

Zielstellung

Im Rahmen eines Pilotprojekts sollte gemeinsam mit dem Kompetenzzentrum Usability genauere Informationen über die Bedürfnisse und Wünsche von Vereinsmitgliedern nachgegangen werden. Basierend auf den gewonnenen Erkenntnissen zur Nutzergruppe sollte der Facebook-Feed der Vereine, welcher vom Projektpartner deinklub gepflegt wird, dahingehend erweitert werden, dass eine positive User Experience generiert wird. Durch ein positives Erlebnis soll u.a. der Mitgliederswunsch geweckt, beziehungsweise ein Austreten aus dem Verein verhindert werden.

Vorgehen und Methode

Eine grundlegende User Research ist essenziell, um sich intensiv mit den Interessen und Wünschen der Zielgruppe auseinanderzusetzen. Insbesondere stand in diesem Projekt die User Experience des Nutzers im Mittelpunkt, der Beiträge von deinklub liest. Hierfür ist es fundamental, in Erfahrung zu bringen, welche Anforderungen die Nutzer an Vereinsbeiträge haben und welche Stimmung diese vermitteln sollen. Die Erfüllung von Bedürfnissen führt zu positivem Erleben und Wohlbefinden. Gelingt es, auf dieser Grundlage das positive Erleben beim Betrachten der Postings zu erzeugen, kann damit eine Bindung der Mitglieder zum Verein generiert oder gestärkt werden.

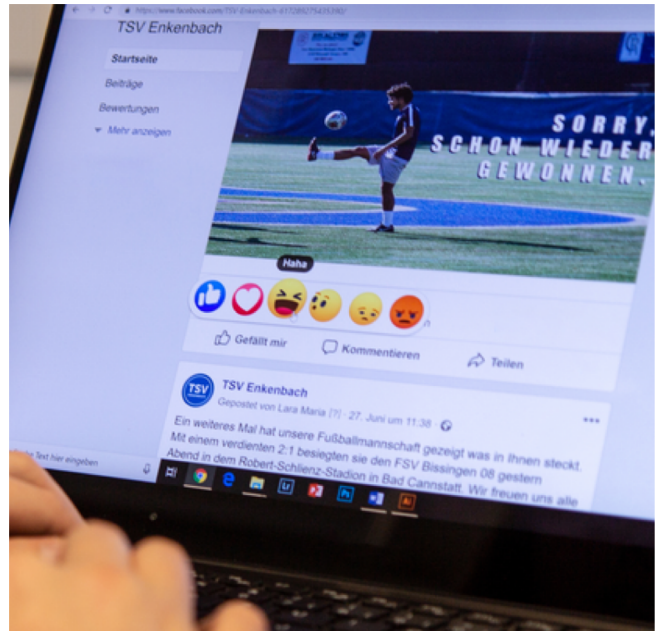


Foto von Valentina Klepikova

Ergebnisse

Zunächst wurden aus durchgeführten Fokusgruppen und Erlebnisinterviews elf relevante Bedürfnisse identifiziert. Dabei traten die Bedürfnisse Verbundenheit und Kompetenz am stärksten hervor. Als positiv wurden vor allem Spiel- und Turniersiege, gemeinsame Freizeitaktivitäten und die gegenseitige Motivation erlebt. Neben einer generell positiven Bewertung des Geschäftskonzepts von deinklub, wurden die Aufbereitungsform und die Inhalte der Social Media-Postings als unpersönlich und unauthentisch beschrieben. So wurden beispielsweise professionelle Bilder zur Gestaltung der Postings genutzt, gewünscht werden allerdings authentische Fotos der jeweiligen Veranstaltung.

Ergebnisse

Auf Basis der Bedürfnisse und positiven Erlebnissen wurden anschließend fünf Themenkategorien identifiziert, welche relevanten Social-Media-Content im Vereinskontext darstellen und dadurch zu einer positiven User Experience beitragen: Gemeinschaft, Leistung, aktuelle Anlässe, Unterhaltung und Transparenz.

Alle Empfehlungen und Vorschläge zur Gestaltung eines Facebook-Auftritts wurden in einem Handbuch festgehalten. Das Handbuch richtet sich an alle, die in einem Sportverein für die Gestaltung von Social Media verantwortlich sind und eine positive User Experience für ihre Abonnenten erreichen wollen.

„Wir würden jederzeit wieder an einem solchen Projekt teilnehmen.“

deinklub

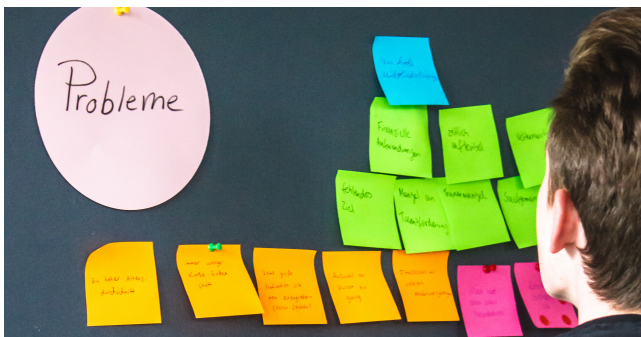


Foto von Valentina Klepikova

Weitere Informationen:

<https://www.kompetenzzentrum-usability.digital/pilotprojekt-deinklub>

Ansprechpartnerin: Christina Haspel,
c.haspel@kompetenzzentrum-usability.digital

Über deinklub



deinklub ist ein Stuttgarter Start-up, das sich zum Ziel gesetzt hat, Sportvereine bei der Bindung und Gewinnung von Mitgliedern zu unterstützen. Als gelernte Medienfachwirte bringen die beiden Gründer die nötige Kompetenz mit, um mit einer digitalen Lösung den Vereinen die Möglichkeit zu bieten, sich dieser Herausforderung zu stellen. deinklub betreut Sportvereine in der Vermarktung ihres Vereins auf Social Media Portalen wie derzeit Facebook. Sie generieren auf die Vereine zugeschnittene Social-Media-Posts und veröffentlichen diese.



Foto von deinklub

„Uns hat das Projekt einen guten Einblick in die Bedürfnisse und Wünsche unserer Kunden gebracht und die Erkenntnis die eigenen Produkte nah am Kunden zu entwickeln. Dadurch können wir unser bisheriges Produkt weiter optimieren und unsere Kunden haben mehr Spaß damit.“

deinklub