

Social-Media-Nutzung in Deutschland und Sportvereinen

Social Media gehört bei Jung und Alt zum Alltag – auch im Sportverein!

Für 9 von 10 Internetnutzer*innen in Deutschland ab 14 Jahren gehört die Nutzung von sozialen Medien zum Alltag.

Doch welche Vereinszielgruppen tummeln sich in welchen sozialen Medien? Welche sozialen Medien sollte man als Sportverein zur Ansprache welcher Zielgruppen nutzen?

1. Soziale Netzwerke

INSTAGRAM

Instagram ist 2023 bei der täglichen und wöchentlichen Nutzung die Nr. 1 in Deutschland. Ca. 32 Millionen aktive Instagram-Nutzer*innen gibt es in Deutschland.

Auf Instagram (Quelle: ARD-/ZDF-Onlinestudie 2023) erreicht man vor allem

- 20 bis 29-Jährige (65 % dieser Altersgruppe nutzen täglich Instagram)
- 14 bis 19-Jährige (58 % sind täglich auf Instagram unterwegs)

[Detaillierte Infos zu Instagram und wie man Instagram als Sportverein zielführend nutzen kann](#)

FACEBOOK

Facebook hat ebenfalls rund 32 Mio. aktive Nutzer*innen in Deutschland (Stand: 2023).

Welche Vereinszielgruppen erreicht man in erster Linie auf Facebook?

- 40 bis 50-Jährige (Facebook wird von dieser Altersgruppe favorisiert)
- 50+ (auch diese Altersgruppe präferiert Facebook)

[Ausführliche Tipps, wie man Facebook als Sportverein zielgerichtet einsetzt](#)

TIKTOK

TikTok hat 20,9 Millionen Nutzer*innen in Deutschland (Quelle: TikTok 24.10.2023)

Welche Zielgruppe erreicht man dort schwerpunktmäßig?

- Teenager*innen zwischen 14 und 19 Jahren (39 Prozent dieser Altersgruppe nutzen TikTok täglich)

[Lassen Sie sich inspirieren, wie man TikTok als Sportverein erfolgreich nutzt](#)

X (FRÜHER TWITTER)

Laut einer Umfrage des Digitalverbands Bitkom vom November 2023 plant jeder Dritte, sein X-Profil zu löschen. Es bleibt abzuwarten, ob X der Kurznachrichtendienst Nr. 1 in Deutschland bleibt. Es gibt Alternativen, wie Threads, Bluesky und Mastodon. Beobachten Sie die Marktentwicklung!

Welche für Sportvereine relevanten Zielgruppen erreicht man auf X?

- Multiplikatoren (aus Sportverbänden, Sportbünden, Politiker*innen, Unternehmensvertreter*innen, Medienschaffende)

[Detaillierte Infos, wie man X als Sportverein nutzen kann](#)

2. Messenger

WHATSAPP

WhatsApp ist mit weitem Abstand der beliebteste Messenger in Deutschland. Ca. 60 Millionen nutzen WhatsApp, davon rund 50 Mio. täglich.

[Mehr Infos zu WhatsApp und WhatsApp-Alternativen](#)

3. Videoplattformen

YOUTUBE

Über 70 Millionen Deutsche sind YouTube-Zuschauer*innen. YouTube ist damit die klare Nr. 1. Alternativen, wie Vimeo sind für Sportvereine uninteressant.

Welche Altersgruppen erreicht man auf YouTube?

- vor allem 14 bis 25-Jährige (75 Prozent dieser Altersgruppe nutzen YouTube) und 26 bis 35-Jährige (67 Prozent)
- 55 Prozent der 36 bis 45-Jährigen und 40 Prozent der 46 bis 55-Jährigen nutzen YouTube

[Wie man als Sportverein YouTube zielführend einsetzen kann](#)

PRAXISTIPP

Im Social Media-Bereich ist viel Bewegung. Neue soziale Medien entstehen, andere verschwinden. Beobachten Sie die Entwicklungen! Ein Blick in die [ARD-/ZDF-Onlinestudie](#) gibt Orientierung. Jedes Jahr im Herbst wird die Studie seit 1997 veröffentlicht. Social Media-Marktdaten liefern auch [Studien von BITKOM](#).

SPORTVEREINE AUF SOCIAL MEDIA

Laut der Studie „Herausforderungen der Kommunikation von Sportvereinen während der COVID-19 Pandemie“ (veröffentlicht 2022) sind über 50 Prozent der Sportvereine in Deutschland auf Facebook präsent, gut 40 Prozent nutzen Instagram. WhatsApp wird von gut 80 Prozent der Vereine als Kommunikationsinstrument genutzt.

Social Media ist somit auch Alltag in vielen Sportvereinen, Tendenz steigend.