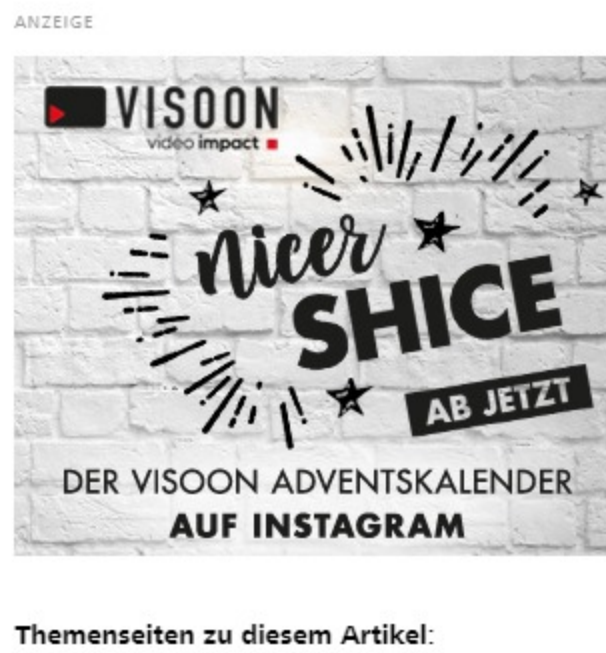


So nutzen die Bundesliga-Vereine IGTV

von Ingo Rentz
Mittwoch, 28. November 2018



Instagram gehört aktuell zu den beliebtesten Social Networks



Themenseiten zu diesem Artikel:
Instagram FC Bayern München BVB Leverkusen Fußball-Bundesliga Felix Benckendorff

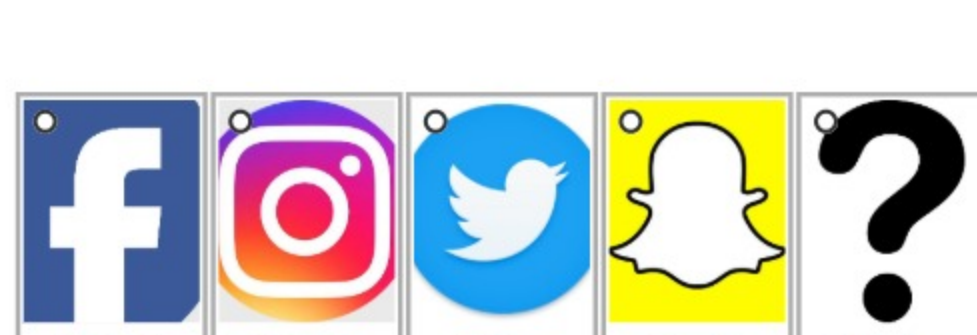
Instagram ist in der Social-Media-Kommunikation von Bundesliga-Clubs nicht mehr wegzudenken. Doch wie sieht es mit IGTV aus, dem kürzlich gelaunchten Bewegtbild-Bereich der App? Die Lüneburger Agentur Web-Netz hat untersucht, wie Bayern München, Borussia Dortmund und Co bei IGTV dastehen.



Die Gesamtanzahl der Instagram-Abonnenten aller deutschen Clubs aus den drei Profiligen beläuft sich auf knapp 25 Millionen Nutzer. Potenzial ist also da, zumal für IGTV nicht neue Reichweiten aufgebaut werden müssen, sondern der Content an die bereits bestehende Followerschaft ausgespielt werden kann. Weitere Vorteile des Formats: Man kann Videos von bis zu 60 Minuten Länge hochladen, was ganz neue Möglichkeiten für Storytelling bietet. Außerdem werden die Videos - im Gegensatz zu Youtube - im Format 9:16 ausgespielt, nehmen also automatisch die ganze Fläche des Handybildschirms ein. Drehen: unnötig.

LIVE ABSTIMMUNG • 889 MAL ABGESTIMMT

Welches soziale Netzwerk nutzen Sie am liebsten?



OPINION

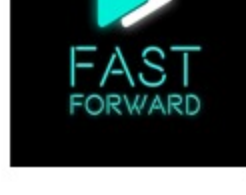
Dennoch tun sich die Clubs der Fußball-Bundesliga nicht gerade als First Mover hervor. Von den 56 Vereinen der obersten drei deutschen Spielklassen nutzen nur 23 IGTV (Stand: 15. November 2018). In der ersten Bundesliga sind lediglich Bremen, Mainz, Düsseldorf und Freiburg nicht mit von der Partie. In Liga zwei gehören ausgerechnet die Spitzenreiter Köln und Hamburg zu den IGTV-Verweigerern. Dafür haben der FC St. Pauli, Jahn Regensburg, Ingolstadt, Magdeburg und Bochum bereits Erfahrungen mit IGTV gesammelt.

Diese Bundesliga-Clubs nutzen IGTV

Platz	Liga	Verein	Nutzt IGTV?
1	1. Liga	Bayern München	Ja
2	1. Liga	Borussia Dortmund	Ja
3	1. Liga	FC Schalke 04	Ja
4	1. Liga	Bayer 04 Leverkusen	Ja
5	1. Liga	VfL Wolfsburg	Ja
6	1. Liga	Bor. Mönchengladbach	Ja
7	2. Liga	Hamburger SV	Nein
8	1. Liga	Eintracht Frankfurt	Ja
9	2. Liga	1.FC Köln	Nein
10	1. Liga	SV Werder Bremen	Nein
11	1. Liga	VfB Stuttgart	Ja
12	1. Liga	RasenBallsport Leipzig	Ja
13	2. Liga	FC St. Pauli	Ja
14	1. Liga	Hertha BSC	Ja
15	1. Liga	TSG 1899 Hoffenheim	Ja
16	1. Liga	Hannover 96	Ja
17	1. Liga	1.FC Nürnberg	Ja
18	1. Liga	FC Augsburg	Ja
19	1. Liga	1.FSV Mainz 05	Nein
20	1. Liga	Fortuna Düsseldorf	Nein
21	1. Liga	SC Freiburg	Nein
22	2. Liga	SG Dynamo Dresden	Nein
23	3. Liga	1.FC Kaiserslautern	Nein
24	3. Liga	FC Hansa Rostock	Ja
25	3. Liga	TSV 1860 München	Nein
26	2. Liga	SV Darmstadt 98	Nein
27	2. Liga	Arminia Bielefeld	Nein
28	3. Liga	Karlsruher SC	Ja
29	3. Liga	Eintracht Braunschweig	Nein
30	2. Liga	FC Ingolstadt 04	Ja
31	2. Liga	1.FC Union Berlin	Nein
32	2. Liga	1.FC Magdeburg	Ja
33	2. Liga	VfL Bochum	Ja
34	2. Liga	Holstein Kiel	Nein
35	2. Liga	FC Erzgebirge Aue	Nein
36	2. Liga	MSV Duisburg	Nein
37	2. Liga	SSV Jahn Regensburg	Ja
38	3. Liga	Hallescher FC	Nein
39	3. Liga	FC Energie Cottbus	Nein
40	3. Liga	VfL Osnabrück	Ja
41	2. Liga	1.FC Heidenheim 1846	Nein
42	3. Liga	Preußen Münster	Nein
43	3. Liga	SV Meppen	Nein
44	2. Liga	SpVgg Greuther Fürth	Nein
45	2. Liga	SV Sandhausen	Nein
46	3. Liga	FSV Zwickau	Nein
47	3. Liga	FC Carl Zeiss Jena	Nein
48	2. Liga	SC Paderborn 07	Ja
49	3. Liga	Sportfreunde Lotte	Nein
50	3. Liga	Würzburger Kickers	Nein
51	3. Liga	SC Fortuna Köln	Nein
52	3. Liga	VfR Aalen	Nein
53	3. Liga	SV Wehen Wiesbaden	Nein
54	3. Liga	SpVgg Unterhaching	Nein
55	3. Liga	SG Sonnenhof Großaspach	Nein

Quelle: Web-Netz (Stand: 15. November 2018)

ANZEIGE



Was auf die Ohren: Fast Forward startet

Im neuen Zukunftspodcast von Burda diskutieren Experten darüber, wie die Welt von morgen aussieht: Ist die Blockchain Zukunftstechnologie oder nur leerer Hype? Muss das Internet lokaler werden? Rettet Data Analytics den Journalismus? Die Menschen hinter den Technologien haben Antworten. Ab sofort auf iTunes, Spotify, Soundcloud und überall, wo es Podcasts gibt!

Wenig überraschend ist der FC Bayern München bei Instagram TV bislang das Maß aller Dinge. Nicht nur, dass der Rekordmeister mit seinen 14,5 Millionen Instagram-Followern über die größte Fanbasis verfügt. Das Social-Media-Team der Münchner hat auch bereits über 20 Videos produziert. Ebenso wie der Vizemeister der vergangenen Saison, der FC Schalke 04. Auch Leverkusen, Leipzig, Gladbach und Frankfurt waren bereits fleißig bei IGTV und haben Videos im zweistelligen Bereich produziert.

Überraschungsmeister mit den meisten IGTV-Beiträgen eines Clubs aus der 2. Liga war Mitte November der SSV Jahn Regensburg mit 13 Videos. Überhaupt präsentiert sich die zweite Bundesliga als ausgesprochen IGTV-affin: Nach Anzahl der produzierten Videos wurden die Ränge sieben bis zehn zum Untersuchungszeitpunkt von Zweitligisten besetzt - die damit namhafte Erstligisten wie Hertha BSC Berlin hinter sich ließen.



Der FC Bayern München ist IGTV-Primus

Die Web-Netz-Untersuchung zeigt auch: Die großen Clubs nutzen IGTV für Vermarktungszwecke. Der FC Bayern beispielsweise promotete dort seine USA-Reise, mit der der Club gezielt ausländische Sponsoren und Fans ansprechen will. Eintracht Frankfurt bindet den Sponsor Deutsche Bank als Presenter ein, Leverkusen und Schalke preisen bei IGTV Merchandising-Artikel an.



MEHR ZUM THEMA

INSTAGRAM TV

5 IGTV-Learnings für Unternehmen

Facebook schickt sich an, Youtube das Wasser abzugraben. IGTV heißt das Angebot, das die Generation Mobile von Youtube zu Instagram lotsen soll. Worauf Unternehmen bei IGTV achten sollten, erklärt Instagram-Manager Heiko Hebig.

Dennoch falle die IGTV-Bilanz der Bundesliga-Clubs insgesamt dürrig aus, sagt **Felix Benckendorff**, Head of Consulting bei Web-Netz: "Bis dato hat kein deutscher Fußballproficlub weitreichende Relevanz via IGTV erzeugt. Weder durch Content-Kreativität noch durch Regelmäßigkeit." Ein Blick auf die internationale Fußballszene relativiert das Ganze aber etwas: Der FC Barcelona verzichtet noch ganz auf IGTV, Real Madrid agiert mit nur sechs Beiträgen sehr sparsam, lediglich Manchester United liegt mit 25 IGTV-Videos auf Bayern-München-Level. *ire*

[Hier die ganze Analyse lesen](#)