAM INSIGHTS

Metriken

- **Reach:** Erreichte Personen.
- **Impressions:** «Blicke», die auf den Post geworfen wurden.
- **Engagement:** Likes, Comments, Shares, Saves.
- **Engagement Rate:** Total Engagement geteilt durch Total Reach x 100 (angegeben in %).

INSTAGRAM INSIGHTS

Demografie

- Top Locations
- Altersspanne
- Geschlecht
- Aktivste Zeiten



CONTENT TIPPS FÜR ATHLET*INNEN

Kommuniziere mit Videos

Erzähle deine Geschichte

Fördere Dialog und Interaktionen

Nutze unterschiedliche Features

Kenne deine Community!

BEISPIELE

Wettkampfergebnisse

Shares

VLOG's

Behind the Scenes

Sponsoren

Live-Streams

Quizzes

Athlet:innen-Alltag

Umfragen

Training

Memes

FAQ's

Ernährungstipps



«**Content** isn't about good **Storytelling**, it's about telling **YOUR** Story well.»

KEY TAKEAWAYS

- Social Media steigert euren «Produktwert».
- Eigenen «Personal Brand» aufbauen.
- Tell YOUR story!
- Authentisch bleiben!
- Community pflegen.
- Fokus auf Video-Content.
- Konsistenz & Kontinuität.

Herzlichen Dank für eure Aufmerksamkeit!

Gerne dürft ihr euch jederzeit bei uns melden, falls im Nachhinein Fragen auftauchen oder ihr Unterstützung braucht - wir helfen euch gerne!

Désirée Sattler

Marketing & Kommunikation

desiree.sattler@ibelieveinyou.ch

Jocelyn Sommer

Athletenbetreuung & B2B

jocelyn.sommer@ibelieveinyou.ch

I Believe In You AG

Kramgasse 5

3011 Bern

Tel. 078 611 47 39