

# Just post it!

## FACEBOOK-REGELN

1. Eine öffentliche Seite erstellen
2. Ein Impressum erstellen
3. Die Vanity-URL festlegen
4. Regelmäßig posten
5. Triviales ist gefragt
6. Interaktion mit Kunden
7. Bildrechte beachten

## Durch Social Media zur Marke werden

Sport und Social Media haben viele Ähnlichkeiten. Ein Personal Trainer braucht beides, um zu überleben und sich einen Namen zu machen

**E**in freiberuflicher Trainer steht vor denselben Herausforderungen wie ein Unternehmen: Er muss auf seine Dienstleistung aufmerksam machen. Bekanntheit und ein gutes Image schaffen Vertrauen. Ohne diese zwei Aspekte wird diese Dienstleistung niemand erwerben. Der derzeit einfachste und günstigste Weg, den Bekanntheitsgrad zu erhöhen, bieten Social Media.

Social Media und Sport haben einige Gemeinsamkeiten, die man auf den ersten Blick vielleicht gar nicht vermutet, die aber dennoch: die Gemeinsamkeiten sind verblüffend!

### Gemeinsamkeiten von Sport & Social Media

Beim Personal Training wie auch bei Social Media geht es in erster Linie um Kommunikation. Jede Form des Körperkontakts beim Personal Training ist eine Art von Kommunikation zwischen dem Trainer und dem Kunden. Trainer und Kunde müssen eine Nähe aufbauen und sich auf Augenhöhe begegnen – auch im sozialen Netzwerk. Emotio-

nen spielen hier ebenso eine große Rolle. Beim Sport geht es darum, Ziele zu erreichen. Bei Social Media werden die „Follower“ erst aufmerksam, wenn ihre Emotionen angeregt werden. Vor allem lustige Bilder und Videos erhöhen die Aufmerksamkeit.

Ein wichtiger Aspekt ist zudem die Einfachheit – sowohl im Training als auch bei Social Media. Menschen möchten beim Surfen und beim Sport von Alltagsthemen abgelenkt werden. Trivialität ist gefragt. Beim Posten, sei es nun auf Twitter oder Facebook, reicht oft ein „Ich wünsche euch einen schönen Tag und bleibt am Ball!“, um den Lesern ein Lächeln ins Gesicht zu zaubern.

### Beispiel: Facebook

Es gibt zwei Möglichkeiten, eine Facebook-Seite zu erstellen: ein privates Profil oder eine öffentliche Seite. Eine öffentliche Seite ist eine sinnvolle Möglichkeit sich zu präsentieren. Hiermit können neue und alte Kunden auf einfache Weise „Fan“ ihres Personal Trainers werden. Ein privates Profil stellt hingegen eine zu hohe Hürde dar, da Kontakte sich gegenseitig erst bestätigen müssen. Ein weiterer Vorteil der öffentlichen Seite ist auch, dass die geteilten Inhalte bei der Suchfunktion durch alle Nutzer gefunden und gesehen werden können.

## NETZ-STARS DER FITNESSSZENE



Bei Facebook gibt es einige Netz-Fitness-stars, die den Weg für funktionierendes Social Media weisen. Sie haben tausende „Gefällt mir“-Klicks. Trainer können sich an diesen Trainern zwar orientieren, aber es gilt: imitieren, nicht kopieren!



Nutzt ein Trainer Facebook als Plattform und das bestenfalls mit einer öffentlichen Seite, ist es wichtig, regelmäßig Posts zu veröffentlichen. Wer nur sporadisch postet, verliert Leser. Es muss Spaß machen, die Posts zu lesen oder anzuschauen. Wie gesagt: Trivialität ist gefragt. Es müssen keine hochintelligenten oder trainingswissenschaftlichen Posts erfolgen. Ein Bild, ein Spruch, ein Blick hinter die Kulissen oder ein geteiltes Video reichen völlig aus. Auch beliebt sind Angebote oder Gewinnspiele unter Facebook-Nutzern, zum Beispiel eine Ernährungsberatung oder Trainingsstunden zu Sonderkonditionen.

### Facebook und das Recht

Wer sich eine Facebook-Seite erstellt, muss aber auch die rechtlichen Hintergründe beachten. Man sollte zum Beispiel keine Bilder hochladen, die aus dem Internet stammen. Das Urheberrecht liegt dann bei einer anderen Person! Wenn selbst gemachte Bilder gepostet werden, dann muss der Abgelichtete sein Einverständnis zur Veröffentlichung geben. Weiterer wichtiger rechtlicher Aspekt: ein Impressum erstellen. Als Facebook-Seitenbetreiber müssen Trainer ein Impressum ausfüllen, das die gesetzlichen Vorgaben erfüllt, sonst könnte eine Abmahnung anderer Wettbewerber drohen. Das Impressum findet sich unter Einstellungen > Seiteninfo > Impressum. Welche Angaben gemacht werden müssen, zeigen § 5 Teleme-

diengesetz (TMG) und § 55 Rundfunkstaatsvertrag (RStV). Im Internet gibt es passende Seiten, die helfen, ein korrektes Impressum zu erstellen.

Der letzte wichtige Aspekt ist eine gute Vanity-URL. Dabei handelt es sich um die Webadresse der neuen Facebook-Seite nach dem Schema: [www.facebook.com/trainerxyz](http://www.facebook.com/trainerxyz). Ohne Vanity-URL stehen dort zunächst eine Reihe von Zahlen. Das ist nicht nur unschön, sondern auch unpraktisch. Denn eine Vanity-URL lässt sich viel leichter in anderen Medien, wie der E-Mail-Signatur oder auf Flyern und Plakaten, teilen. Die Vanity-URL lässt sich oben in der Seite unter Einstellungen > Seiteninfo > Facebook-Internetadresse festlegen.

Neben Facebook gibt es viele andere Plattformen, die Trainer nutzen können. Wichtig ist es, sich aktiv und engagiert zu zeigen und Mehrwerte für seine Kunden zu bieten. Daraus entstehen langfristige Beziehungen, von denen der freiberufliche Trainer profitiert. Daher sind Social Media und Sport heute Standard bei Personal Trainern.



**Nicolas Scheidtweiler** | Der PR-Fachmann berät mittelständische Unternehmen in unterschiedlichen Bereichen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Dabei setzt er auf das Multi-Channel-Publishing, um die Wahrnehmung zu erhöhen. Social Media und Blogs sind für ihn Schwerpunkte, da es dabei zu einer engen Beziehung zwischen Unternehmen und Zielgruppen kommt. [www.scheidtweiler-pr.de](http://www.scheidtweiler-pr.de)

## Auch als multimediales E-Paper!

body LIFE Fitness Guide

### Ihre Vorteile:

- Alle relevanten Adressen und Daten der Branche auf einen Blick
- Multimediales E-Paper mit doppelter Suchfunktion
- Geeignet für alle PCs, Tablet-PCs sowie iPad & Co

Enthält über  
700 Einträge!



Gleich reinklicken!

[www.bodylife.com/fitnessguide](http://www.bodylife.com/fitnessguide)