

Erfolgreiches Praxisbeispiel: TikTok-Auftritt der SG Zons-Tennisschule

Videos der SG Zons-Tennisabteilung auf TikTok ein Hit!

Die Tennisabteilung der SG Zons hat einen außergewöhnlich erfolgreichen Auftritt auf der Social Media-Videoplattform [TikTok](#).

Einzelne Videos des Vereins erreichen Aufrufzahlen im Millionenbereich, in der Spur sogar über 10 Millionen.

Warum sind die Zonser Tennisvideos auf TikTok ein Hit?

Bereits seit 2019 ist die [SG Zons-Tennisabteilung auf TikTok unterwegs](#). Gestartet wurde das TikTok-Projekt vom Gründer und Cheftrainer der Tennisschule Tennis Zons, Jan Hülsmann.

TikTok begann damals seinen Höhenflug, war zunehmend in Medien präsent und wurde vor allem von Kindern und Jugendlichen verstärkt genutzt.

Jan Hülsmann war zuvor bereits seit ein paar Jahren erfolgreich auf [Instagram](#) unterwegs. Bei TikTok konnte er seine langjährige Social Media-Erfahrung einbringen. Außerdem ist seine Affinität zu Videoproduktion und Schnitt hilfreich.

Mittlerweile begeistern die TikTok-Videos der SG Zons ein Millionenpublikum.

Die [Abonnent*innenzahl](#) wächst rasant, weil:

- die Videos großen Unterhaltungswert haben (insbesondere Trickshot-Videos und Sketche sind bei der TikTok-Community beliebt)
- die Videos eine Top-Qualität haben (sie sind nicht verwackelt und gut ausgeleuchtet)
- die Videos mit Trending-Sounds untermauert sind (die Trending-Sound-Auswahl hat großen Einfluss auf die Performance der Videos; Trending Sound ist aktuelle Musik, die in TikTok-Videos kostenfrei genutzt werden darf)
- bei den Videos passende Hashtags genutzt werden (werden die richtigen Hashtags verwendet, wirkt sich das ebenfalls positiv auf die Performance der Videos aus; mit den passenden Hashtags wird ein außergewöhnliches, „cooles“, lustiges TikTok-Video schneller zum Hit als bei Instagram)

- der Verein früher als andere mutig war und „einfach“ auf TikTok gestartet ist und so Erfahrungen sammeln konnte, die sich andere Sportvereine erst noch erarbeiten müssen
- die Videos max. 7 – 15 Sekunden lang sind (je kürzer ein Video ist, umso besser!)
- die Videos in den ersten 2-3 Sekunden die Zuschauer*innen fesseln (man muss versuchen, in den ersten Sekunden mit „coolen“ Features für Aufmerksamkeit zu sorgen!)
- Menschen (Gesichter des Vereins) im Mittelpunkt der Videos stehen („langweilige“, „leblose“ Totalen von Sportanlagen sind nicht zu finden!)
- Gesichter des Vereins aus der Nähe gezeigt werden (Spieler*innen, die nur aus großer Entfernung zu sehen sind, sollte man vermeiden!)
- die Videos im Kopfbereich (Header) eine gute, passende Bezeichnung haben
- die TikTok-Nutzer*innen vom Verein motiviert werden, mit den Videos zu interagieren (sie werden z.B. aufgerufen, Videos zu kommentieren bzw. über Inhalte zu debattieren)
- in den Videos Freunde markiert werden

Welchen Nutzen hat der TikTok-Auftritt für den Verein?

- Durch die hohen Zugriffszahlen auf die Videos hat sich der Bekanntheitsgrad der SG Zons-Tennisabteilung stark erhöht (Medien berichten über den Verein, der Deutsche Tennis-Bund hat Jan Hülsmann zu einem Gesicht der Kampagne „[Deutschland spielt Tennis](#)“ gemacht)
- Durch die Bekanntheitsgradsteigerung konnten viele neue aktive Mitglieder gewonnen. Bei einigen neuen Mitgliedern und Trainingsteilnehmer*innen ist der Erstkontakt über TikTok erfolgt. Diese schreiben Jan Hülmann über TikTok an und bekunden Interesse, den Verein kennenzulernen und bei der SG Zons zu trainieren
- Aufgrund der sehr positiven Resonanz der Videos ist der Verein für Kooperationspartner interessant. Diese stellen Sachleistungen (z.B. eine mobile Ballwand) kostenfrei zur Verfügung. Diese kann der Verein im Training einsetzen. Im Gegenzug bindet der Verein die Partner und deren Produkte in Videos ein ([Bsp. mobile Ballwand der Firma HitPartner](#))

Jan Hülsmann hat uns in einem [Interview Rede und Antwort zu den TikTok-Aktivitäten der SG Zons](#) gestanden. Dort finden Sie viele weitere praktische Tipps für Ihren TikTok-Vereinsauftritt.