

# WIE SOCIAL MEDIA DEN PROFI-SPORT UND DIE ZIELGRUPPE VERÄNDERT

---

MARIO LEO  
RESULT  SPORTS

# DIE FÜNF RESULT SPORTS SÄULEN

## MONITORING



- Content
- Community
- Märkte (International)
- Leistungsindikatoren
- Analyse & Insights
- Prognosen

## MONETARISIERUNG



- Club/ Liga/ Verband
- Abteilung(en)
- Internationalisierung
- Vermarktung
- Formate & Plattformen
- Event-Applikationen

## STRATEGIE



- Digitale Transformation
- Prozesse & Schnittstellen
- Web/ Mobil & Social-Media
- Community/ Content
- Partnerschaften
- Organisations-Entwicklung

## BILDUNG



- Seminare
- Fortbildungen
- Zertifizierungen
- Gast-Vorlesungen
- Bildungs-Module
- Universitäts-Abschluss

## SOZIALE VERANTWORTUNG



- Image
- Soziales
- Gesundheit
- Nachhaltigkeit
- Digitalisierung
- Gesells. Entwicklung & Verantwortung

# „KLASSISCHE ORGANISATION“

---



## UND DANN KAM DAS #NEULAND

---



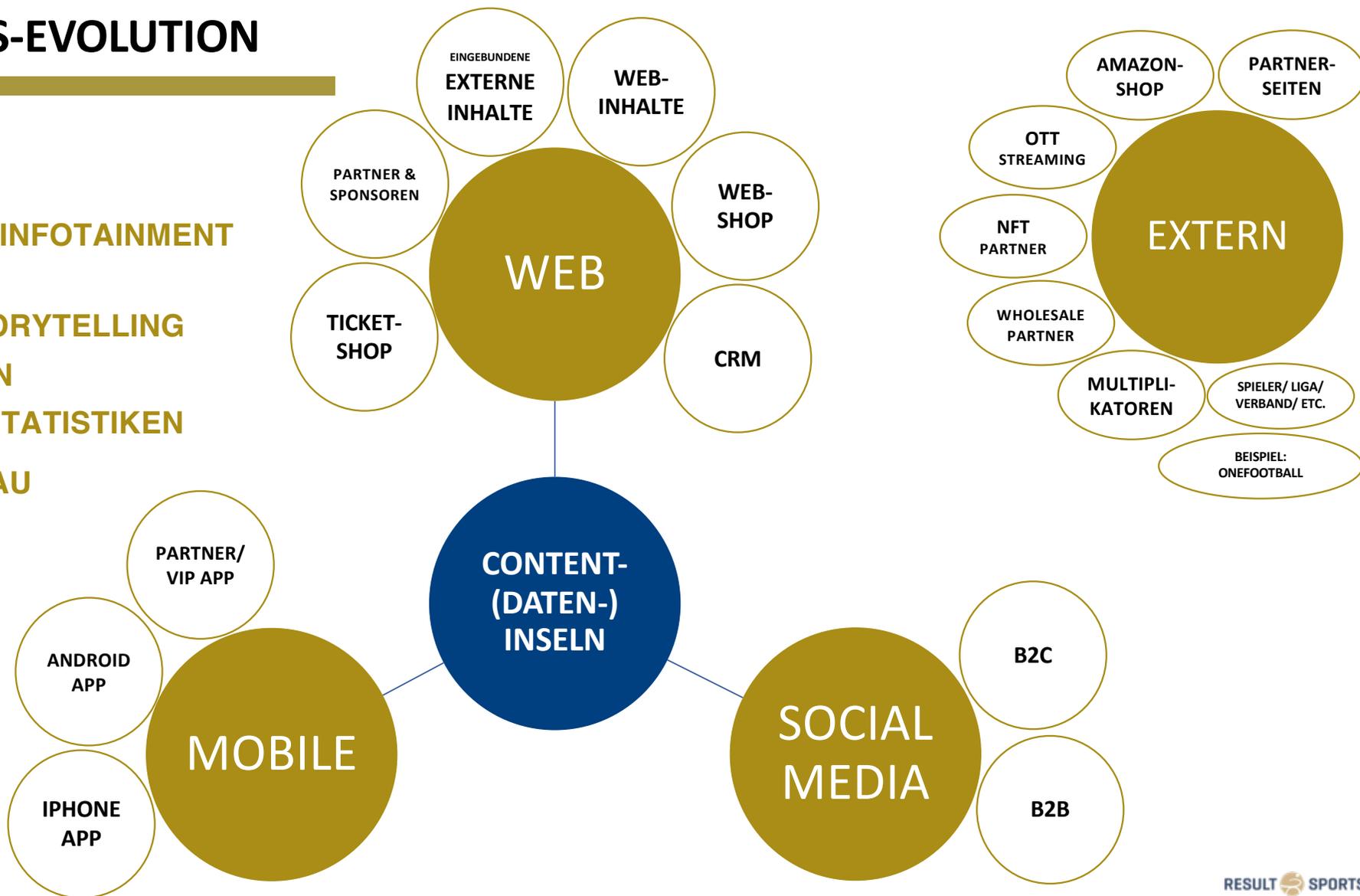
### ALLES WURDE & IST ANDERS...

- MEDIENABTEILUNG WIRD DIGITALER DIENSTLEISTER
- MARKETING WIRD GLOBALE AKTIVIERUNG
- ALLE ABTEILUNGEN NOCH INDIVIDUELL, ABER AUCH ‚IRGENDWIE‘ MITEINANDER VERNETZT
- INNOVATIONEN WERDEN (STÄNDIG) ERWARTET

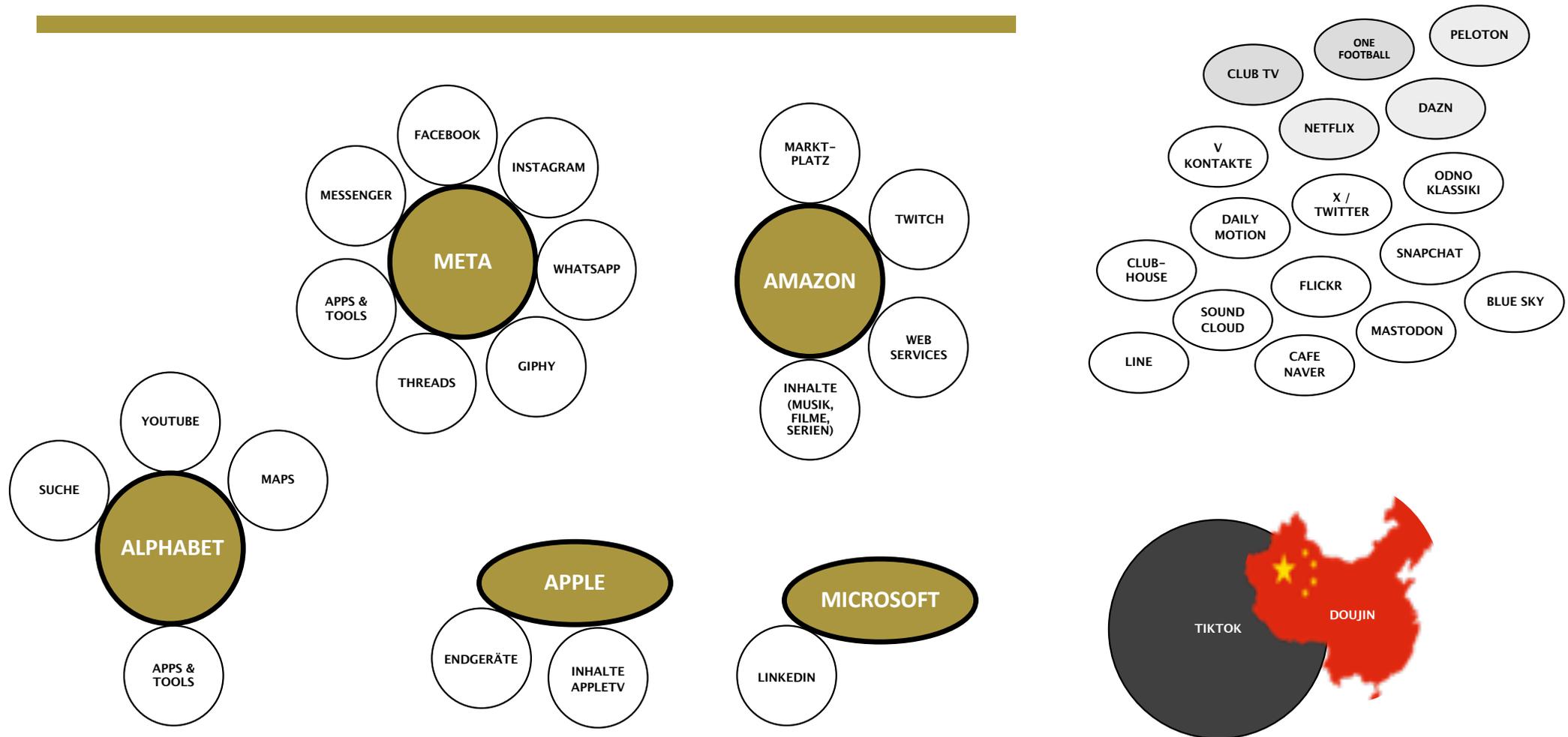
# ANGEBOTS-EVOLUTION

INSIGHTS  
UPDATES  
INFORMATIONEN  
TABELLEN  
VORSCHAU

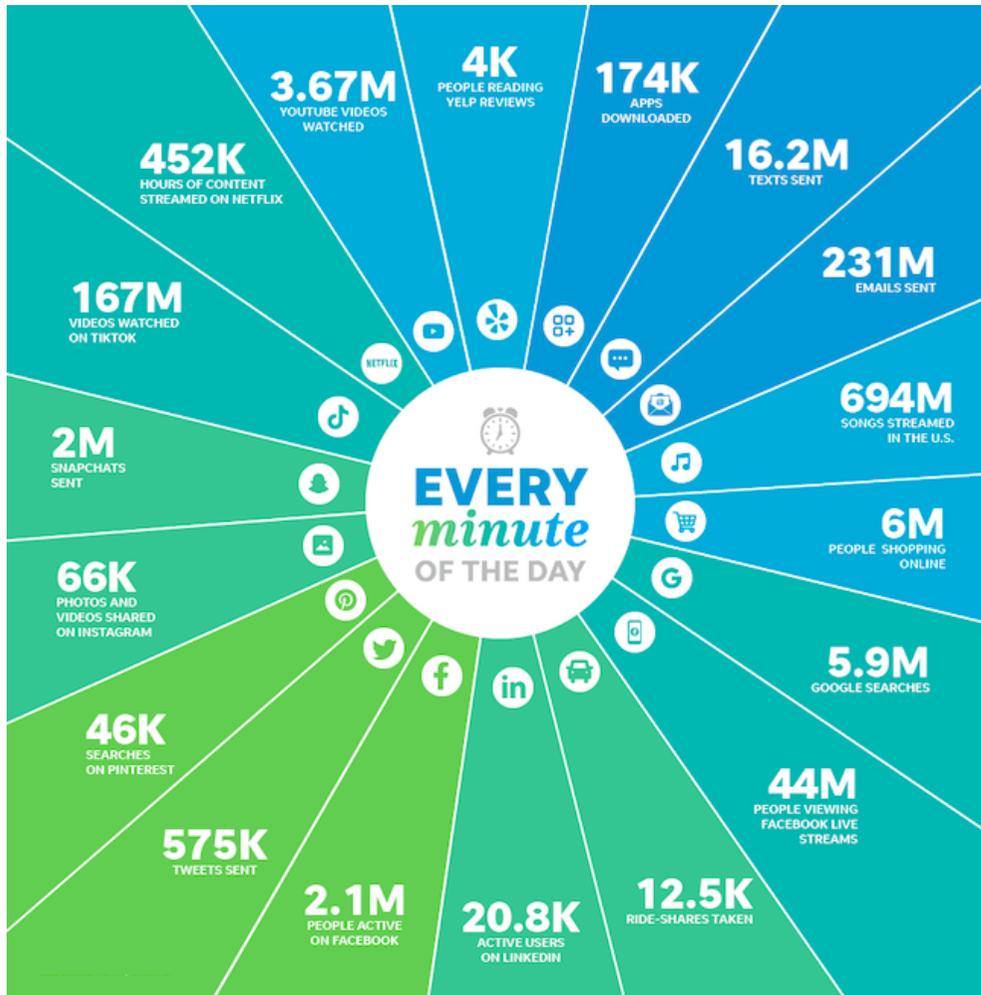
INFOTAINMENT  
STORYTELLING  
STATISTIKEN



# DAS SOCIAL MEDIA UNIVERSUM



# WIE SCHÖN WÄRE ES, WENN **NUR WIR** & **UNSERE FANS** BEI SOCIAL MEDIA WÄREN...



## Facebook

- 1.393 Milliarden monatlich aktive Nutzer

## YouTube

- Fast 5 Milliarden Videos werden bei YouTube jeden Tag angeschaut.

## Instagram

- Die meisten Instagram Nutzer sind zwischen 18-29 Jahre alt.

## Twitter

- Der Lebenszyklus eines Tweets ist 24 Minuten

## LinkedIn

- Zwei neue Konten/Profile pro Sekunde

## SnapChat

- 360 Millionen monatlich aktive Nutzer, 85% unter 25 Jahren

## Pinterest

- 335 Millionen monatlich aktive Nutzer, >90% Frauen

## TikTok

- Eine durchschnittliche Sitzung eines Nutzers dauert 45 Minuten

## UND WAS LESEN WIR MEIST VON CLUBS?

---

REKORD  
IMPRESSIONEN  
BEI TIKTOK

100 MIO+  
IMPRESSIONEN  
BEI INSTAGRAM

IMPRESSIONEN

REICHWEITEN

IMPRESSIONEN

**MEINE FRAGE:  
WIE VIELE DER IMPRESSIONEN KOMMEN INS STADION UND  
KENNT IHR EURE ZIELGRUPPE ÜBERHAUPT??**

**SOCIAL MEDIA SOLL NICHT NUR UNTERHALTEN!**

---

**SOCIAL MEDIA MUSS EINEN ZWECK ERFÜLLEN!!**

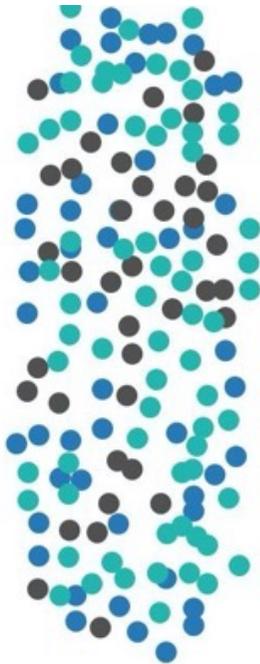
---

**SOCIAL MEDIA IST HÄUFIG DER ERSTE  
KONTAKTPUNKT EINES NUTZERS ODER EINER NUTZERIN!!!**

# ANALYTISCHER & FAN-ZENTRISCHER ANSATZ VON RESULT

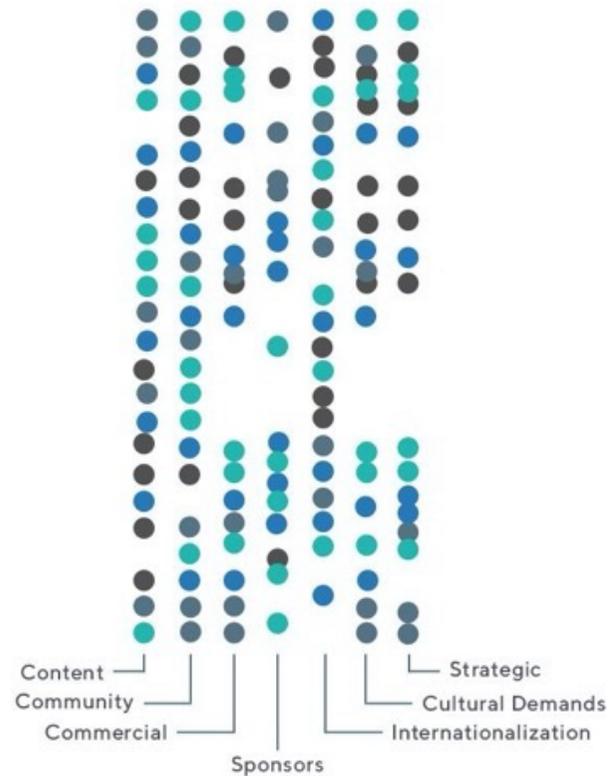
## KENNZAHLEN

RESULT Sports beobachtet derzeit 28 Soziale Plattformen im Hinblick auf die Inhalte (Impressionen, Reichweite & Interaktionen), sowie der Community-Entwicklung (Demografie & Interaktionen).



## ANALYSE

Die qualitativ hochwertige Daten-Analyse bei RESULT Sports ermöglicht die Definition von klaren und eindeutigen Zielen, ermöglichen Vorhersagen und strategische Herangehensweise.



## ENTSCHEIDUNGEN

Basierend auf diesem modernen, nachvollziehbaren, sowie transparenten, Ansatz kann der RESULT Sports Partner-Club klare Entscheidungen treffen, die u.a. auch Vorhersagen zulassen.



# DOPAMIN ,DER SCHLÜSSEL & GRÖSSTER WIDERSACHER‘



- Möchte was tun
- Aus LANGEWEILE
  - Aus INTERESSE



- Nutzer nimmt das Smartphone und startet eine Social Media App



- Überprüft Status & nimmt ein „Gefällt Mir“ oder eine Interaktion als BELOHNUNG



- Dopamin-Spiegel im Gehirn steigt und das Verlangen nach mehr wird größer!



- Die Online-Zeit wird verlängert und neue „Trigger“ oder Auslöser werden gesucht!

## „ÄLTERE“ ZIELGRUPPE

- WÜNSCHEN WERTVOLLE EINBLICKE
- MANCHMAL UNTERHALTUNG
- WISSEN & INFORMATIONEN
- STATISTIKEN & FAKTEN



## „JÜNGERE“ ZIELGRUPPE

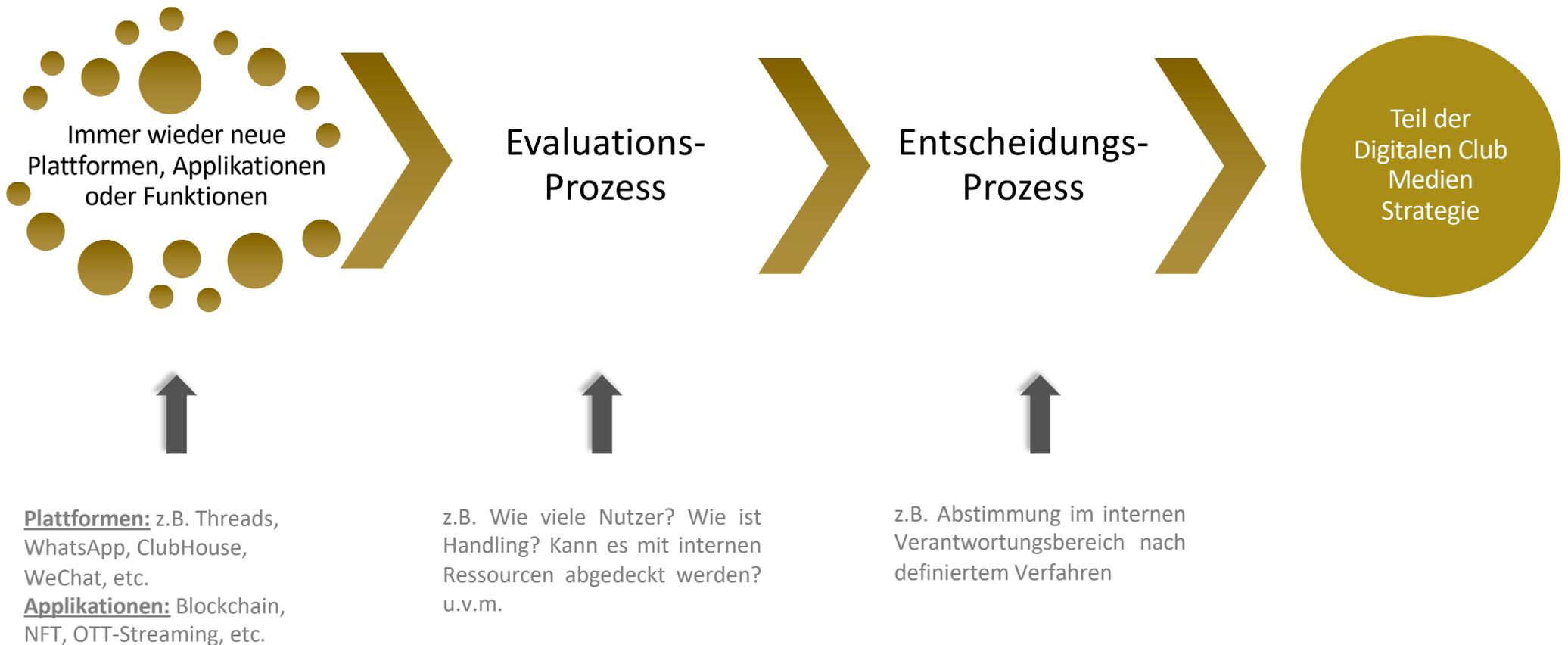
- BENÖTIGEN SCHNELLE BEGEISTERUNG
- STETIGE UNTERHALTUNG
- STORYTELLING
- INTERAKTIONEN & ANERKENNUNG

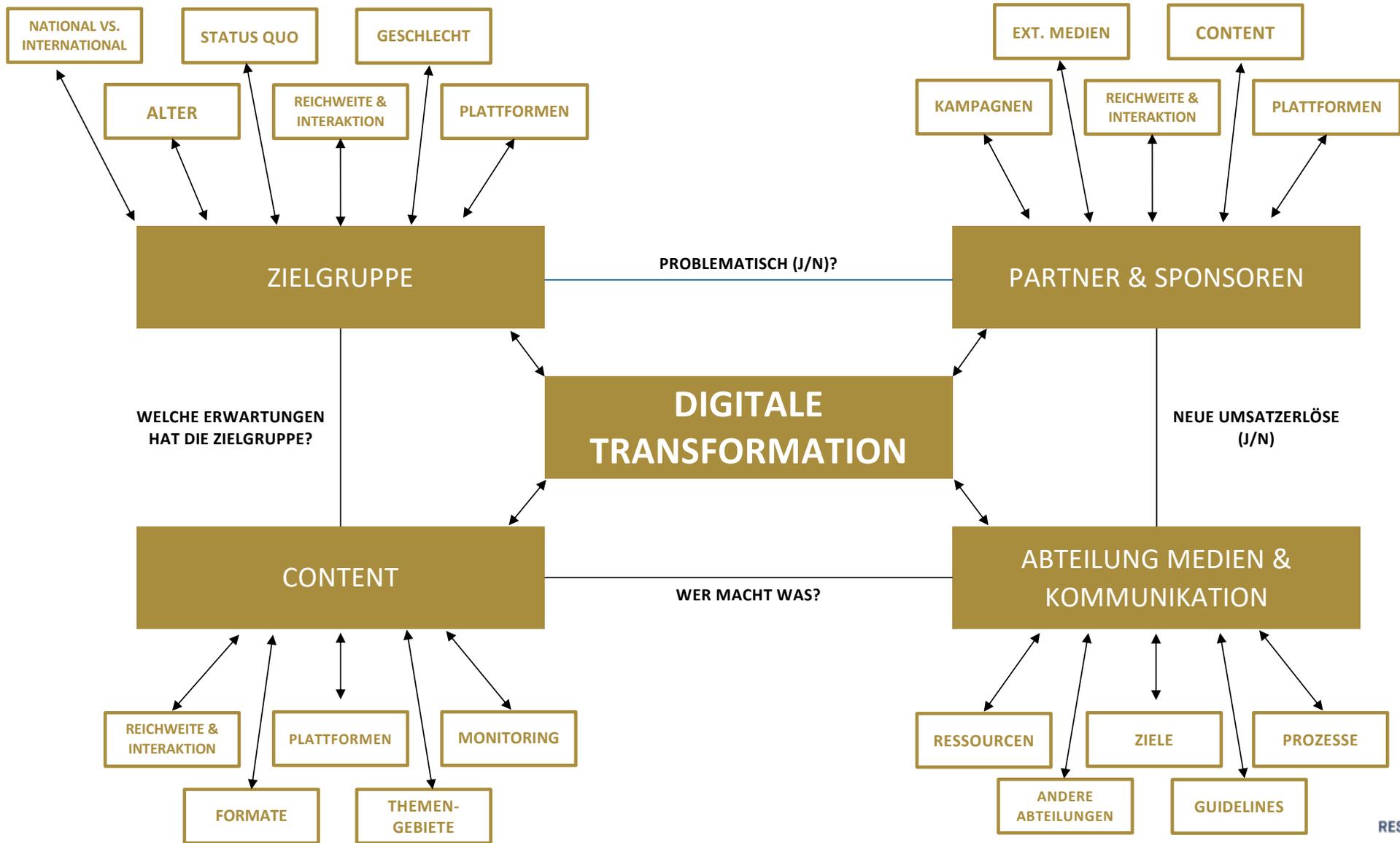
# ZIELGRUPPEN CHARACTERISTICA

						
<b>ALTERS GRUPPEN</b>	30 – 65+	20 – 50	15 – 40	13 – 30	JEDES ALTER	25 – 55
<b>FOKUS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- COMMUNITY</li> <li>- BEZIEHUNGEN</li> <li>- HÖHEPUNKTE</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- AKTUELLES</li> <li>- MEDIEN PRÄSENZ</li> <li>- REPUTATION</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- BEZIEHUNGEN</li> <li>- UNTERHALTUNG</li> <li>- DIALOGE</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- COMMUNITY</li> <li>- SPASS</li> <li>- ATTRAKTIONEN</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- HÖHEPUNKTE</li> <li>- „WIE GEHT'S“</li> <li>- LERNPLATTFORM</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- MARKE</li> <li>- NETZWERK</li> <li>- KONTAKTE</li> </ul>
<b>INHALTE FÜR EINEN BEITRAG</b>	2 – 4 BILDER	1 – 2 BILDER	UNTERHALTUNG & REELS	SPASS VIDEOS	SHORTS & SPIEL HÖHEPUNKTE	PURPOSE INHALTE
<b>OPTIMALE ZEIT</b>	FRÜHER MORGEN ODER NACHMITTAGS	SOBALD WAS PASSIERT	NACHMITTAGS ODER FRÜHER ABEND	NACHMITTAGS AM BESTEN, ABER NICHT KRITISCH	KEIN SPEZIELLER ZEITPUNKT	KEIN SPEZIELLER ZEITPUNKT
<b>HASHTAGS</b>	KEINE	JA ZWEI BIS DREI	JA MAXIMAL FÜNF	JA MAXIMAL FÜNF	JA MAXIMAL FÜNF	JA ZWEI BIS VIER

## NEUE PLATTFORMEN?

## PROZESSE DEFINIEREN





# DATEN SIND UNVERZICHTBAR

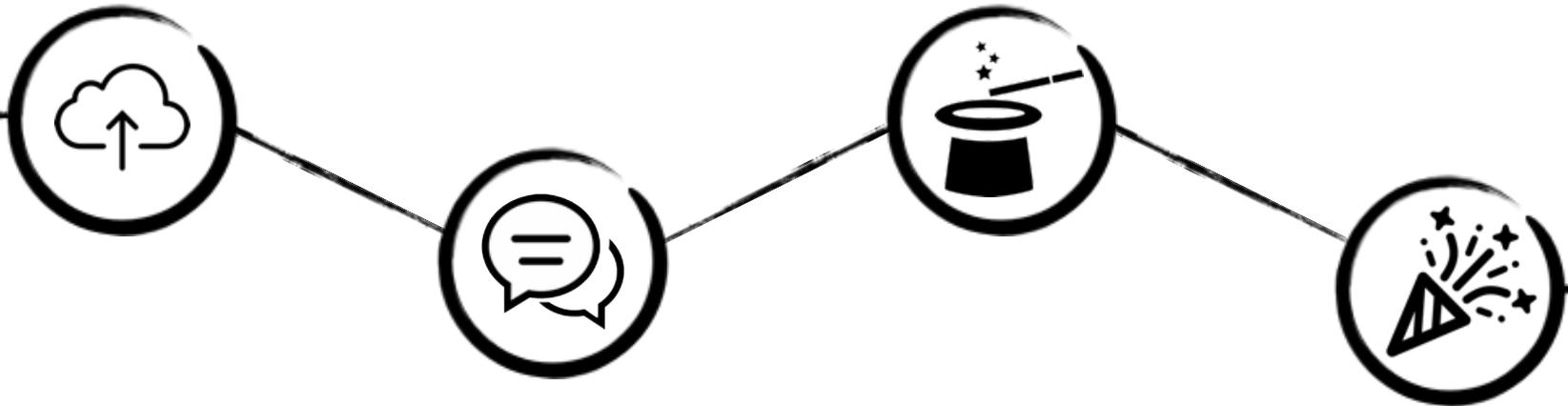
## ➤ (ZENTRALE) DATENSTRUKTUR SCHAFFEN

DATEN SIND FÜR ALLE BEREICHE ELEMENTAR:

- PARTNER & SPONSOREN
- MITGLIEDER & FANS
- TICKET- & WERBEARTIKEL KÄUFER
- VERMARKTUNG & VERTRIEB
- IMPRESSIONEN & REICHWEITEN
- CONTENT & COMMUNITIES



# VIELEN DANK!



**MARIO LEO**



GESCHÄFTSFÜHRER  
RESULT Sports



E. [mleo@result-sports.com](mailto:mleo@result-sports.com)  
W. [www.result-sports.com](http://www.result-sports.com)



@RESULTSports  
@marioleo71



[facebook.com/RESULTSports](https://facebook.com/RESULTSports)



[Instagram.com/RESULTSports](https://Instagram.com/RESULTSports)