

Social Media im Sportverein (eine Einführung)

Warum als Sportverein Social Media nutzen?

Soziale Medien (Social Media) sind für viele Menschen fester Bestandteil ihres Alltags: Sie informieren sich dort über das Zeitgeschehen, tauschen Informationen, Erfahrungen und Meinungen aus, holen sich Produkttipps und kaufen ein. Rund 70 Prozent der über 16-Jährigen Internetnutzer*innen in Deutschland sind bei [Facebook](#), [Instagram](#), [TikTok](#) und Co. aktiv. Soziale Medien sind für viele Menschen der Mittelpunkt der digitalen Welt (Quelle: Social Media, BITKOM 2022, S. 7).

Gut 50 Prozent der deutschsprachigen Menschen ab 14 Jahren nutzten 2023 Social-Media-Angebote mindestens wöchentlich, pro Tag sind es 35 Prozent. Im Schnitt verbringt die Bevölkerung 31 Minuten mit Sozialen Medien.¹

Auch immer mehr Sportvereine nutzen Social Media zur Kommunikation mit ihren Vereinszielgruppen.

Welche Sozialen Medien haben Relevanz für Sportvereine?

Soziale Netzwerke

- Instagram
- Facebook
- TikTok

Videoplattformen

- [YouTube](#)
- [Twitch](#)

Messenger

- [WhatsApp](#)
- [Snapchat](#)

In Deutschland nutzen ca. 15 Mio. (der Großteil unter 30jährige) monatlich Snapchat. E wird zum Chatten unter Freunden genutzt. Die bei anderen Netzwerken beliebte [Stories](#)-Funktion hat ihren Ursprung bei Snapchat.

Kurznachrichtendienste (Microblogging-Plattformen)

- [X](#)

Fotosharing-Plattformen

- Pinterest (Bsp.: [TSG Hoffenheim](#)): Pinterest hat ca. 13 Mio. monatliche Nutzer*innen in Deutschland. Pinterest ist ein digitales Sammelalbum für Fotos und Videos (Pins) und dient den Nutzer*innen zur Inspiration.

Business-Netzwerke

- [LinkedIn](#)
- [XING](#)

Beide Netzwerke dienen dem Aufbau und der Pflege von Businesskontakten (z.B. zu Vereinssponsoren und deren Vertreter*innen). In der DACH-Region (Deutschland-Österreich-Schweiz) hatte XING 2022 knapp die Nase vorn beiden Nutzer*innenzahlen (21,5 XING, 19 Mio. bei LinkedIn).

Wikis (offenes Autorensystem für Webseiten)

- Wikipedia (Bsp.: [TSV Dachau](#))

Warum als Sportverein Social Media nutzen?

Es gibt immer noch Sportvereine mit Berührungsängsten. Doch keine Angst! Social Media bietet zahlreiche Chancen, egal wie groß ein Verein ist.

Hier ein paar Argumente pro Social Media:

- Der Verein kann die Kommunikation in die eigenen Hände nehmen: Er macht sich unabhängig(iger) von der Berichterstattung durch lineare (klassische) Medien, wie

Tageszeitungen, Radio und Fernsehen

- Der Verein kann sich so platzieren, wie er wahrgenommen werden möchte (machen Sie die [Identität Ihres Vereins](#) erlebbar!)
- Der Verein kann sich und seine Angebote kostenfrei bekannt machen
- Der Verein kann sein Vereinsleben und seine Menschen (Mitglieder, Ehrenamtler*innen) erlebbar machen
- Der Verein kann der Meinung von linearen Medien unkompliziert widersprechen
- Der Verein kann Sponsoren einbinden und dadurch mediale Mehrwerte für Partner generieren
- Der Verein bindet ein breites Publikum (Mitglieder, andere Vereine, Sportverbände, Sportbünde, Sponsoren, Zuschauer*innen, Medien und anderen Multiplikatoren).

[Detaillierte Infos zu den Social Media-Zielen im Sportverein](#)

Wichtig ist, dass die Nutzung der sozialen Medien durch den Sportverein nicht in Anarchie ausufert (nicht „jede*r macht, was sie/er will“). [Eine Strategie ist wichtig!](#)

Quellen:

¹ https://www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2023/MP_26_2023_Onlinestudie_2023_Social_Media.pdf, S. 1).

Quellen:

Bild 1: Social Media Prisma (Quelle <https://ethority.de/social-media-prisma/>; 04.06.2019)