

Kampf um die digitale Krone: Rapid, Sturm und Salzburg an der Spitze!

Die Social-Media-Liga 2024/25 zeigt SK Sturm Graz, SK Rapid und FC Red Bull Salzburg als gleichwertige Sieger im digitalen Wettbewerb.



Graz, Österreich - Die Social-Media-Liga 2024/25 schloss mit einem aufregenden Gleichstand an der Spitze, wie **LAOLA1** berichtet. SK Sturm Graz, SK Rapid Wien und der FC Red Bull Salzburg teilten sich die Führung, alle mit einem beeindruckenden Social-Media-Index von 2,94. Diese Resultate verdeutlichen die wachsende Bedeutung der digitalen Präsenz im österreichischen Klubfußball.

Die Liga wurde in Zusammenarbeit von LAOLA1, dem Internationalen Fußball Institut (IFI) und der Privatuniversität Schloss Seeburg initiiert. Letztere bietet ein berufsbegleitendes Studium im Bereich Sport- und Eventmanagement an, während das IFI auf fußballspezifische Aus- und Weiterbildung fokussiert

ist. Der hohe Leistungsstandard in der Social-Media-Liga zeigt die verschiedenen Strategien der Klubs, die sich in der digitalen Welt etablieren wollen.

Endstand der Social-Media-Tabelle 2024/25

Platz	Mannschaft	Social-Media-Index
1.	SK Sturm Graz	2,94
1.	SK Rapid Wien	2,94
1.	FC Red Bull Salzburg	2,94
4.	FK Austria Wien	2,72
5.	GAK	2,39
6.	Austria Klagenfurt	2,22
7.	LASK	2,17
7.	WAC	2,17
9.	Blau-Weiß Linz	2,11
10.	SCR Altach	2,06
11.	WSG Tirol	1,94
12.	TSV Hartberg	1,92

Lukas Knauer vom IFI hebt hervor, dass die digitale Kommunikation für die Positionierung von Vereinen unerlässlich ist. In den letzten Jahren sind auch die Ergebnisse von FK Austria Wien und GAK deutlich besser geworden, während die Plätze 6 bis 10 (von Austria Klagenfurt bis SCR Altach) punktuelle Stärken aufweisen, jedoch noch Entwicklungspotenzial zeigen. Der WSG Tirol und der TSV Hartberg haben ebenfalls Nachholbedarf in ihrer digitalen Präsenz.

Die Bedeutung von Social Media im Fußball

Wie auch **IFI** anmerkt, haben SK Sturm Graz und FC Red Bull Salzburg die Titel „Social Media Meister 2024“ geteilt. Das IFI bewertet die digitale Performance seit mehreren Jahren und hat in der Saison 2023/24 die Social-Media-Auftritte der Bundesligisten analysiert.

Die Analyse umfasste 19 Kategorien und fünf Haupt-Social-

Media-Kanäle, darunter TikTok, das immer wichtiger für die Klubs wird. In der vorherigen Saison verbesserte sich SK Rapid von Platz sechs auf den dritten Platz und zeigt, wie sich die Klubs im digitalen Wettbewerb positionieren.

In der aktuellen Fußballkultur wird Social Media zunehmend als Erweiterung der Zuschauerränge angesehen, was in der Sommerpause besonders hervortritt. **rbb24** beschreibt verschiedene Typen von Fußball-Fans, die auf Social Media aktiv sind, darunter den „Transferguru“ und den „Sentimentalen“. Diese Typen verdeutlichen, wie unterschiedlich die Fangemeinschaften sich auf digitalen Plattformen präsentieren.

Obwohl die Clubs innovative Ansätze in ihren Social-Media-Strategien verfolgen, bleibt der Wettbewerb offen. Die kommenden Saisons versprechen neue inhaltliche Schwerpunkte und methodische Erweiterungen, um die digitale Kommunikation noch differenzierter darzustellen.

Details	
Ort	Graz, Österreich
Quellen	• www.laola1.at • www.international-football-institute.com • www.rbb24.de

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at