

Was sind soziale Netzwerke?

Profile anlegen und sich vernetzen!

Soziale Netzwerke sind Internetseiten, auf denen die Internetnutzer*innen kostenfrei ein individuelles Profil anlegen und sich mit anderen Nutzer*innen austauschen können.

Auch Sportvereine können Profile in sozialen Netzwerken einrichten und über diese mit ihren Zielgruppen (Mitgliedern, Kursteilnehmer*innen, Fans & Co.) kommunizieren und interagieren.

Soziale Netzwerke gehören zu den beliebtesten Online-Anwendungen. Für neun von zehn Internetnutzer*innen gehören soziale Netzwerke zum Alltag.

54 Mio. Deutsche ab 16 Jahren haben laut einer im Februar 2023 veröffentlichten [BITKOM-Studie \(pdf\)](#) in den letzten 12 Monaten mindestens ein soziales Netzwerk genutzt (das entspricht 89 Prozent der deutschen Internetnutzer*innen ab 16 Jahren). 57 Prozent haben aktiv Beiträge gepostet, Inhalte hochgeladen oder Kommentare geschrieben. 32 Prozent haben die Plattformen ausschließlich passiv genutzt, z.B. Beiträge gelesen, Bilder oder Videos angeschaut, ohne eigene Inhalte zu veröffentlichen. Die meisten bewegen sich regelmäßig auf den Plattformen: Für mehr als zwei Drittel (70 Prozent) der Nutzer*innen gehören soziale Netzwerke zum Alltag.

Die meisten nutzen mehrere soziale Netzwerke parallel, 16 bis 29-jährige im Schnitt sieben, 30 bis 49-jährige fünf und selbst die Altersgruppe ab 65 Jahren durchschnittlich zwei Netzwerke.

Das beliebteste soziale Netzwerk in Deutschland ist nach wie vor Facebook. 68 Prozent der Deutschen ab 16 Jahren nutzen das soziale Netzwerk. Auf Platz zwei liegt Instagram, das von 54 Prozent genutzt wird. TikTok ist weiter auf dem Vormarsch und wird mittlerweile von 30 Prozent genutzt.

Welche Altersgruppe präferiert welche sozialen Netzwerke?

Die Zielgruppe 35+ erreicht man aktuell am besten via Facebook. Bei Instagram kommen die meisten Nutzer*innen aus der Altersgruppe 18-35 Jahre. TikTok hat eine besonders junge Nutzer*innenschaft. Besonders bei den 13-24jährigen ist TikTok beliebt.

Viele Sportvereine haben mittlerweile Profile auf [Facebook](#) und [Instagram](#). [TikTok](#) steckt in den meisten Vereinen noch in den Kinderschuhen oder wird gar nicht genutzt. Vor allem Bundesligavereine sind dort bisher präsent. TikTok-Erfolgsgeschichten schreiben aber auch vermehrt Breitensportvereine, wie die [Tennisabteilung der SG Zons](#), deren Videos in der Spitze bis zu 10 Mio. Zugriffe erzielen.

Mit stetig wachsende Mitgliederzahlen „glänzen“ auch die beiden Business-Netzwerke LinkedIn und XING. Diese werden von den Mitgliedern vor allem zum Aufbau und der Pflege von beruflichen Kontakten genutzt. Auf [XING](#) sind ca. 17 Mio. Mitglieder aus Deutschland registriert, bei [LinkedIn](#) rund 14 Mio. (Stand: 2022).

Auch vereinzelt sind Sportvereine in Business-Netzwerken präsent. Vor allem nutzen haupt- und ehrenamtliche Vereinsmitarbeiter*innen XING und LinkedIn, um sich dort zu präsentieren und mit anderen Nutzer*innen zu vernetzen sowie auszutauschen.