

Werder Bremen ist weiterhin Twitter-Meister 2010

14.05.2010, 17:34 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *Deutsches Institut für Marketing (DIM)*



Köln, 14.05.2010: Werder Bremen lässt sich nicht so leicht vom Siegetreppchen stoßen. Weiterhin behält der Verein den Titel des Twitter-Meisters 2010 und „zwitschert“ weiter, um die Anzahl seiner Follower zu erhöhen.

Die Nutzerstatistik der Kommunikations-Plattform Twitter wächst täglich. Auch der dreimalige Weltfußballer Ronaldo gab unlängst bekannt, sich dem sozialen Netzwerk zu widmen und die bevorstehende Weltmeisterschaft via Twitter zu kommentieren. Die Weltmeisterschaft 2010 und das Saisonende der Bundesliga veranlasste das Deutsche Institut für Marketing, nochmals die Aktivität der Vereine auf dem Microblogging-Dienst zu überprüfen.

Der SV Werder Bremen veröffentlichte bis dato 4.412 Tweets, die von 5.808 Follower gelesen wurden und belegt damit weiter den ersten Platz in der Rangfolge der Fußballvereine. Dieses Ranking wird durch die Anzahl der Follower bestimmt. Schließlich lassen sich ohne Grenzen Nachrichten publizieren, jedoch liegt der Sinn darin, möglichst viele Abnehmer zu finden.

Dass sich auch ohne Tweets Abnehmer finden, zeigt uns der FC Bayern München. Der Verein mit den deutschlandweit meisten Anhängern hat noch keine Tweets veröffentlicht und trotzdem zählen fast 4.000 Mitglieder zu seinem Follower-Kreis. Die Treue zum Verein scheint der Grund für die zahlreichen Follower zu sein, die sicherlich auf Neuigkeiten des Lieblingsvereins hoffen. Auch passiv lässt sich somit der zweite Platz der Rangfolge erzielen.

Borussia Dortmund veröffentlichte bereits 882 Tweets, welche von 3.740 Followern gelesen wurden. Der FC Schalke 04 liegt mit 1.869 publizierten Tweets zwar deutlich über dem BVB, erzielt aber nur eine Anzahl von 2.768 Followern.

Somit hängt der BVB die Schalker ab und erlangt den dritten Platz. Dies verdeutlicht, dass bei Fußballvereinen eine hohe Anzahl an Tweets nicht unbedingt zahlreiche Follower mit sich bringt. Einen weiteren Beleg dafür zeigt der VfL Wolfsburg. Obwohl der Verein fleißig Nachrichten postet, gibt es bei 1.763 Tweets gerade einmal 893 Follower, was gerade noch für Platz 14 reicht.

Letztendlich ist zu sagen, dass sich die ersten drei Plätze nicht geändert haben und auch im unteren Bereich keine größeren Veränderungen festzustellen sind. Einzig der 1. FSV Mainz 05 rutschte, trotz wachsender Tweets und steigender Follower-Anzahl, vom 9. auf den 11. Platz.

Die gesamte Tabelle finden Sie unter: <http://www.dim-marketingblog.de/2010/05/14/werder-bremen-ist-twitter-meister-2010/>

Portrait

Das Deutsche Institut für Marketing ist ein auf Marketing spezialisiertes Beratungs- und Forschungsinstitut. Es bietet seinen Kunden professionelle Kompetenz in den Geschäftsfeldern Marktforschung, Marketingberatung und Trainings. Im Zentrum seiner Arbeit stehen prozessorientierte Lösungen im Marketingumfeld der Kunden. Dabei verknüpft das Institut fundierte Forschung mit innovativer Unternehmenspraxis.

News-ID: 428679 • Views: 155 (Stand: 01.11.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/428679/Werder-Bremen-ist-weiterhin-Twitter-Meister-2010.html>