

## 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.<sup>1</sup>

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:**

<sup>1</sup> [https://www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2023/MP\\_26\\_2023\\_Onlinestudie\\_2023\\_Social\\_Media.pdf](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)