

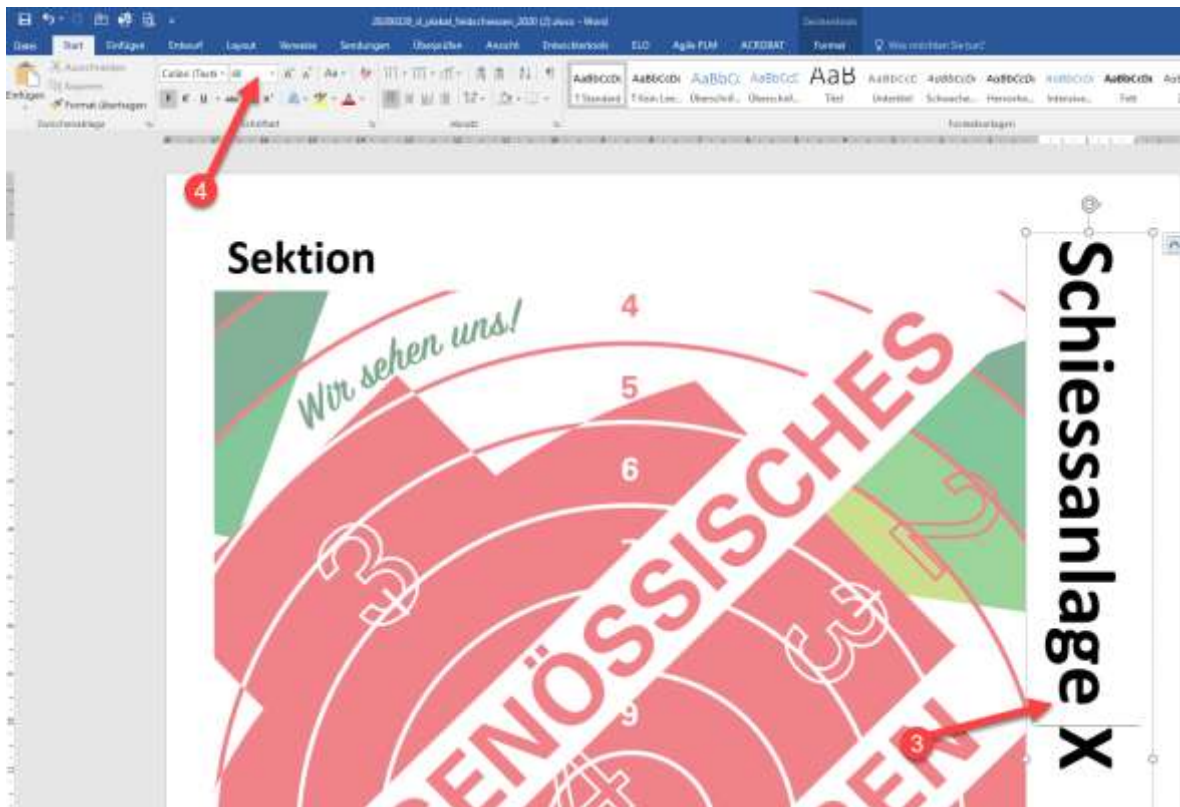


## Anleitung für das Erstellen des Werbeflyer

1. auf der Word Vorlage die Gesellschaft ausfüllen.  
Die Vorlage öffnen ins Feld «Sektion» klicken.  
Eure Gesellschaft eintragen. (Die Grösse der Schrift möglichst optimieren)!

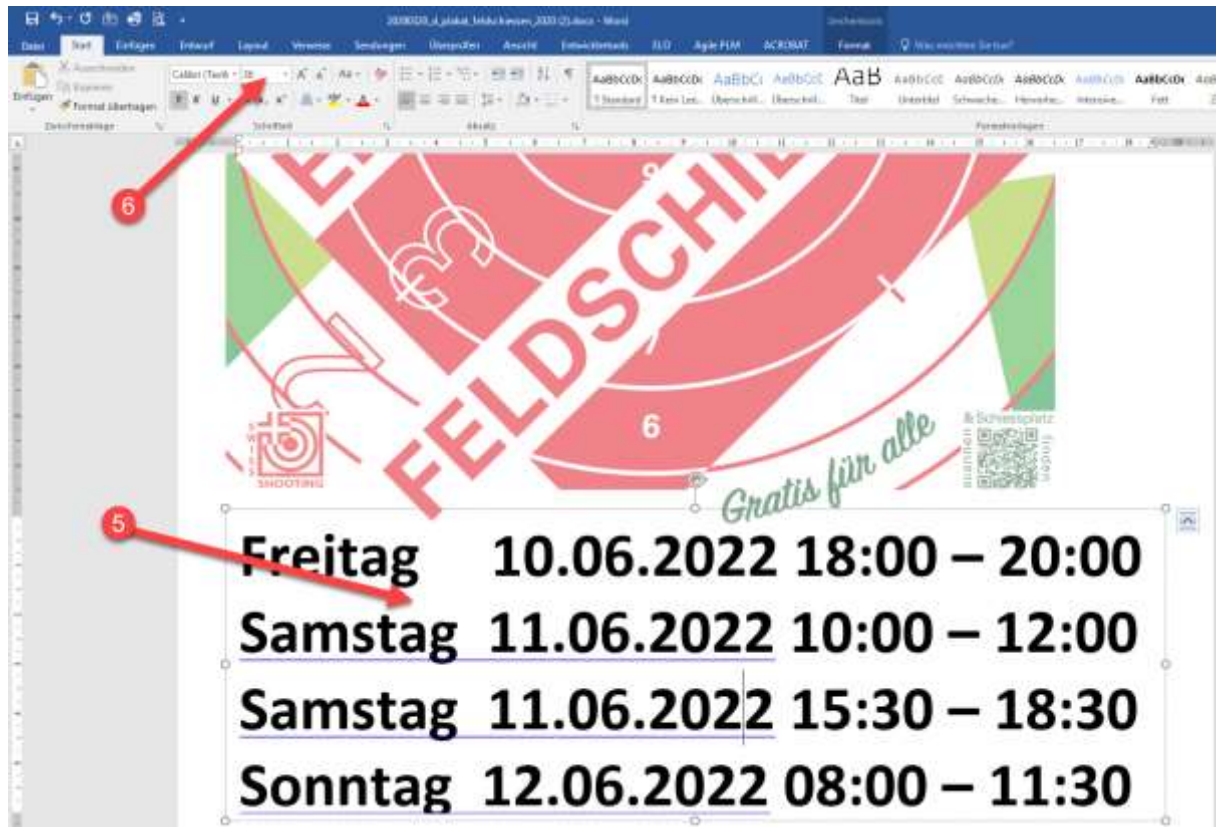


2. Den Schiessplatz ausfüllen.  
Auf das Feld «Schiessplatz X» klicken.  
Anstelle des X den Schiessplatz angeben und wieder die Grösse optimieren

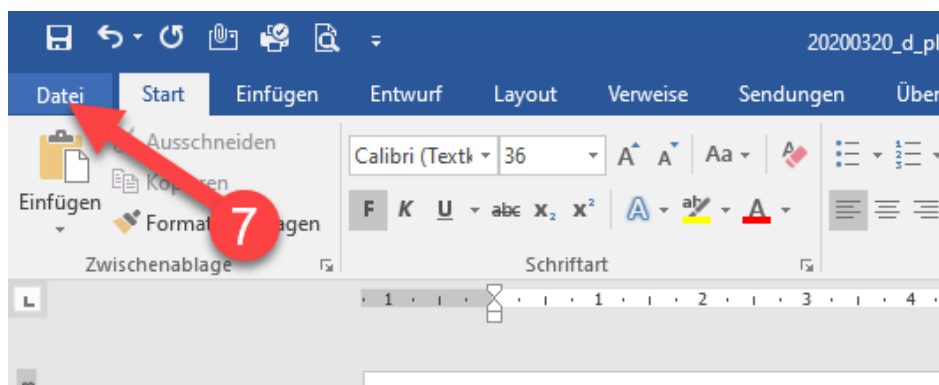




- Die Schiesszeiten ausfüllen.  
Auf das Feld «Schiesszeiten» klicken.  
Anstelle des Beispiels eure Schiesszeiten angeben und wieder die Grösse optimieren

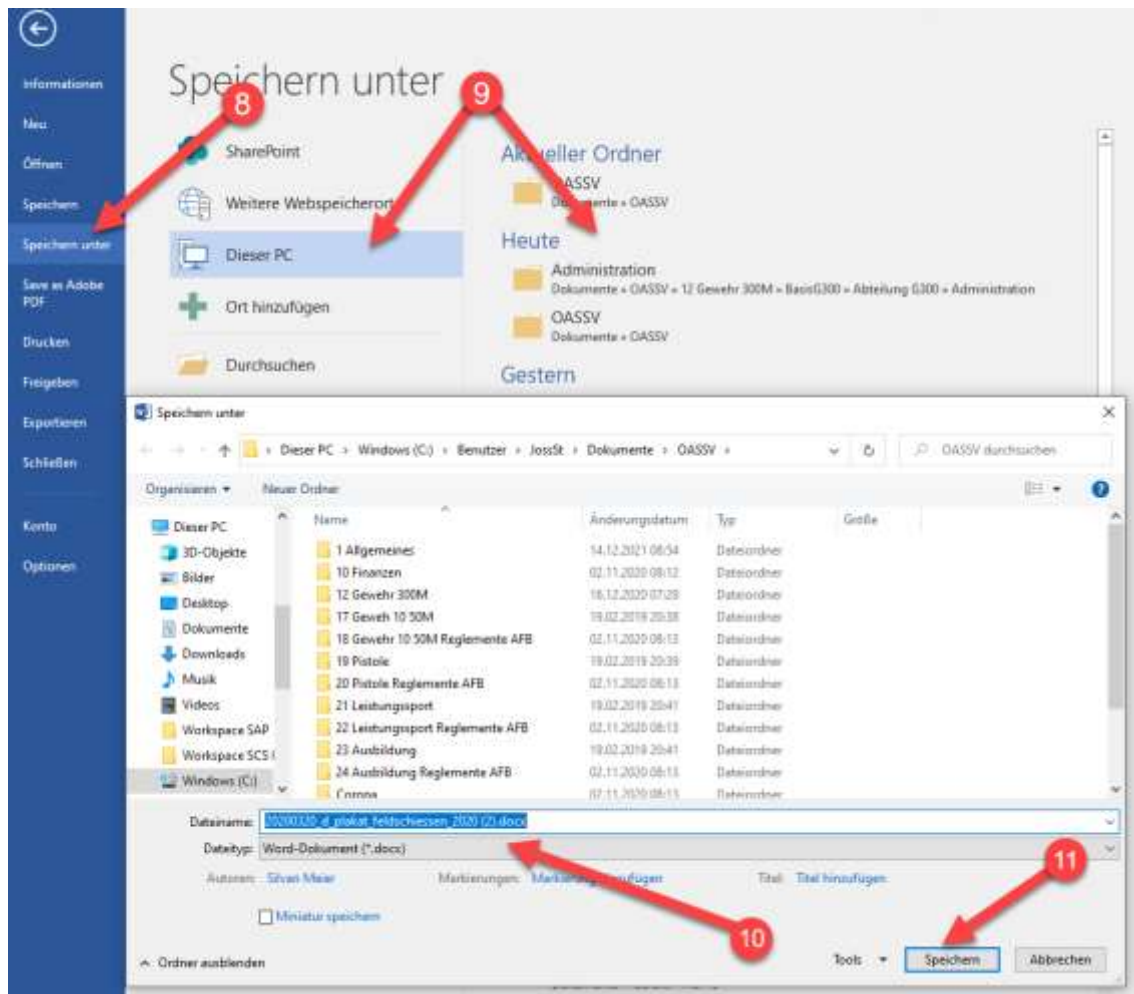


- Das Dokument speichern.  
Den Bereich Datei öffnen



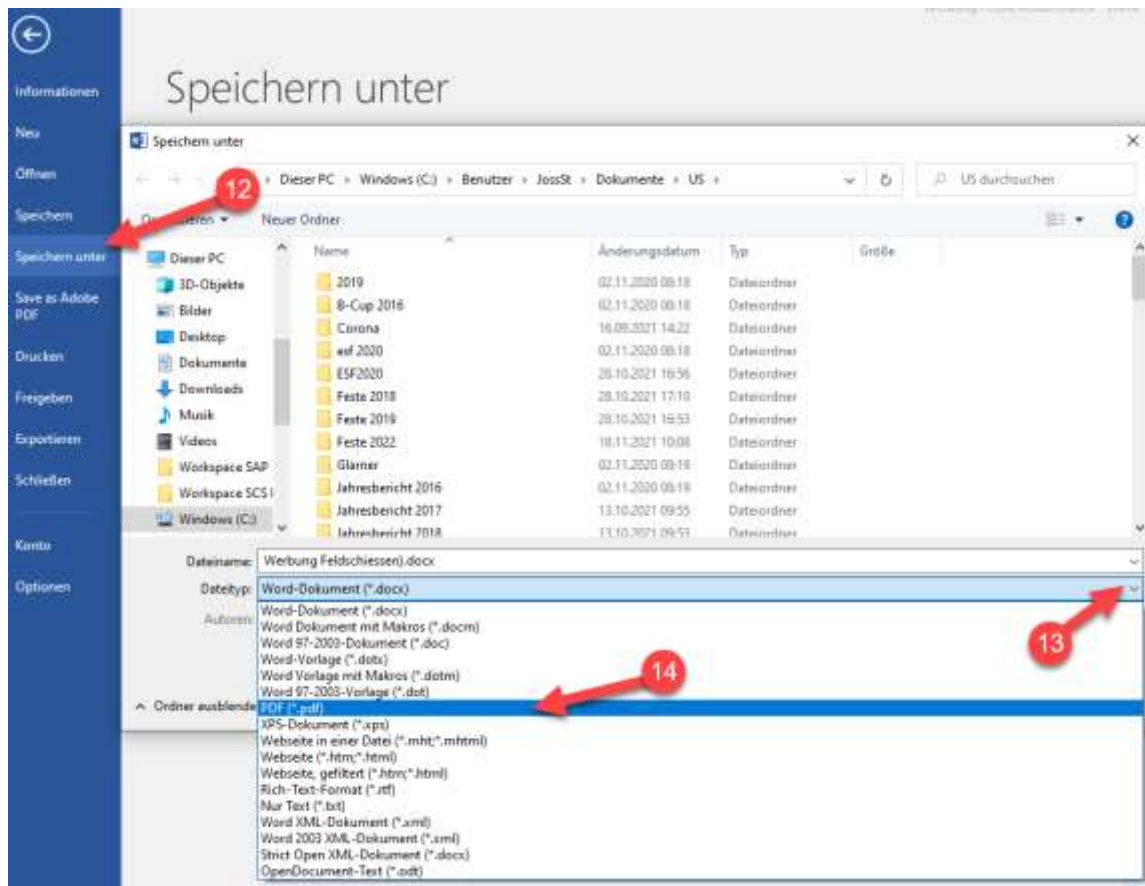


Speichern unter öffnen  
Den Speicherort auswählen  
Die Datei Speichern als Word Dokument.

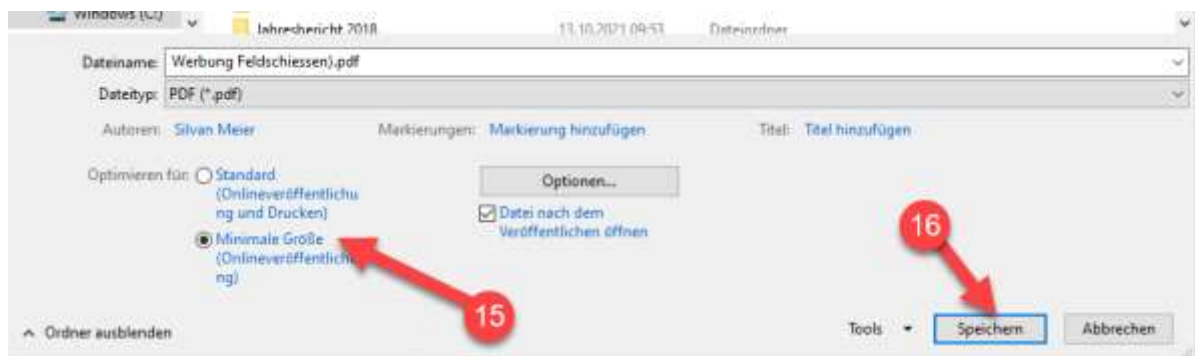




- Das Dokument als optimiertes pdf Speichern.  
Speichern unter öffnen und den Speicherort auswählen.  
Das Format auswählen «PDF».



Die Option auswählen  
Speichern







### 6. Das pdf über die Sozialen Medien Verteilen.

Das Veröffentlichen und somit Verbreiten des Flyers sollte nun über die Mitglieder des Vereins erfolgen.

Es Hilft wenn eine Person des Vorstandes oder der Schiessplatz Organisation als Zentrale stelle den Anfang macht und dabei möglichst alle Dienste nutzt.

Ein Kurzer Betreff: «Wir laden euch zum traditionellen Feldschiessen ein» oder ähnliches hilft.

Als Dienste die sich Eignen sind exemplarisch die folgenden zu nennen:

#### Facebook

Der Primus ist mit mehr als 1,6 Billionen Nutzern pro Monat (09/2016) das weltweit größte soziale Netzwerk. Für Unternehmen ist Facebook im Social Media Marketing, allein schon wegen den Reichweiten, ein absolutes Muss. Auch als Nachrichtenkanal gewinnt die Plattform zunehmend an Bedeutung. Auf Facebook erstellen die Nutzer private Profile aber auch Unternehmensseiten zur geschäftlichen Präsenz, sowie Gruppen zur privaten Diskussion. Durch die Freundschaftsanfragen können die Profile untereinander vernetzt werden.

#### Twitter

Twitter, ermöglicht dem registrierten Nutzer das Verfassen telegrammartiger Kurznachrichten, den auf maximal 140 Zeichen begrenzten "Tweets". Das öffentlich einsehbare "Online-Tagebuch" mit über 325 Millionen (09/2016) Nutzern pro Monat wird von Privatpersonen, Organisationen, Unternehmen und den Massenmedien genutzt.

#### Instagram

Instagram ist eine Mischung aus Microblog und audiovisueller Plattform. Die hier hochgeladenen Fotos können auch in anderen sozialen Netzwerken verbreitet werden. Das teilen erfolgt ausschliesslich über eine App.

#### WhatsApp

Über WhatsApp können Nutzer Textnachrichten, Bild-, Video- und Ton-Dateien sowie Standortinformationen, Dokumente und Kontaktdaten zwischen zwei Personen oder in Gruppen über ein mobiles Anwendungsprogramm (APP) austauschen. Der Instant-Messaging-Dienst gehört seit 2014 zu Facebook. Als der am schnellsten wachsende Internetdienst der Geschichte verzeichnet WhatsApp monatlich 950 Millionen aktive Nutzer.

#### Xing

Xing ist die Bussinessplattform für den "deutschsprachigen" Raum. Registrierte Mitglieder knüpfen und verwalten hier berufliche und/oder private Kontakte zu anderen Personen. Nutzer und Unternehmen können bei XING ein Profil anlegen, Fachpersonal suchen, Stellenangebote einstellen, Veranstaltungen organisieren und innerhalb der rund 55.000 Interessensgruppen mitdiskutieren.



## Feldschiessen Werbung auf Sozialen Medien

### LinkedIn

LinkedIn ist eine webbasierte Businessplattform zum Knüpfen neuer internationaler Geschäftsverbindungen. Mit über 100 Millionen Nutzern pro Monat (09/2016) in mehr als 200 Ländern ist LinkedIn die größte weltweite Plattform seiner Art.

### Snapchat

Die Community ist mit 10 Milliarden Video-Clips täglich heute schon aktiver als Facebook. Geführt wird Snapchat als ein Video-Clip Tagebuch, auf dem der Nutzer sich mitteilt.

### Flickr

Flickr ist die Content-Sharing-Plattform des Betreibers Yahoo. Angemeldete Mitglieder können hier Bilder sowie kurze Videos von maximal drei Minuten mit Kommentaren und Notizen auf die Community-Plattform hochzuladen und diese anschliessend mit anderen Nutzern zu teilen. Flickr hat nach eigenen Angaben ca. 5000 Uploads pro Minute und knapp 77 Mio. Unique Users.



# OASSV Oberaargauer Schiesssportverband

[www.oassv.ch](http://www.oassv.ch)

**Abteilung Gewehr 300m**

AG300\_Anleitung \_Feldschiessen Flyer.docx

7