LANDESSPORTBUND
NORDRHEIN-WESTFALEN

Social Media Trends 2024- Wie als Sportverein darauf reagieren?

ChatGPT, WhatsApp-Kanal und weitere Trends!

Social Media entwickelt sich ständig weiter. Welche Social Media-Trends gibt es in 2024? Wie kann man den Trends als Sportverein Rechnung tragen? Unser Überblick:

Integration von Künstliche Intelligenz (KI) wird zunehmen

Der Einsatz von Künstlicher Intelligenz bei der Gestaltung von Social Media-Inhalten wird weiter an Bedeutung gewinnen. Mit Hilfe von KI (z.B. ChatGPT) können maßgeschneiderte Social Media-Inhalte in Sekundenschnelle erstellt werden. Lassen Sie sich von ChatGPT & Co. inspirieren! Sammeln Sie mit KI Ideen! Immer mehr Nutzer*innen greifen darauf zurück. Wollen Sie erfahren, wie man als Sportverein KI bei der Erstellung von Social Media-Inhalten einsetzt?

Social Media als Suchmaschine

Wie sucht die Generation Z (geboren zwischen 1997 und 2012) im Internet nach Informationen? Gut 40 Prozent nutzen nicht mehr Google & Co., sondern Social Media-Plattformen als Suchmaschine. Was bedeutet das für Sportvereine bei der Ansprache der Generation Z? Verbessern Sie Ihre Auffindbarkeit, in dem Sie Präsenz auf Instagram und TikTok zeigen! Doch mit der bloßen Präsenz ist es nicht getan! Nutzen Sie die maximale Zeichenanzahl bei den Bild- und Videounterschriften (Captions). Ausführliche textliche Beschreibungen und die Nutzung von Untertiteln verbessern die Auffindbarkeit Ihrer Social-Media-Kanäle. Auch die Verweildauer und die Interaktionsrate (Likes, Kommentare, Shares) der Nutzer*innen verbessern sich.

Foto-/Video-Dumps

Bei einem Foto-/Video-Dump werden in einem Social Media-Beitrag mehrere Fotos/Videos integriert. Mit dem Multi-Foto/Video-Format (auch Karussell genannt) können längere Geschichten erzählt werden. Man kann viele Informationen in eine Story packen, z.B. einen authentischen, ungefilterten Einblick in das Vereinsleben geben (den Alltag eines Trainers oder die Trainingseinheit einer Spielerin: von der Abreise zu Haus, die Ankunft an der Trainingsstätte, einzelnen Sequenzen des Trainings, über die Rückfahrt bis zum Ausklingen des Tages). Auf Instagram können bis zu 10 Fotos und Videos in einen Beitrag integriert werden. Bei TikTok sind es sogar 35 Slides. Dumps haben meist besonders hohe Reichweiten/Interaktionsraten. Wichtig: Mit dem ersten Foto/Video für Aufmerksamkeit sorgen! Nur dann scrollen die Nutzer*innen weiter!

Erstkontakt mit Vereinsmitgliedern via Social Media

Die SG Zons Tennisabteilung machts vor: Der TikTok-Auftritt der Tennisschule des Vereins sorgt für große mediale Aufmerksamkeit. Einzelne Videos haben mehrere Millionen Zugriffe. Bei immer mehr Neumitgliedern erfolgt der Erstkontakt über TikTok. Diese schreiben den Verein über TikTok an und bekunden Interesse, den Verein kennenzulernen und bei der SG Zons zu trainieren.

Die Erstkontaktaufnahme mit Sportvereinen über TikTok, Instagram, Facebook & Co. wird in 2024 weiter wachsen.

Short-Videos und Long-Videos

Kurze, unterhaltsame Videos (TikToks, Instagram Reels , YouTube Shorts) sind weiterhin beliebt. Doch aufgepasst: Experter*innen prognostizieren für 2024 eine (wieder) wachsende Bedeutung von Long-Videos. Gut gemachte Tutorials eines Sportvereins mit Mehrwerten für die Nutzer*innen können auch schon mal 30 Minuten und länger sein, ohne dass das Video vorzeitig beendet wird.

BeReal

Seit dem 6. Februar 2024 können auch Sportvereine Inhalte auf der Social Media-Plattform BeReal veröffentlichen. Borussia Dortmund ist als erster Bundesligaverein auf BeReal vertreten. Auf BeReal veröffentlichen die Nutzer*innen täglich zu einer vorgegebenen Zeit ein Foto. Erhält man von der App eine Benachrichtigung, haben die Nutzer*innen zwei Minuten Zeit, um ein Foto mit der Front- und der Hauptkamera ihres Handys aufzunehmen. Nur Freunde, die selbst ein BeReal veröffentlichen, können Beiträge sehen und mit diesen interagieren.

WhatsApp-Kanal

Seit September 2023 können WhatsApp-Nutzer*innen News-Kanäle abonnieren. Im Februar 2024 betreiben bereits 2/3 der Vereine aus der 1. und 2. Fußball-Bundesliga einen WhatsApp-Kanal. Auch der Landessportbund Nordrhein-Westfalen ist seit Anfang 2024 mit einem WhatsApp-Kanal am Start.

WhatsApp ist der beliebteste Messenger in Deutschland mit ca. 60 Millionen Nutzer*innen. Alle Altersgruppen sind dort vertreten und werden vom Verein erreicht. Mit einem WhatsApp-Kanal können Sportvereine ihre Mitglieder und Fans direkt ansprechen und mit abwechslungsreichen Inhalten zum Verein versorgen.

Unsere Praxistipps für Ihren WhatsApp-Kanal:

- Ermöglichen Sie den Nutzer*innen exklusive Einblicke ins Vereinsleben (Spieler*innenbesprechungen, Vorstandssitzung, Homestory etc.), die es auf anderen Social Media-Präsenzen Ihres Vereins nicht gibt
- Posten Sie regelmäßig Inhalte! (wenn es etwas zu berichten gibt, möglichst täglich, ansonsten 1 x pro Woche)
- Ermöglichen Sie an Spieltagen/bei Wettkämpfen aktuelle Einblicke (z.B.): Aufstellung, Tore, Ergebnisse, Blicke hinter die Kulissen, O-Töne von Sportler*innen!
- Promoten Sie Gewinnspiele mit Vereinssponsoren!

X (früher Twitter) verliert Nutzer*innen. Nach Alternativen Ausschau halten!

Seit der Übernahme von Twitter durch Elon Musk und die Umbenennung in X 2023 hat die Plattform Nutzer*innen verloren. Es bleibt abzuwarten, ob sich dieser Trend in 2024 fortsetzt. Die Alternative Threads von Meta hat seit ihrer Einführung im Juli 2023 viele Nutzer*innen gewonnen. Unsere Tipps: Beobachten Sie die weiteren Entwicklungen! Registrieren Sie sich auf Threads! Behalten Sie weitere X-Alternativen wie Bluesky und Mastodon im Auge und sichern Sie sich Ihren Benutzernamen!