Was ist TikTok?

TikTok ist in die erste Social Media-Liga aufgerückt!

Die chinesische, videofokussierte Social Media-App TikTok boomt! Die App ist einfach aufgebaut, funktioniert ähnlich wie andere soziale Netzwerke und daher unkompliziert nutzbar. In einer Timeline werden Videos angezeigt, es kann anderen Nutzer*innen gefolgt, können Hashtags verwendet sowie Videoclips geliked und kommentiert werden.

Auf TikTok können Videos mit einer Länge von max. 15 oder 60 Sekunden im Hochformat (Seitenverhältnis 9:16) erstellt werden. Das Besondere der TikTok-Videos sind die zahlreichen Bearbeitungsmöglichkeiten. Die Nutzer*innen können auf TikTok ihrer Kreativität freien Lauf lassen. Sie können die Videos mit einer Vielzahl von Filtern, Effekten, Grafiken sowie Musik bearbeiten und diese mit ihren Follower*innen teilen. Man kann auch bis zu 3 Minuten lange Videos auf TikTok hochladen. Für TikTok-Videos, die länger als 60 Sekunden sind, sind einige Bearbeitungsfunktionen nicht verfügbar.

Erst seit 2016 auf dem Markt, hat TikTok mittlerweile in Deutschland gut 19 Millionen aktive Nutzer*innen (Stand: Mai 2023), Tendenz steigend.

TikTok hat im November 2017 den US-Konkurrenten Musical.ly übernommen. 2018 wurde Musical.ly, auf der man ebenfalls Kurzvideos einstellen konnte, mit TikTok verschmolzen.

TikTok bei jungen Menschen beliebt

TikTok ist für viele junge Menschen das, was früher einmal Facebook und Instagram waren. Lange Zeit war die Generation Z (geboren zwischen 1995 und 2010) auf TikTok unter sich. Noch heute kommen die meisten Nutzer*innen aus dieser Generation. Mittlerweile ist auch die Generation Y (geboren zwischen 1980 – 1999) zunehmend auf TikTok aktiv.

TikTok hat für Sportvereine signifikant an Relevanz gewonnen. 2019 hatten nur vier Fußball-Bundesligavereine eine TikTok-Präsenz. Neben dem „TikTok-Sportverein der ersten Stunde“ in Deutschland, dem 1. FC Köln (hat bereits 2017 seinen Account gestartet), waren 2019 nur noch Borussia Dortmund, der FC Bayern München und der Hamburger SV auf TikTok präsent.

Mittlerweile haben bis auf den 1. FC Union Berlin alle Fußball-Bundesligavereine einen offiziellen TikTok-Account (Stand: Mai 2023).

Auch in anderen deutschen Profiligen haben immer mehr Vereine ein offizielles TikTok-Konto (Stand:

Mai 2023):

- Handball-Bundesliga (12 von 18 Vereinen)
- Eishockey-Bundesliga (11 von 15 Vereinen)
- Basketball-Bundesliga (6 von 18 Vereinen)

Erste breitensportlich ausgerichtete Sportvereine haben TikTok für sich entdeckt. Die Tennisabteilung der SG Zons aus dem Rhein-Kreis Neuss in Nordrhein-Westfalen gehört dazu. Seit 2019 schreibt die SG Zons eine **Erfolgsgeschichte auf TikTok**. Lassen Sie sich inspirieren von Jan Hülsmann und seinem Team der Tennisschule Tennis Zons. Jan stand uns im VIBSS-Interview Rede und Antwort**.**

TikTok kann auch von „Normal-Sportvereinen“ genutzt werden, um die Fans (Mitglieder & Co.) am Vereinsleben teilhaben zu lassen. Der Sportverein kann dort seinen Fans durch exklusive Videoclips Einblicke rund um den Verein, seine Spieler*innen, Mitglieder und Mitarbeiter*innen ermöglichen und sich mit ihnen austauschen. Die Fans können mit dem Verein schnell und einfach in einen Dialog treten.

Haben wir Ihr Interesse geweckt und wollen auch Sie für Ihren Verein ein TikTok-Konto einrichten? **Hier erfahren Sie, wie Sie ein TikTok-Vereinskonto einrichten**. Suchen Sie Tipps für einen gelungenen Auftritt Ihres Vereins auf TikTok? Diese finden Sie **hier**. Viel Spaß beim Lesen und Ihren zukünftigen TikTok-Aktivitäten!