

# SOCIAL-MEDIA-MANUAL

## Saison 2024/25



### I. Einleitung

#### Liebe Bundesligisten,

Social Media hat in den letzten Jahren erheblich an Bedeutung und Einfluss hinzugewonnen. Und mittlerweile gehört ein gepflegter, aktueller, an die Corporate Identity angepasster Social Media Auftritt zur professionellen Außendarstellung eines Unternehmens. Für Sportvereine bietet Social Media außerdem die Möglichkeit einen weiteren Kontaktpunkt mit den Fans und Kunden aufzubauen. Besucher aus den Hallen werden Follower und Follower werden zu Besuchern in den Hallen. Ebenso können die erreichten Reichweiten und Interaktionen der Vereinskanäle auf Social Media, die Gespräche mit bestehenden Sponsoren, sowie die Akquise von neuen Sponsoren unterstützen. Damit dies gelingt, findet ihr auf der Seite „Informationen“ nützliche Tipps und allgemeine Hinweise für die Betreuung der Social-Media-Kanäle Facebook und Instagram.

Um die Vereinskanäle unserer Liga und damit die Liga selbst weiter zu professionalisieren haben wir auf den folgenden Seiten neben den allgemeinen Infos auch eine Übersicht über die korrekte Einbindung des Liga-Logos bei bestimmten Formaten erstellt. Hierfür beziehen wir uns vorrangig auf Facebook und Instagram, da hier die meisten Nutzer vertreten sind, und die meisten Vereine bereits bestehende Kanäle besitzen.

Diese Auflistung soll für euch als Anleitung dienen um die Bedeutung des „§ 67 Werbeflächen 1. Logo und Titel: Jeder Bundesligist hat das Liga-Logo in allen seinen Print- und Onlineveröffentlichungen angemessen einzubinden. Hierzu zählen insbesondere Saison- und Spieltagsmagazine, Spielankündigungen, Eintrittskarten, Internetseiten, mobile Applikationen, Social-Media-Kanäle, Pressewände, Pressemitteilungen und Briefpapier“ eindeutiger zu verstehen und einheitlicher in Bezug auf die gesamte Liga zu gestalten.

Sollten Fragen, Missverständnisse oder Probleme auftreten, sind wir jederzeit für euch erreichbar.

# SOCIAL-MEDIA-MANUAL

## Saison 2024/25



## II. Informationen

### Partner und Sponsoren

Bei der Außendarstellung sollen sowohl die Vereinssponsoren als auch die Liga-Sponsoren, soweit möglich, gleichberechtigt berücksichtigt werden. Damit ist gemeint, dass

1. **keine Bilder mit alten Sponsoren** veröffentlicht werden dürfen, außer es ist deutlich, dass es sich um ein Archivbild (Throwbacks etc.) handelt (**keine** Portraits mit Molten Bällen etc.)
2. **keine Produkte alter Sponsoren** für die Öffentlichkeit sichtbar dargestellt werden (Molten Ballwagen/Bälle bei Heimspielen/Livestream)
3. **keine Bewerbung alter Sponsoren** durch Verlosungen oder Gewinnspiele mit alten Molten Bällen etc. mit deutlicher Präsenz (Heimspiel, Social Media) stattfindet.

### Logo Variationen Liga-Logo

Grundsätzlich dürfen **alle Logo-Varianten** (s. Übersicht zulässiger Logovarianten) genutzt werden. Diese dürfen aber nicht verzerrt oder anderweitig verändert werden. Das Wasserzeichen ist ausschließlich im Livestream, in Videos und auf Fotos/Fotoalben zu verwenden. *Erklärende Beispiele finden sich weiter unten in diesem Dokument.*

### Verwendung Liga-Logo

Das Liga-Logo ist grundsätzlich auf allen Beiträgen mit Bezug zum Spielbetrieb der BARMER 2. Basketball Bundesliga oder der dazugehörigen Verantwortlichen/Trainern/Spielern einzubinden. Hierbei ist darauf zu achten, dass das Logo in einer guten Qualität mit einer Mindestgröße von 2cm (hoch) und 1,5cm (breit) eingebunden wird. Andernfalls kann das Logo in der Analyse nicht zuverlässig erkannt werden. Vgl: SuVO §§ 67 Werbeflächen 1. Logo und Titel: Jeder Bundesligist hat das Liga-Logo in allen seinen Print- und Onlineveröffentlichungen angemessen einzubinden. Hierzu zählen insbesondere Saison- und Spieltagsmagazine, Spielankündigungen, Eintrittskarten, Internetseiten, mobile Applikationen, Social-Media-Kanäle, Pressewände, Pressemitteilungen und Briefpapier.

**Ausnahmen:** Spontane Beiträge und Eindrücke (Fotos & Videos) direkt aus der Halle/Kabine etc. sind **von 1h vor Spielbeginn bis 1h nach Spielende** von der Einbindung ausgenommen, sofern diese unbearbeitet veröffentlicht werden.

### Korrekte Schreibweise und Verwendung

Offizielle Schreibweise „**BARMER 2. Basketball Bundesliga**“ (kein Bindestrich, BARMER immer in Versalien, die „2“ immer als Ziffer). In Publikationen und Texten muss immer die Hauptbezeichnung genutzt werden; erst nach wiederholter Nennung der Ligabezeichnung darf eine Kurzform benutzt werden!

### Markierung

Generell empfiehlt es sich, um die Reichweite aller Partner zu erhöhen, die Partner/Vereine/Liga zu markieren, sobald das entsprechende Logo/Name sichtbar ist oder verwendet wird. Dies kann im Text zu dem Bild, oder als Markierung auf dem Bild erfolgen. Liga-Account: @barmer2basketballbundesliga

*Hinweis: Nur wenn eine Markierung in der Story erfolgt, kann diese von der markierten Person/Seite geteilt werden.*

### Nützliche Apps/Seiten

Erstellung von Grafiken: **CANVA**

Um Grafiken zu erstellen ist nicht immer Photoshop notwendig. Mit „**Canva**“ können **kostenlos** Grafiken aus Vorlagen bearbeitet oder individuell erstellt werden. Außerdem können Teammitglieder hinzugefügt und Berechtigungen an Grafiken und Vorlagen geteilt werden. Außerdem können ebenso Logos (Vereinslogos/Liga-Logo/Partner-Logos) mit transparentem Hintergrund einfach eingebunden werden. Weitere Infos: [https://www.canva.com/de\\_de/](https://www.canva.com/de_de/)

Verkürzen von Links: **BITLY.COM**

Wenn der eigentliche Link sehr lang oder unübersichtlich ist, können die Links mit bitly gekürzt werden. Wenn ein eigenes kostenloses Kundenkonto eingerichtet wird, können die Links auch individualisiert und Statistiken eingesehen werden

# SOCIAL-MEDIA-MANUAL

## Saison 2024/25



### Versenden von großen Dokumenten: **WETRANSFER.COM**

Wenn Bilder oder Videos versendet werden sollen, die für eine Mail von der Dateigröße zu groß sind, können diese über wetransfer versendet werden. Hier kann entweder ein Link generiert werden, den man selbst an den Empfänger weiterleiten kann. Oder es wird von wetransfer direkt eine Mail mit individualisierbarem Text an den Empfänger versendet. Eine **Datenmenge bis zu 2GB ist kostenlos**.

### **Größenübersicht**

*Hinweis: Bei Canva können direkt die entsprechenden Vorlagen in der richtigen Größe ausgewählt und bearbeitet werden.*

#### Instagram:

Für Instagram Bilder im **Feed** empfiehlt sich ein Verhältnis von 1:1 (**1080 x 1080**) da auch im Feed auf den Profilseiten die Bilder als Quadrate angezeigt werden und dann hier die Ränder der Bilder nicht abgeschnitten werden, wie bei anderen Formaten.

Für **Instagram Stories** sollten die Bilder/Grafiken im 9:16 (**1080 x 1920**) Format erstellt werden.

#### Facebook:

Das **Facebook Titelbild** wird auf Computern mit einer Abmessung von **820 x 312 Pixeln** und auf Smartphones mit einer Abmessung von 640 x 360 Pixeln dargestellt. Es muss mindestens 400 x 150 Pixel (Breite x Höhe) groß sein. Bei einem Titelbild als Grafik mit Logo oder Text kann durch die Verwendung einer **PNG-Datei** möglicherweise die Qualität verbessert werden.

Facebook Veranstaltungsfotos haben eine Abmessung von **1920 x 1080**

Alle weiteren Größen können dieser Übersicht entnommen werden:

<https://t3n.de/news/wp-content/uploads/2019/12/social-media-bildgroessen-2020.jpg>

### **Übersicht Themen:**

#### Formate mit Einbindung des Liga-Logos:

- Facebook
  - o Titelbild
  - o Info-Facebook
  - o Veranstaltungen
- Instagram
  - o Biografie
- Allgemeine Formate
  - o Gameday
  - o Halbzeit- und Ergebnisgrafiken
  - o Spielerauszeichnungen (Man-of-the-match/season etc.)
  - o Interviews/Zitate
  - o Spielerverpflichtungen / Spielerabgänge
  - o Starting 5
  - o Geburtstage Trainer/Spieler/Verantwortliche
  - o Fotos und Fotoalben
  - o Videos

#### Formate ohne Einbindung des Liga-Logos:

- Unbearbeitete Trainings- oder Gameday-Eindrücke innerhalb von 1h Vor Spiel/Trainingsbeginn bis 1h nach Spiel/Trainingsende
- Impressionen von besonderen Ereignissen (Sponsoring-Events, Autogrammstunden etc.)
- Nachwuchs- und Vereinsinformationen
- E-Sports und andere Abteilungen des Vereins

# SOCIAL-MEDIA-MANUAL

## Saison 2024/25

- Glückwünsche und Gedenken (Geburtstage von Spielern/Trainern/Verantwortlichen des ProA/ProB Teams ausgenommen)
- Geteilte Beiträge und Hinweise zu externen Inhalten

### III. Facebook

#### Titelbild:

#### Liga-Logo implementieren

Hinweis: auf das korrekte Format achten, damit das Logo jederzeit sichtbar ist. Empfohlen wird ein PNG hochzuladen und unter 1 MB Dateigröße zu bleiben. Bilder über 1 MB werden von Facebook in JPG umgewandelt und dann verlustbehaftet komprimiert

Größe: **820 x 312 Pixeln**

Gute Beispiele:



Schlechte Beispiele:



# SOCIAL-MEDIA-MANUAL

## Saison 2024/25

### Info-Facebook:

#### Zugehörigkeit „BARMER 2. Basketball Bundesliga ProA / ProB“ eintragen

Hinweis: Es ist bei der Zugehörigkeit die Liga-Zugehörigkeit/en anzugeben. Es ist dabei wichtig auf die korrekte Schreibweise zu achten! **Achtung: Impressum eintragen!**

Gutes Beispiel:

**WEITERE INFOS**

- Zugehörigkeit**  
BARMER 2. Basketball-Bundesliga
- Info**  
Willkommen bei den NINERS Chemnitz - Sachsens besten Korbjägern!
- Impressum**  
NINERS Chemnitz GmbH  
Straße der Nationen 88-90... Mehr anzeigen
- Unternehmensübersicht**  
NINERS Chemnitz e.V.  
Präsident: Dr. Micaela Schönherr... Mehr anzeigen
- 1999 fusionierten die damaligen Chemnitzer Basketballvereine Lok Chemnitz und BG Chemnitz zur Basketball Vereinigung Chemnitz 99.  
Die Niners spielen seit der S... Mehr anzeigen
- Gründungsdatum**

Schlechte Beispiele:

**ÖFFNUNGSZEITEN**

**Derzeit geschlossen** GESCHLOS

**ZUSÄTZLICHE KONTAKTINFOS**

gs@eagles-basketball.de  
http://eagles-basketball.de  
itzehoeagles

**WEITERE INFOS**

- Info**  
Erfolgreichstes Basketballteam im Basketballverband Schleswig-Holstein
- Professionelle Sportmannschaft**

**WEITERE INFOS**

- Zugehörigkeit**  
ProA
- Info**  
Herzlich Willkommen auf der offiziellen Facebook-Seite der MLP Academics Heidelberg! Impressum: <http://bit.ly/ZJKCno>
- Herzlich Willkommen auf der offiziellen Facebook-Seite der MLP Academics Heidelberg! Impressum: <http://bit.ly/ZJKCno>
- Professionelle Sportmannschaft · Sportverein**

**WEITERE INFOS**

- Zugehörigkeit**  
2. Basketball Bundesliga ProB
- Info**  
2. Basketball Bundesliga ProB
- Impressum**  
Angaben gemäß § 5 TMG:  
EN Baskets Schwelm GmbH  
Kirchstr. 13... Mehr anzeigen
- Auszeichnungen**  
1999 Aufstieg in die 2. Bundesliga Nord  
2004 Aufstieg 1. Bundesliga  
2008 WBV-Pokalsieger... Mehr anzeigen
- Datenrichtlinie**
- Professionelle Sportmannschaft**

#### Achtung: IMPRESSUM unbedingt eintragen!

Auch Nutzer von „Social Media“, wie Facebook-Accounts müssen eine eigene Anbieterkennung vorhalten, wenn diese zu Marketingzwecken benutzt werden und nicht nur eine reine private Nutzung vorliegt (vgl. [LG Köln, Urteil vom 28.12.2010, Aktz.:28 O 402/10](#); [OLG Düsseldorf, Urteil vom 18.12.2007, Aktz.:I-20 U 17/07](#)). Eine reine Weiterleitung auf das Impressum der Homepage reicht nicht aus!

# SOCIAL-MEDIA-MANUAL

## Saison 2024/25

### Veranstaltungen:

#### Liga-Logo bei den Veranstaltungsbildern implementieren

Hinweis: Das Liga-Logo ist auf allen Veranstaltungsbildern zu implementieren. Dabei ist auf das richtige Format zu achten, sodass das Liga-Logo immer sichtbar ist.

Größe: **1920 x 1080**

Gute Beispiele:



Schlechte Beispiele:





# SOCIAL-MEDIA-MANUAL

## Saison 2024/25



### IV. Instagram

#### Biografie

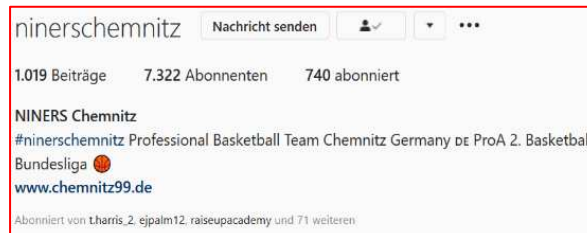
##### Liga-Account in der Biografie markieren (@barmer2basketballbundesliga)

Hinweis: Es reicht nicht aus nur den Liga-Namen einzutragen. Es ist wichtig den Offiziellen Liga-Account zu markieren. Dazu schreibt man „@barmer2basketballbundesliga“ in die Biografie. Meistens wird einem nach den ersten Buchstaben der Account zur Auswahl schon vorgeschlagen.

Gute Beispiele:



Schlechte Beispiele:



# SOCIAL-MEDIA-MANUAL

## Saison 2024/25

### V. Allgemeine Plattformübergreifende Hinweise zu Formaten

#### Gameday

##### Liga-Logo auf Gameday-Grafiken implementieren

Hinweis: Es wird empfohlen für jeden Spieltag einen entsprechenden Gameday-Post zu erstellen. Dieser kann als letzter Reminder für das Spiel, Ticket- und Livestream-Hinweis genutzt werden.

Gute Beispiele:



Schlechte Beispiele:





# SOCIAL-MEDIA-MANUAL

## Saison 2024/25

### Halbzeit- und Ergebnisgrafiken

#### Liga-Logo auf Spielstands-Grafiken implementieren

Hinweis: Es wird empfohlen für jeden Spieltag mind. einen entsprechenden Endstands-Post zu erstellen. (*Halbzeitpost optional*) Diese Posts erzielen die meisten Interaktionen und Reichweiten. Es ist auf das korrekte Format für Instagram zu achten. (*Alle Formate findet ihr auf der entsprechenden Info-Seite*)

Gute Beispiele:



Schlechte Beispiele:



# SOCIAL-MEDIA-MANUAL

## Saison 2024/25

### Man-of-the-match/season etc. Auszeichnungen

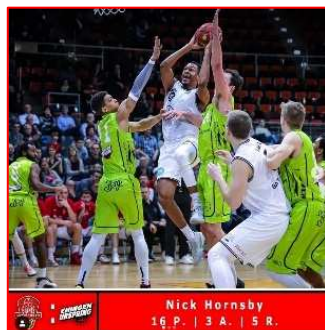
#### Liga-Logo auf Grafiken für besondere Auszeichnungen implementieren

Hinweis: Das Liga-Logo ist auf Grafiken einzubauen, die in direktem Bezug auf die Spiele und den Leistungen der Spieler in den Spielen stehen. Diese Posts erzielen ebenfalls viele Interaktionen und Reichweiten. Es ist auf das korrekte Format für Instagram zu achten.

Gutes Beispiel:



Schlechte Beispiele:



# SOCIAL-MEDIA-MANUAL

## Saison 2024/25

### Interviews / Zitate

#### Liga-Logo auf Grafiken bei Zitaten mit Spielbezug implementieren

Hinweis: Das Liga-Logo ist auf Grafiken einzubauen, die in direktem Bezug auf die Spiele und den Leistungen der Spieler in den Spielen stehen. Diese Posts erzielen ebenfalls viele Interaktionen und Reichweiten. Es ist auf das korrekte Format für Instagram zu achten.

Gute Beispiele:



Schlechte Beispiele:



# SOCIAL-MEDIA-MANUAL

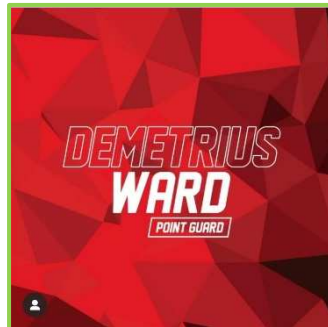
## Saison 2024/25

### Spielerverpflichtungen und -abgänge

#### Liga-Logo auf Grafiken zu Neuverpflichtungen, Vertragsverlängerungen oder Kaderabgängen implementieren

Hinweis: Das Liga-Logo ist auf Grafiken einzubauen, die in direktem Bezug auf die Spiele und die Liga stehen. Diese Posts erzielen ebenfalls viele Interaktionen und Reichweiten. Es ist auf das korrekte Format für Instagram zu achten.

Gute Beispiele:



Video inkl. Liga+Vereins-Logo

Schlechte Beispiele:





# SOCIAL-MEDIA-MANUAL

## Saison 2024/25

### Starting 5

#### Liga-Logo auf Starting-5 Grafiken zu den Liga-Spielen implementieren

Hinweis: Das Liga-Logo ist auf Grafiken einzubauen, die in direktem Bezug auf die Spiele der Liga stehen. Es ist auf das korrekte Format für Instagram zu achten.

Gutes Beispiel:



Schlechtes Beispiel:



### Fotos /Fotoalben zu Gamedays

#### Liga-Logo (mind. Wasserzeichen) in Spielbildern zu integrieren

Jedes Spielbild aus einem Spiel der BARMER 2. Basketball Bundesliga ist mit dem Liga-Logo (mind. Wasserzeichen) zu versehen. Bei Fotoalben (ab einer Menge von 5 Fotos) reicht es aus, das Liga-Logo auf das erste Foto (Titelbild) des Albums zu implementieren. Dies kann gut als Präsentation für den Fotografen und/oder einen Partner genutzt werden.

**Ausnahme: Fotos**, die in dem Zeitraum von **1h vor Spielbeginn bis 1h nach Spielende** erstellt und hochgeladen werden, sind von dieser Regel ausgenommen, solange sie generell unbearbeitet sind. Bsp. Siegerfoto, Kabine etc.



### Videos

Gutes Beispiel

#### Liga-Logo in alle Videos integrieren.

Bei Reels und Videos wo Spieler/Trainer/Verantwortliche des Vereins vertreten sind, wie Highlights, Interviews oder Sponsorenvideos, ist das Liga-Logo permanent als Wasserzeichen oben links einzublenden. Ab einer Länge von 30 Sek. ist das Liga-Logo generell in den Abbinder vollflächig zu integrieren.

**Ausnahme: Videos**, die in dem Zeitraum von **1h vor Spielbeginn bis 1h nach Spielende** erstellt und hochgeladen werden, sind von dieser Regel ausgenommen, solange sie generell unbearbeitet sind. Bsp. Jubel des Teams, der Fans etc.

Bei Highlight-Videos der Jugendmannschaften oder Mannschaften in anderen Ligen ist es sinnvoll das jeweilig passende Liga-Logo einzublenden, um den Fans die Zuordnung zu erleichtern.

# SOCIAL-MEDIA-MANUAL

## Saison 2024/25

### VI. Formate die KEIN Liga-Logo benötigen

- Unbearbeitete Trainings- oder Gameday-Eindrücke innerhalb von 1h Vor Spiel/Trainingsbeginn bis 1h nach Spiel/Trainingsende
- Impressionen von besonderen Ereignissen (Sponsoring-Events, Autogrammstunden etc.)
- Nachwuchs- und Vereinsinformationen
- E-Sports und andere Abteilungen des Vereins
- Glückwünsche und Gedenken (Geburtstage von Spielern/Trainern/Verantwortlichen des ProA/ProB Teams ausgenommen)
- Geteilte Beiträge und Hinweise zu externen Inhalten

### Beispiele:

