

# **SOCIAL MEDIA**

Studie 2025

**metricool**

Hallo!

# Wird sind Metricool.

Das Tool, das dir hilft, Content auf Social Media zu planen, zu veröffentlichen und zu analysieren.

Mehr als

# 2.000.000

**Profis vertrauen uns bereits**

von großen globalen Marken wie **Adidas, Starbucks oder Elle** bis hin zu kleinen Unternehmen wie einer **Tauchschule in Kapstadt**.

## **Analytik liegt in unserer DNA.**

Sie steckt sogar in unserem Namen und war tatsächlich die erste Funktion, die wir bei unserer Gründung angeboten haben.

Seitdem haben wir nicht aufgehört, Daten und Aktivitäten in sozialen Netzwerken zu analysieren. Warum? Weil wir überzeugt sind, dass es wesentlich ist, um:

- **die Stimmung auf den Plattformen zu messen,**
- **ihre Entwicklung zu verfolgen,**
- **Trends zu erkennen, die die Zukunft gestalten.**



## Im Jahr 2024

haben wir umfassende Studien zu folgenden Themen veröffentlicht:



Um 2025 richtig zu starten, haben wir über

# 21.000.000

**Posts auf 8 Plattformen**

unter die Lupe genommen und dabei einige spannende Ergebnisse entdeckt... **Lies weiter und erfahre mehr!**

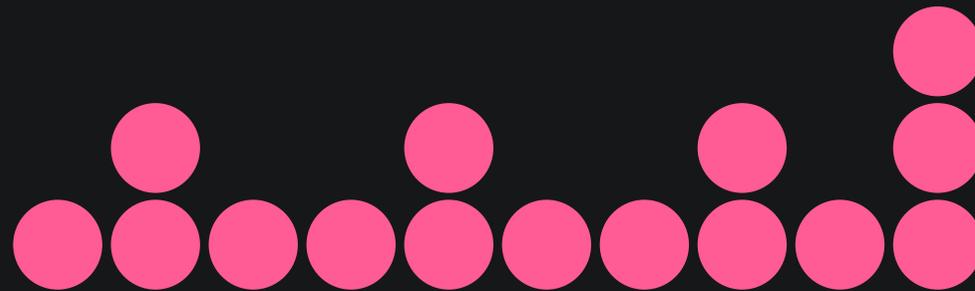
# Index

<b>STICHPROBE</b> _____	S. 05	<b>SOCIAL MEDIA</b> _____	S. 42
<b>2024 IM ÜBERBLICK</b> _____	S. 08	<b>Pinterest</b> _____	S. 44
<b>WICHTIGSTE KENNZAHLEN</b> _____	S. 18	<b>Twitch</b> _____	S. 48
<b>Wachstum</b> _____	S. 19	<b>LinkedIn</b> _____	S. 51
<b>Reichweite</b> _____	S. 23	<b>X</b> _____	S. 54
<b>Interaktionen</b> _____	S. 30	<b>Instagram</b> _____	S. 57
<b>Engagement</b> _____	S. 34	<b>Facebook</b> _____	S. 63
<b>Klicks</b> _____	S. 38	<b>TikTok</b> _____	S. 67
<b>DER IDEALE FUNNEL</b> _____	S. 40	<b>YouTube</b> _____	S. 72
		<b>BEST PRACTICES</b> _____	S. 77
		<b>FAZIT</b> _____	S. 94

## Stichprobe

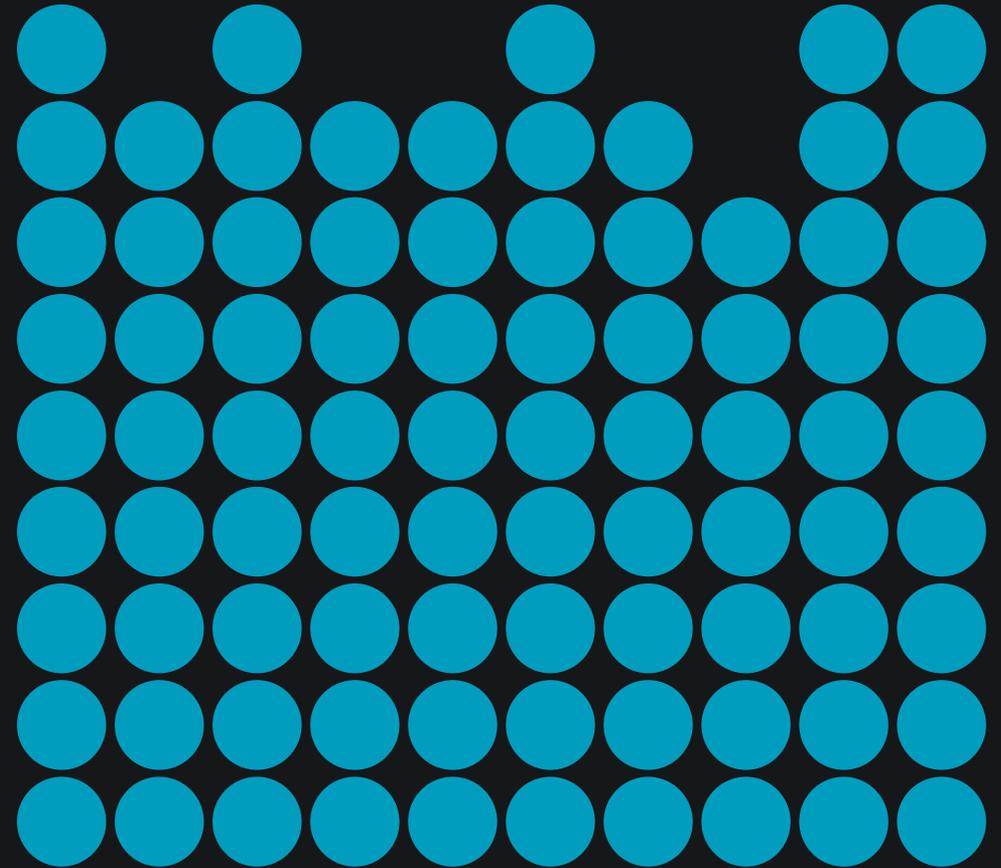
Wir haben die folgende Anzahl an Konten und Beiträgen aus der ganzen Welt und in verschiedenen Sprachen analysiert, um zu verstehen, wie sich die sozialen Netzwerke zwischen September 2023 und September 2024 entwickelt haben - also in dem Zeitraum, in dem die Daten für diese Studie gesammelt wurden.

Die gesamte Stichprobe der Studie:



**1.387.457**

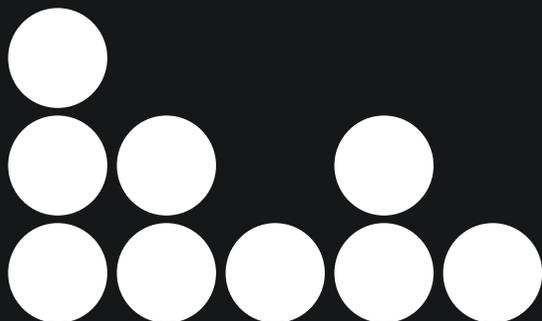
**Analysierte Konten**



**21.211.149**

**Analysierte Beiträge**

# Stichprobe Im Detail



	Konten	Beiträge
Pinterest	<b>12.571</b>	<b>420.504</b>
Twitch	<b>12.982</b>	<b>90.347</b>
Instagram	<b>391.463</b>	<b>16.574.627</b>
X	<b>24.909</b>	<b>1.267.544</b>
Facebook	<b>662.338</b>	<b>338.313</b>
TikTok	<b>100.667</b>	<b>1.228.101</b>
LinkedIn	<b>55.575</b>	<b>519.209</b>
YouTube	<b>49.107</b>	<b>772.547</b>

Zur besseren Übersicht haben wir die Konten in fünf Gruppen unterteilt, je nachdem, wie viele Follower sie haben:

Follower

<b>Tiny</b>	<b>0 - 500</b>
<b>Small</b>	<b>501 - 2.000</b>
<b>Medium</b>	<b>2.001 - 10.000</b>
<b>Big</b>	<b>50.000</b>
<b>Huge</b>	<b>&gt; 50.001</b>

In einigen Abschnitten, wenn es um Durchschnittswerte geht, haben wir die Accounts nach ihrer Größe in verschiedene Gruppen aufgeteilt und uns diese genauer angeschaut. Für jede Gruppe haben wir Reichweite, Interaktionen und Klicks separat analysiert und die Durchschnittswerte berechnet. So können wir besser nachvollziehen, wie jede wichtige Kennzahl abschneidet, und präzisere Empfehlungen geben, die genau auf die unterschiedlichen Account-Größen abgestimmt sind.

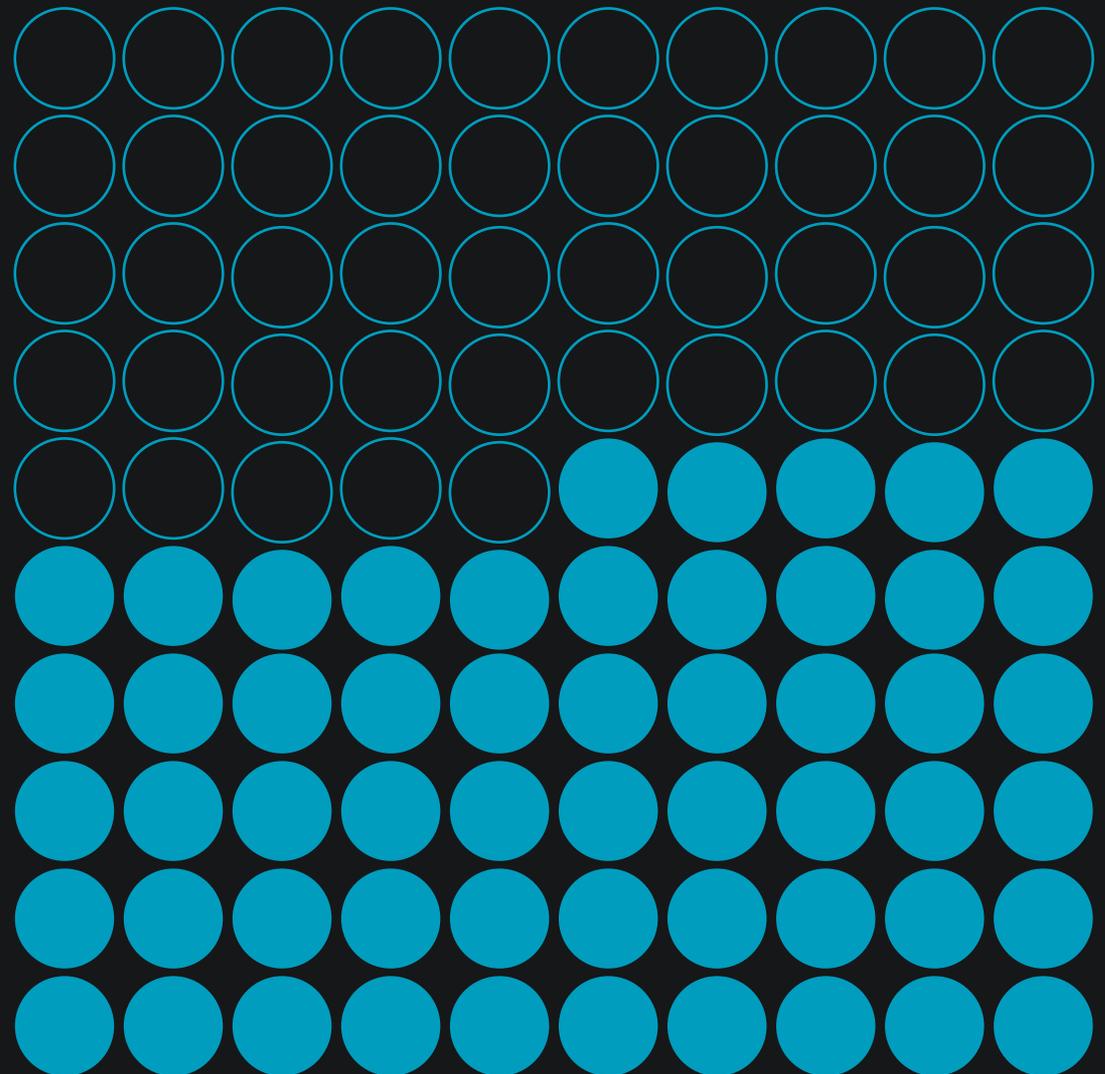
# 2024 IM ÜBERBLICK

Ein Fakt, der jede Plattform im Jahr 2024 zusammenfasst.

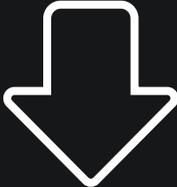
# Pinterest

**55%** 

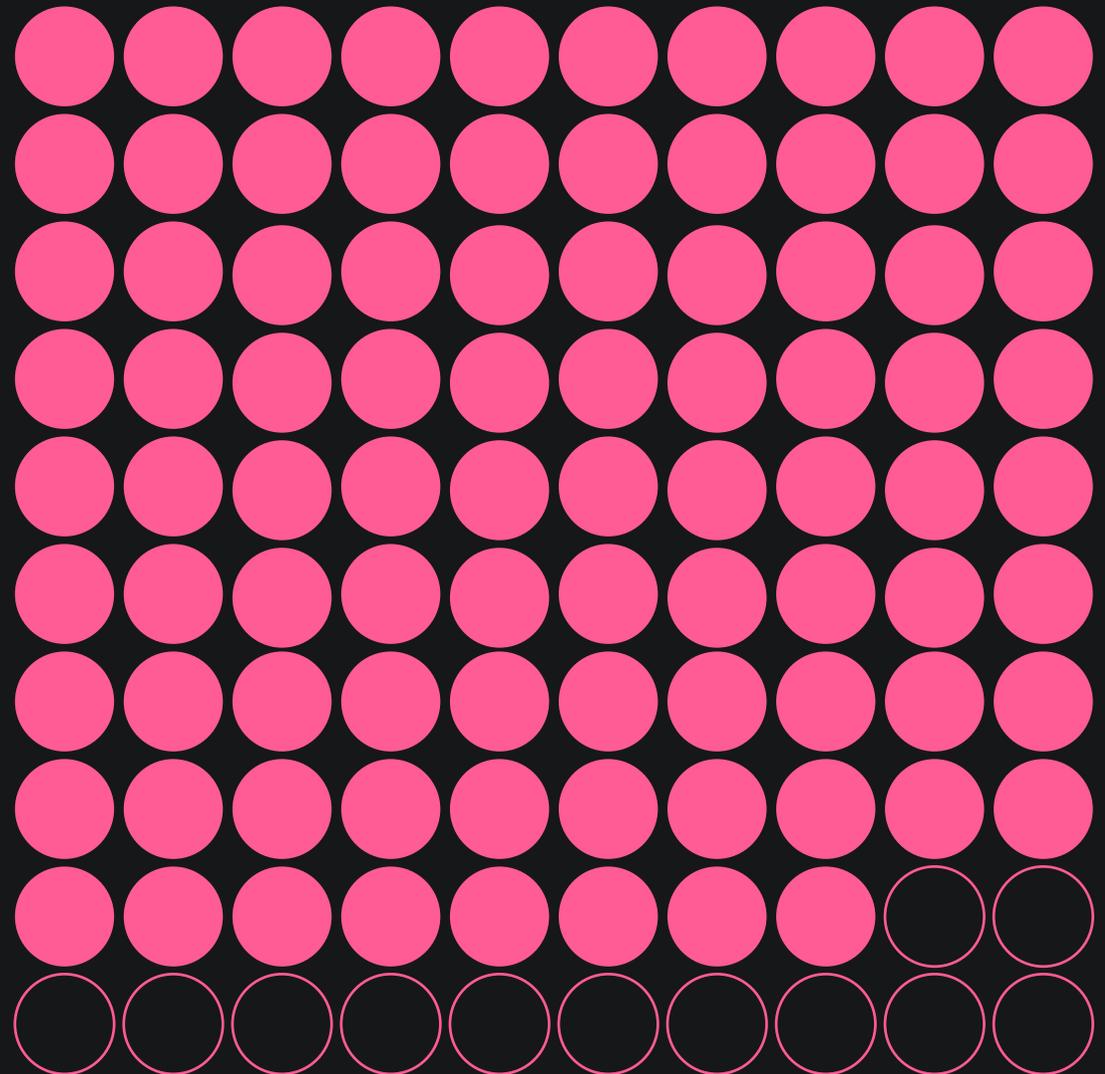
**Klicks** (vs. 2023)



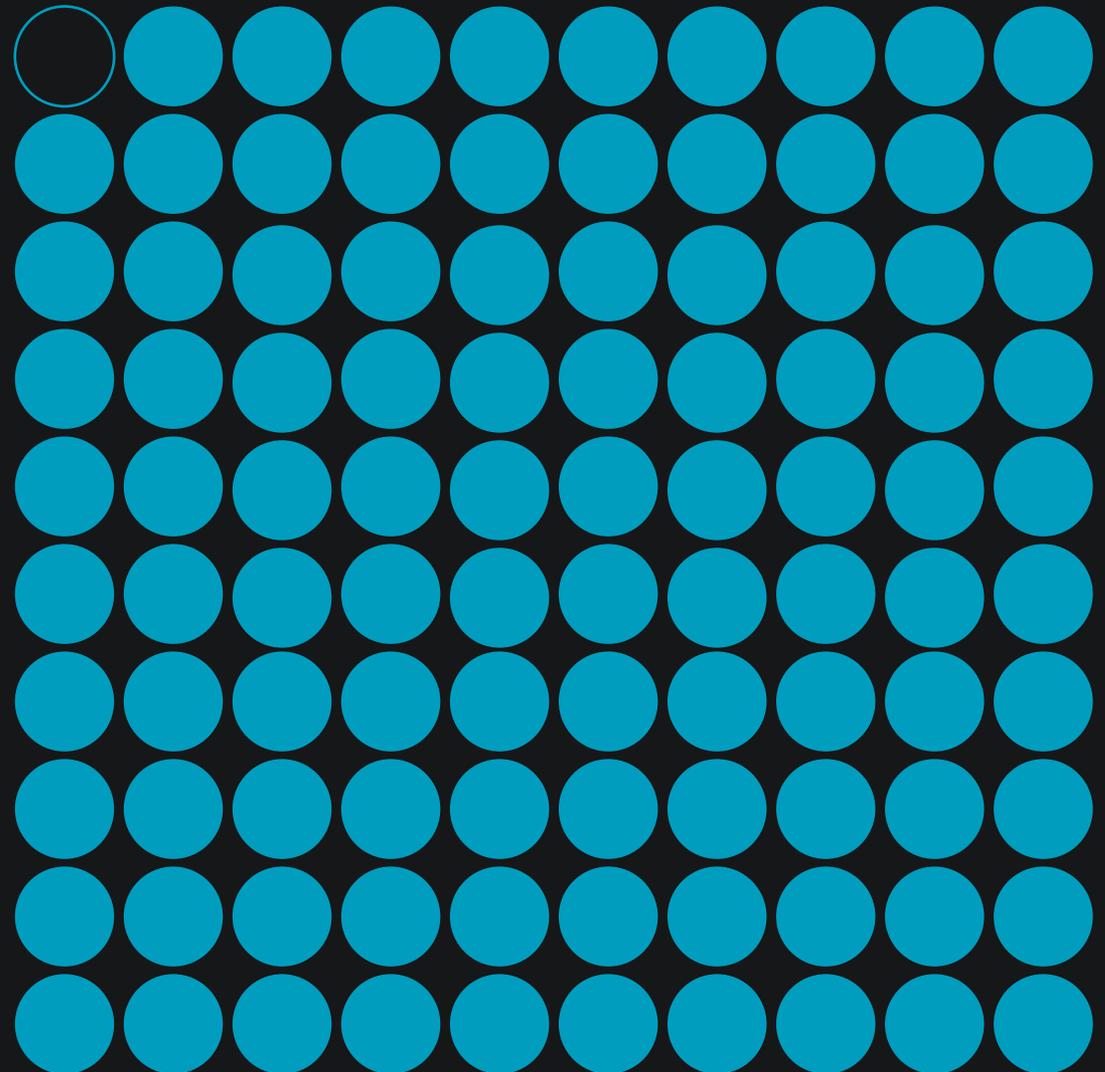
# Twitc

**-88%** 

**Abonnements** (vs. 2023)



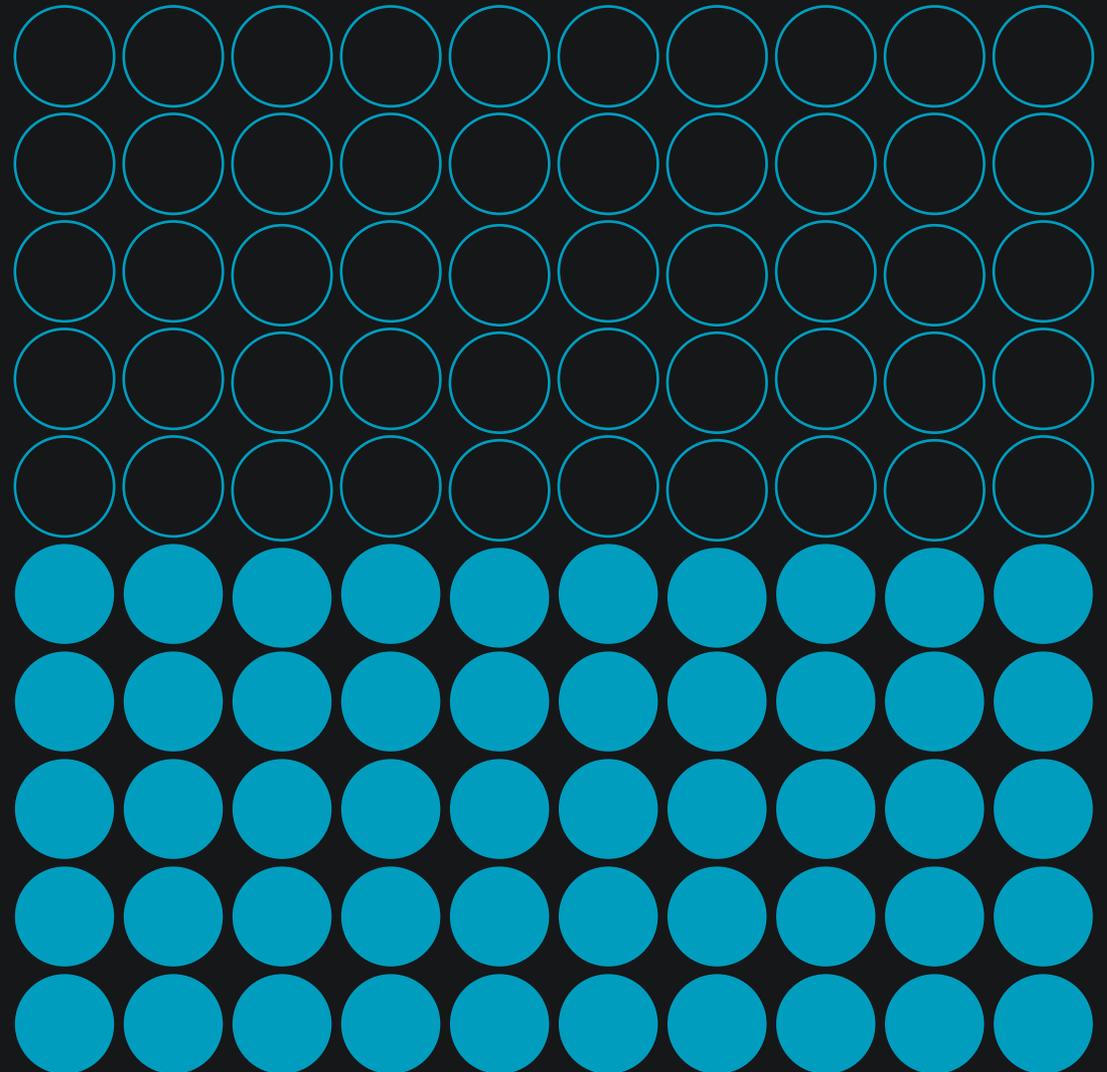
# LinkedIn



**99%**   
**Durchschnittliche Interaktionen** (vs. 2023)

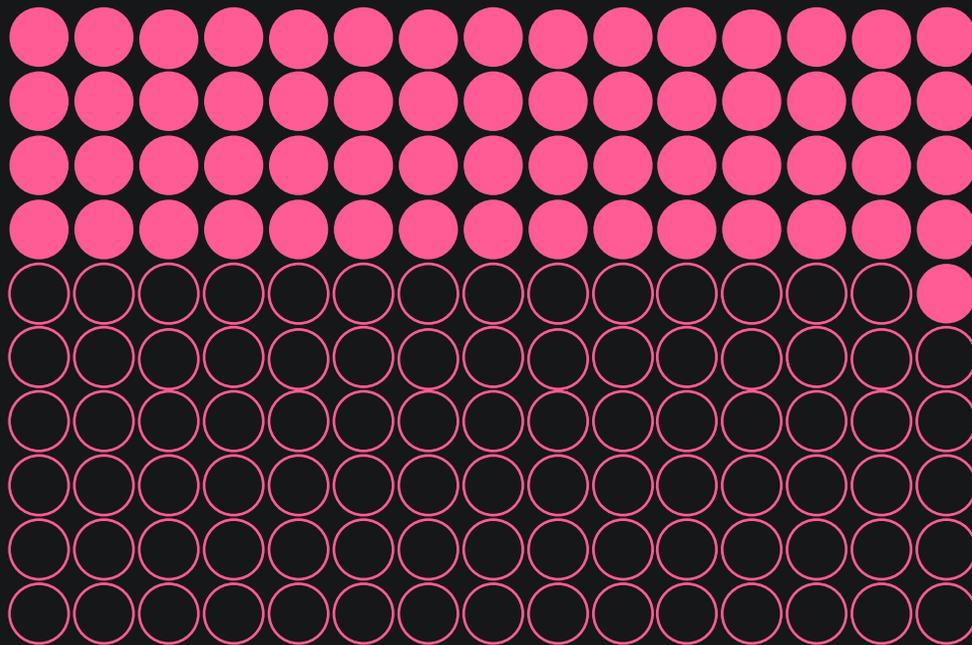
**X**

**50%**   
**Impressionen** (vs. 2023)



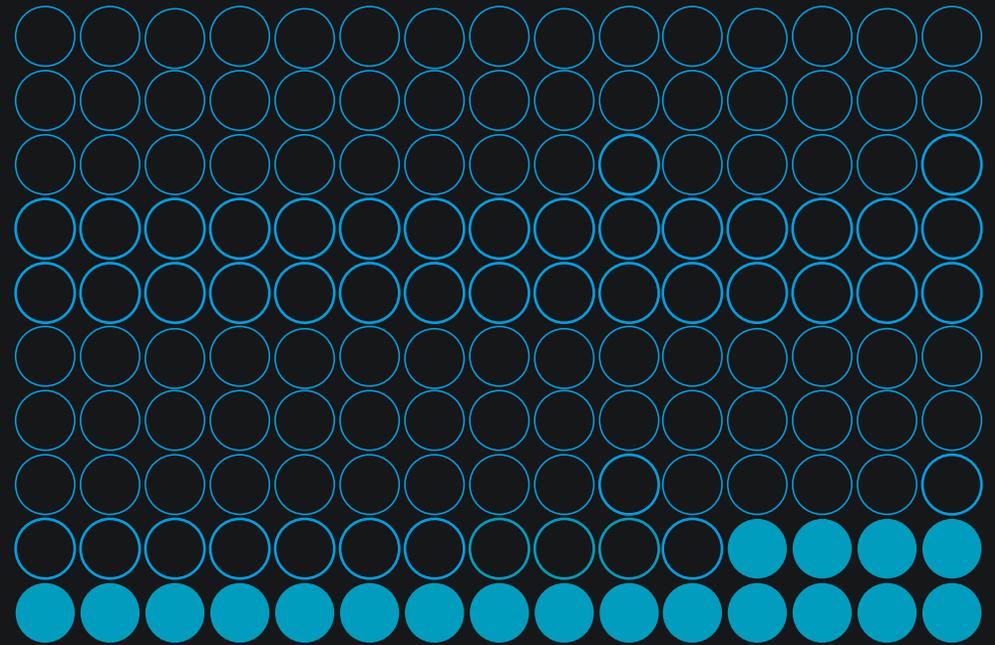


# Facebook



**-41%** ↓

**Reichweite Posts** (vs. 2023)

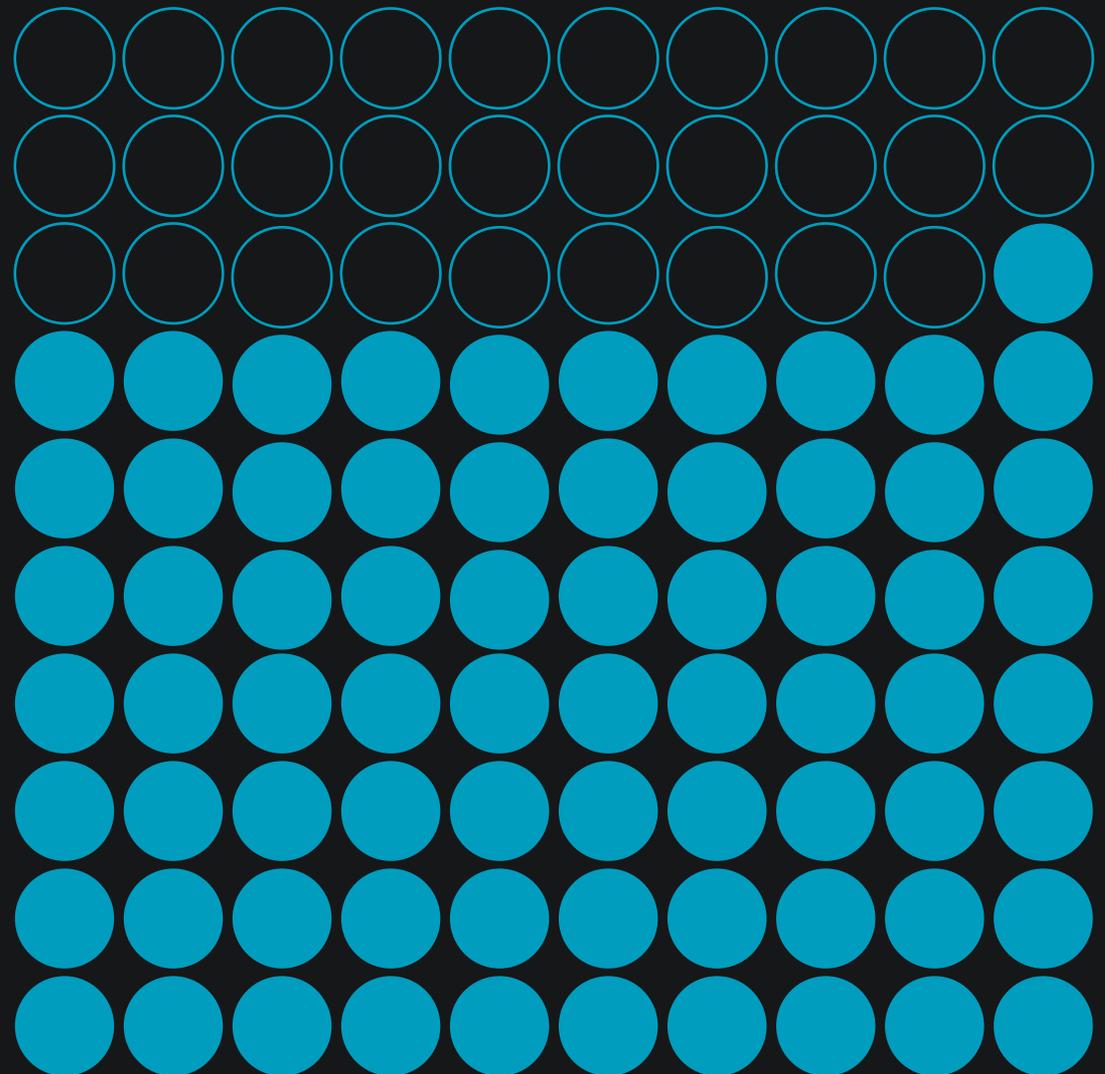


**13%** ↑

**Reichweite Reels** (vs. 2023)

# TikTok

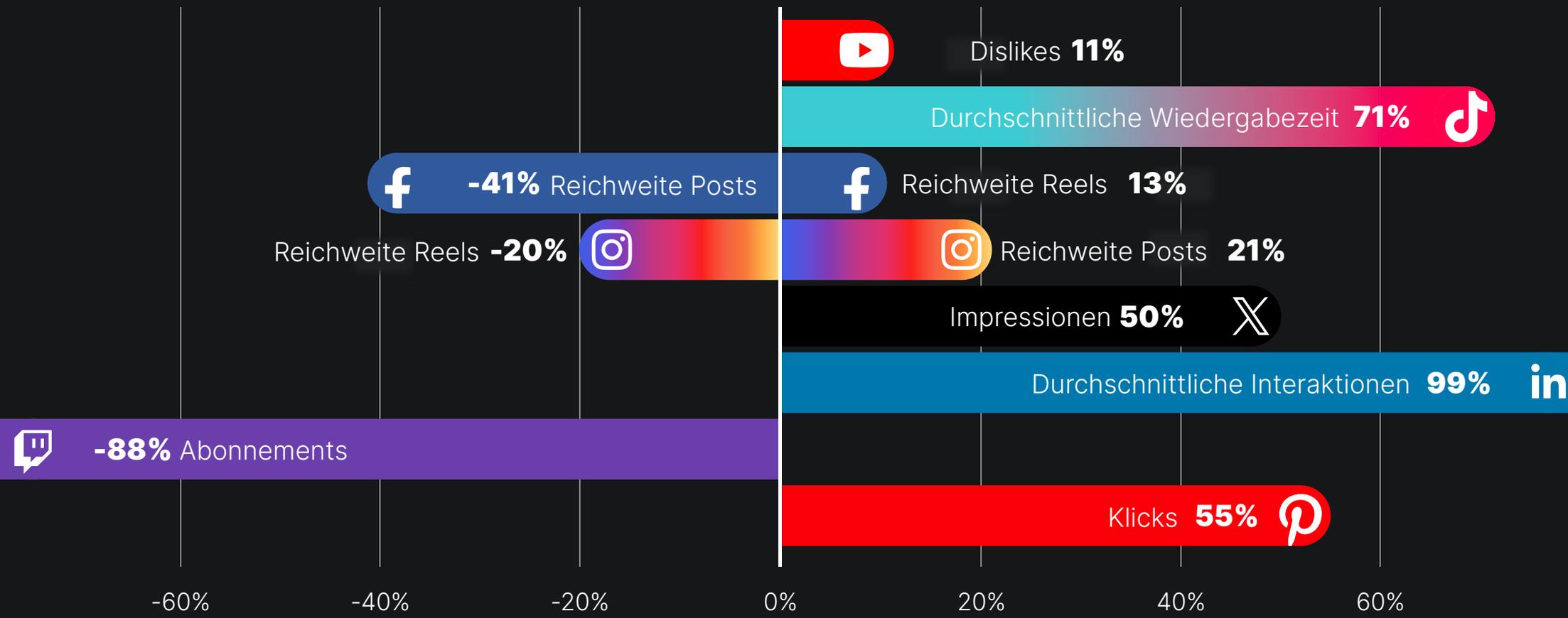
**71%**   
**Durchschnittliche  
Wiedergabezeit** (vs. 2023)





# Das Jahr 2024 je nach Plattform

## IM ÜBERBLICK



# WICHTIGSTE KENNZAHLEN

Fokus auf: Wachstum

# Wachstum in den sozialen Medien ist nicht nur eine Option: es ist das ultimative Ziel.

Je größer dein Publikum, desto besser die Ergebnisse.

Wenn du Content erstellst, kennst du bestimmt, wie viel Arbeit, Schweiß und auch mal Tränen hinter dem Wachstum stecken. Umso frustrierender, wenn der Erfolg ausbleibt.

Der erste Schritt zum Wachstum ist daher, genau zu überlegen, wo deine Energie am besten investiert ist.

Klar, deine Zielgruppe und die verfügbaren Ressourcen setzen dir gewisse Grenzen. Aber die meisten Plattformen haben Millionen aktive Nutzer – und auf fast allen kannst du praktisch jedes Segment erreichen.

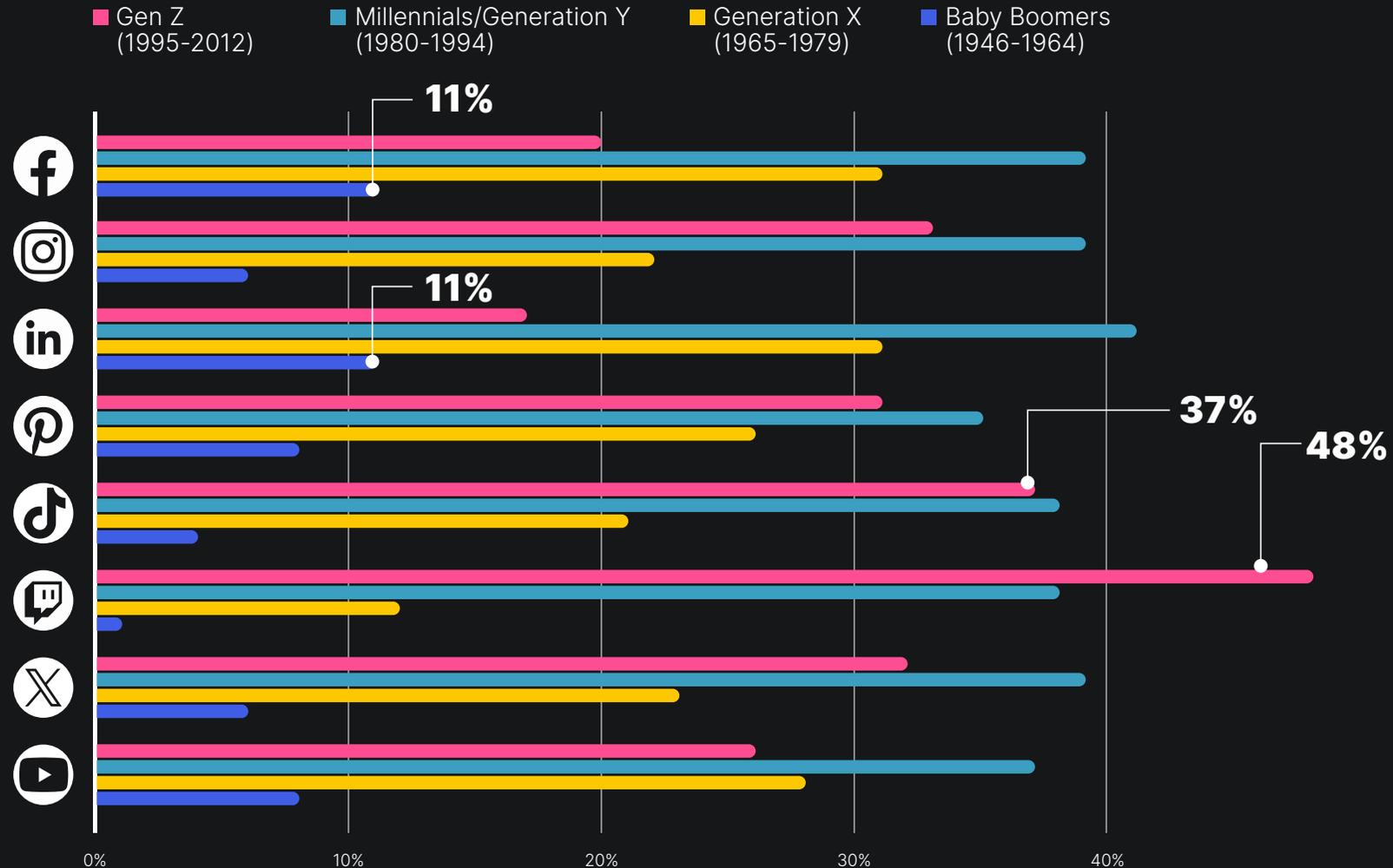
Sobald dir klar ist, wer deine Zielgruppe ist, geht's an den nächsten Schritt: das Potenzial der einzelnen Plattformen zu bewerten.

**Ist die Plattform auf dem Weg nach oben oder verliert sie an Beliebtheit? Noch wichtiger: Wie einfach ist es, dort zu wachsen, besonders wenn du bei Null anfängst?**

Hier kommen die Daten ins Spiel.

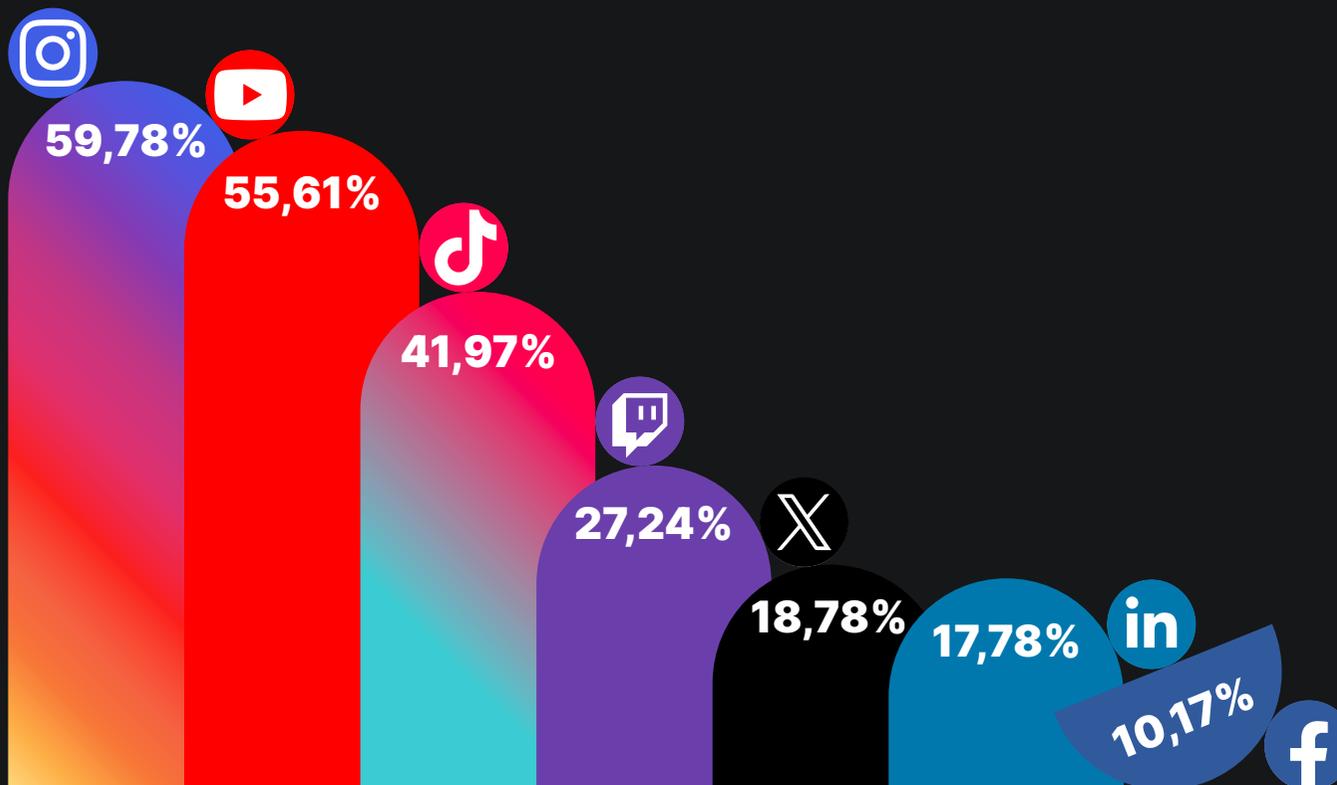


Schau dir zum Beispiel diese Nutzerklassifikation nach Alter von Statista an – die Verteilung sieht auf fast allen Plattformen ziemlich ähnlich aus. Aber es gibt ein paar interessante Ausreißer, besonders bei den jüngeren und älteren Generationen:



Die Daten stammen aus der „Statista Global Consumer Survey“ für den Zeitraum vom 4. Oktober 2023 bis zum 23. September 2024.

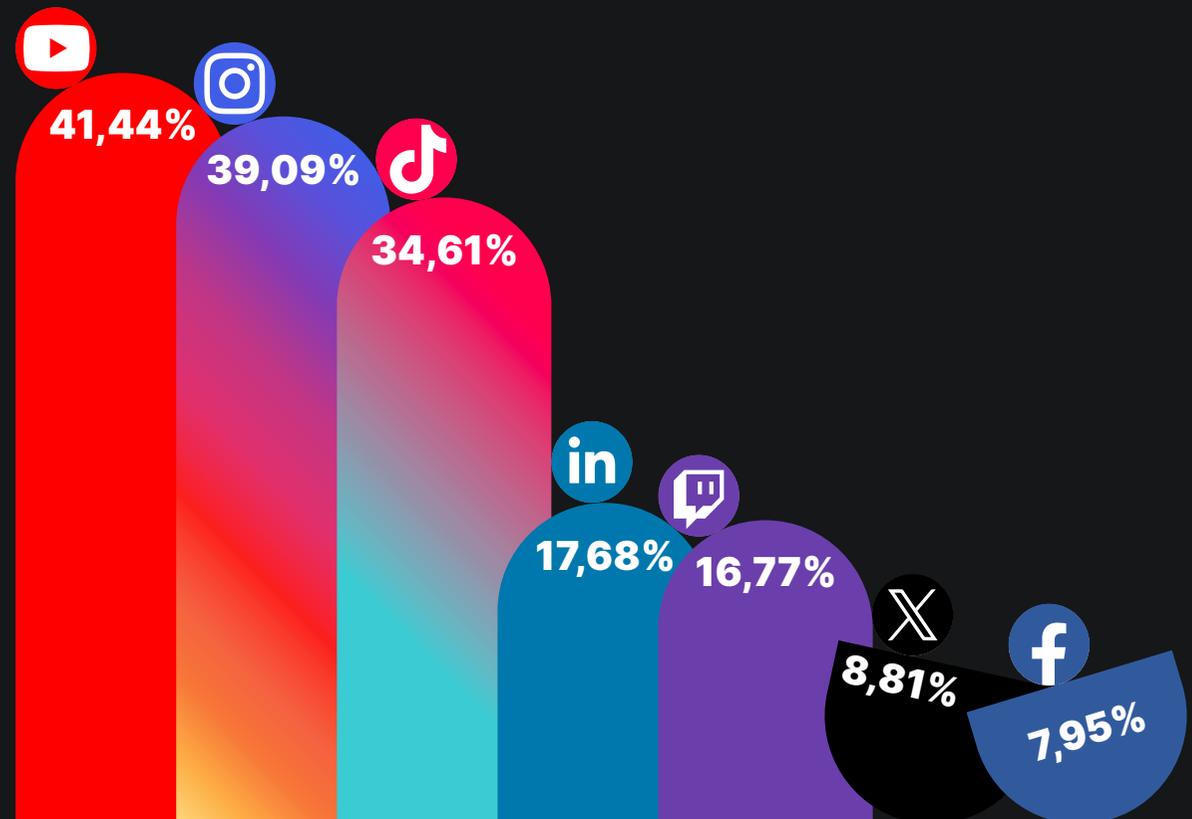
# Wo wachsen kleine Accounts am einfachsten?



Es gibt Netzwerke, deren Algorithmen sogar kleinen Accounts dabei helfen, entdeckt zu werden. Und dann gibt es solche, bei denen der Sprung über die ersten 500 Follower fast so schwierig ist wie der Aufstieg auf den Mount Everest ohne Sauerstoff.

Prozentsatz der Tiny-Accounts, die 2024 in eine höhere Kategorie aufgestiegen sind.

# In welchem Netzwerk ist es generell am einfachsten zu wachsen?



Und das Spannende dabei: Diese Leichtigkeit oder Schwierigkeit hängt meistens direkt davon ab, wie schnell (oder langsam) du das nächste Level erreichst - ganz unabhängig von der Zahl deiner Follower.

Prozentsatz der Accounts, die 2024 in eine höhere Kategorie aufgestiegen sind.

Fokus auf: Reichweite

# Du hast die perfekte Plattform ausgewählt - jetzt brauchst du Sichtbarkeit.

Algorithmen bestimmen, was in unseren Feeds angezeigt wird, und leider unterstützen nicht alle diese Algorithmen kleinere Accounts.



Deshalb haben wir uns gefragt:

**Wo haben Accounts, die bei Null anfangen, die besten Chancen?**

Um das herauszufinden, haben wir die Reichweite anhand der Impressionen pro Follower bei **Accounts mit weniger als 2.000 Followern** analysiert.

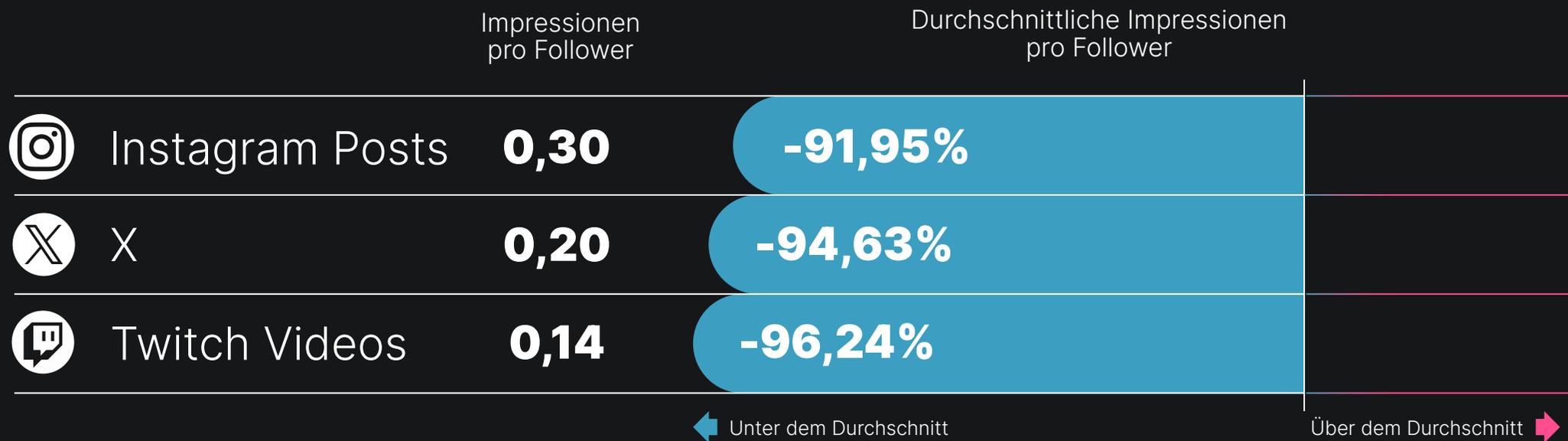
Die Ergebnisse zeigen, dass diese Plattformen mit der besten Reichweite und den meisten Impressionen pro Follower glänzen. Sie sind also der ideale Startpunkt, selbst für diejenigen, die gerade erst anfangen.

	Impressionen pro Follower	Durchschnittliche Impressionen pro Follower
 YouTube	<b>26,29</b>	<b>605,25%</b>
 TikTok	<b>3,61</b>	<b>-3,16%</b>
 Instagram Reels	<b>1,20</b>	<b>-67,81%</b>

← Unter dem Durchschnitt
Über dem Durchschnitt →

Accounts mit weniger als  
**2.000**  
**FOLLOWERN**

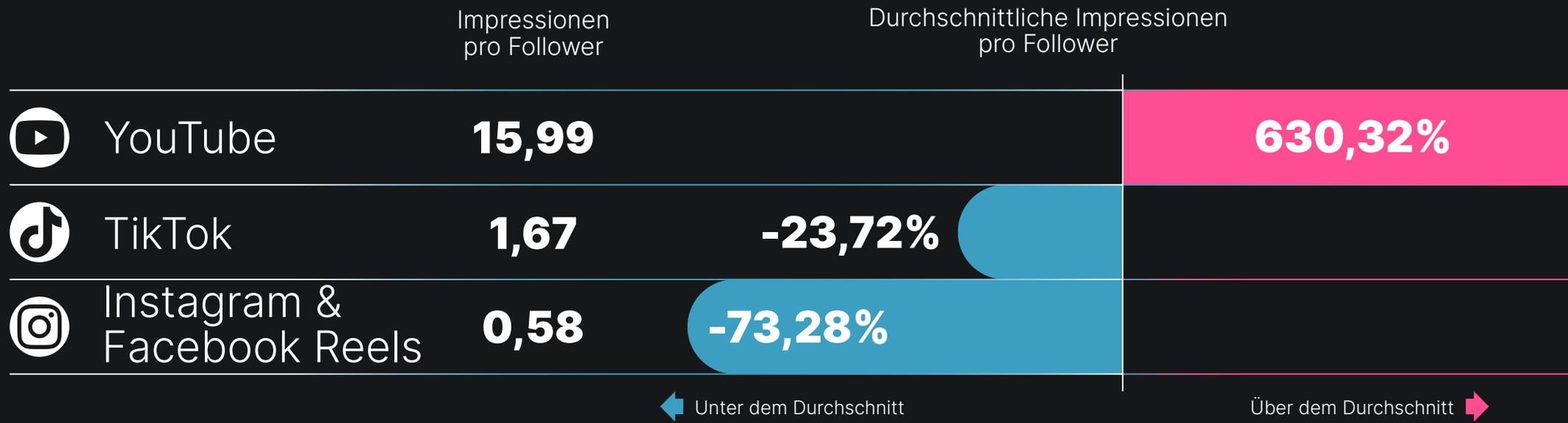
Auf der anderen Seite gibt es auch Plattformen, bei denen **Accounts mit weniger als 2.000 Followern** mehr Schwierigkeiten haben, die nötige Sichtbarkeit zu bekommen:



Accounts mit weniger als  
**2.000**  
**FOLLOWERN**

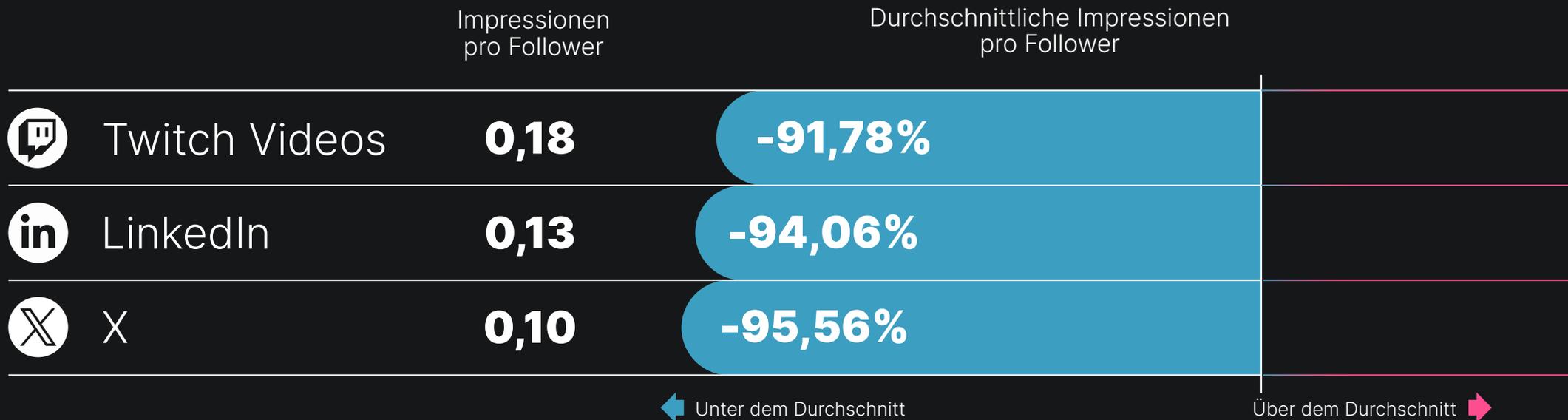
**Und wie sieht es bei Accounts mit 2.000 bis 50.000 Followern aus?**

Die Daten zeigen bei den drei besten Optionen ähnliche Ergebnisse:



Accounts mit  
**2.000 - 50.000**  
**FOLLOWERN**

Das gilt auch für die Plattformen mit der schlechtesten Leistung:



Accounts mit

**2.000 - 50.000**

**FOLLOWERN**

## Wichtige Punkte

**1**

### YouTube

bietet eine hervorragende Sichtbarkeit und zeigt eine starke Leistung, die auch mit dem Wachstum der Accounts stabil bleibt.

**2**

### TikTok

bleibt eine starke Wahl, auch wenn die Effektivität bei größeren Accounts nachlässt und ein Teil des anfänglichen Vorteils verloren geht.

**3**

### X, LinkedIn und Instagram Posts

bieten nur begrenzte Skalierbarkeit. Wir haben schon festgestellt, dass es auf diesen Plattformen schwieriger ist, Follower zu gewinnen. Das wird noch dadurch bestätigt, dass es selbst schwierig ist, mit unserem Content den Großteil der eigenen Follower zu erreichen.

Fokus auf: Interaktionen

# Du hast die Aufmerksamkeit - jetzt brauchst du Interaktionen.

Es reicht nicht, dass unser Content einfach nur angesehen wird. Wir wollen, dass die Leute wirklich darauf reagieren.

Dass sie ihren endlosen Scroll unterbrechen, ein Like dalassen, einen Kommentar schreiben oder den Beitrag teilen.

Denn selbst wenn unsere Beiträge angesehen und geliked werden, können wir ohne diese Reaktionen nicht wirklich beurteilen, ob wir den richtigen Nerv getroffen haben. Wir brauchen diese Signale, die uns bestätigen, dass unser Content ankommt und funktioniert.

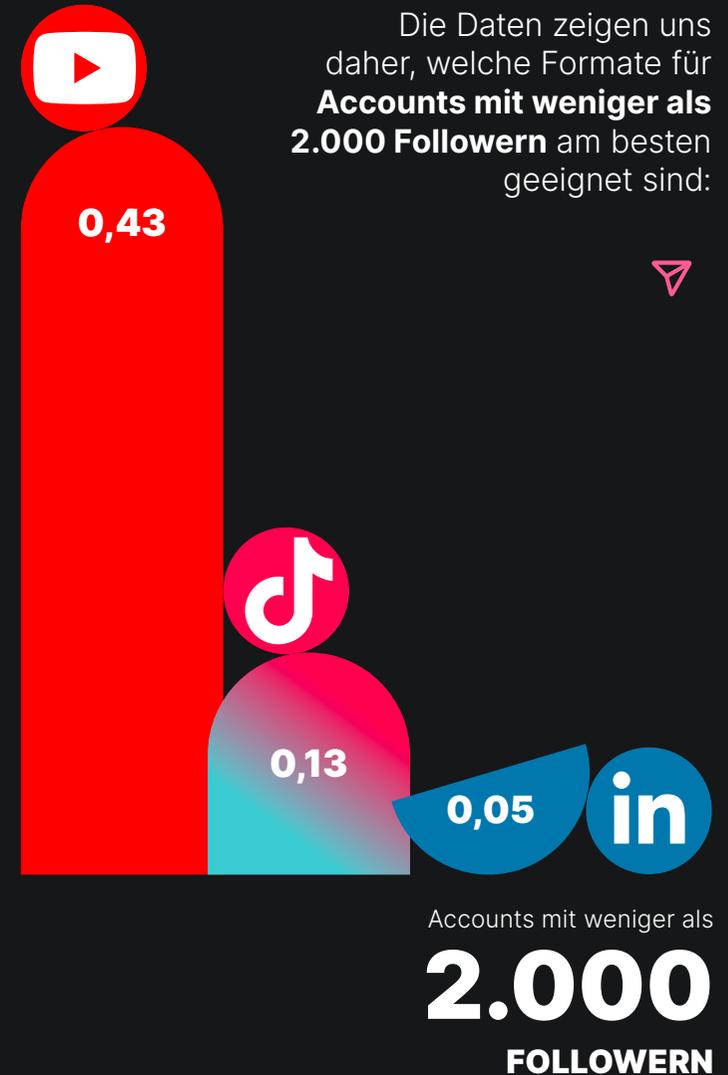
## Aber warum ist das so?

Neben demografischen und soziokulturellen Faktoren variiert auch das Verhalten der Nutzer je nach Plattform. Manchmal ist es der Inhalt selbst, der bestimmte Reaktionen auslöst. In anderen Fällen sind es die Dynamik und die Benutzeroberfläche der Plattform, die eine aktivere Beteiligung fördern – oder eben auch einschränken.

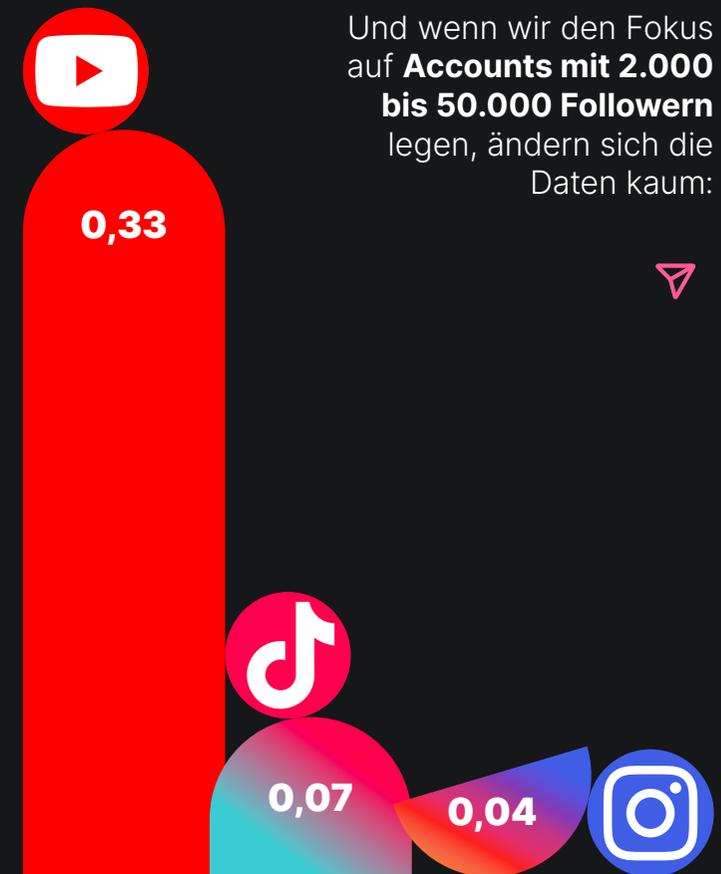


Interaktionen pro Follower

 YouTube	<b>0,43</b>
 TikTok	<b>0,13</b>
 LinkedIn	<b>0,05</b>
 Instagram Reels	<b>0,05</b>
 Facebook Posts	<b>0,04</b>
 X	<b>0,02</b>
 Instagram Posts	<b>0,02</b>
 Facebook Reels	<b>0,02</b>



	Interaktionen pro Follower
 YouTube	<b>0,33</b>
 TikTok	<b>0,07</b>
 Instagram Reels	<b>0,04</b>
 LinkedIn	<b>0,02</b>
 Facebook Posts	<b>0,01</b>
 X	<b>0,01</b>
 Instagram Posts	<b>0,01</b>
 Facebook Reels	<b>0,01</b>



Und wenn wir den Fokus auf **Accounts mit 2.000 bis 50.000 Followern** legen, ändern sich die Daten kaum:

Accounts mit  
**2.000 - 50.000**  
**FOLLOWERN**

1

## **YouTube dominiert auch bei den Interaktionen**

und wird immer stärker, wenn die Zahl der Follower wächst. Im Vergleich zu anderen Plattformen hat YouTube einen klaren Vorteil bei den durchschnittlichen Interaktionen sowie bei den Interaktionen pro Follower.

2

## **TikTok zeigt gute Interaktionszahlen**

aber die Leistung sinkt fast um 50 %, wenn die Followerzahl wächst, was die Skalierbarkeit einschränkt.

3

## **X und Facebook Reels erzielen konstant niedrige Interaktionszahlen**

und schneiden bei beiden Followergruppen schwach ab.

## **Wichtige Punkte**

Fokus auf: Engagement

# Die Kennzahl, die die Gesundheit deiner Social-Media-Präsenz definiert.

Wir haben die Leistung der Impressionen und Interaktionen auf verschiedenen Plattformen analysiert. Jetzt verbinden wir die Punkte: Die Engagement-Rate ist das natürliche Ergebnis der Kombination beider Kennzahlen.

Falls du eine Auffrischung benötigst, hier die Formel zur Berechnung:

**(Gesamte Interaktionen / Reichweite) x 100 = Engagement-Rate**

Eine hohe Engagement-Rate bedeutet, dass dein Content die Aufmerksamkeit deiner Zielgruppe erobert und sie dazu anregt, mit deiner Marke zu interagieren. Das erhöht nicht nur deine Sichtbarkeit - Plattformen priorisieren Inhalte mit hohen Interaktionsraten - sondern zeigt auch, dass du in der Lage bist, eine aktive und loyale Community aufzubauen.

**Was passiert, wenn meine Engagement-Rate niedrig ist?**

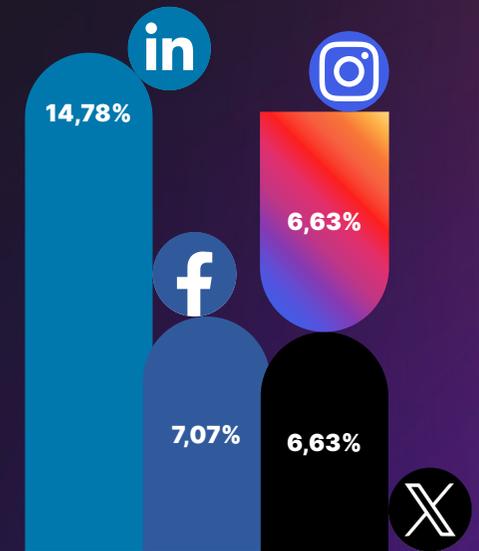
Es wird schwieriger, deine Reichweite zu steigern, oder im schlimmsten Fall könnte sie sogar sinken.

**Deshalb schauen wir uns nun an, auf welchen Plattformen du gesündere Engagement-Raten erreichen kannst. Das führt letztendlich zu mehr Wachstum und besseren Konversionen.**



Engagement Rate ▲ Über/Unter dem Durchschnitt ▼

	LinkedIn	<b>14,78%</b>	<span style="color: #ff0066;">▲</span>	<b>146,23%</b>
	Facebook Posts	<b>7,07%</b>	<span style="color: #ff0066;">▲</span>	<b>17,78%</b>
	X	<b>6,63%</b>	<span style="color: #ff0066;">▲</span>	<b>10,45%</b>
	Instagram Posts	<b>6,63%</b>	<span style="color: #ff0066;">▲</span>	<b>10,45%</b>
	Instagram Reels	<b>5,62%</b>	<span style="color: #00a0c0;">▼</span>	<b>6,37%</b>
	TikTok	<b>3,65%</b>	<span style="color: #00a0c0;">▼</span>	<b>39,19%</b>
	Facebook Reels	<b>1,99%</b>	<span style="color: #00a0c0;">▼</span>	<b>66,85%</b>
	YouTube	<b>1,65%</b>	<span style="color: #00a0c0;">▼</span>	<b>72,51%</b>

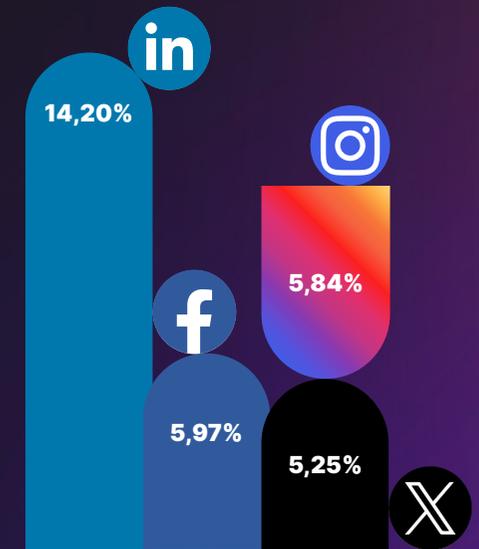


Accounts mit weniger als

**2.000**  
FOLLOWERN

Engagement Rate ▲ Über/Unter dem Durchschnitt ▼

	LinkedIn	<b>14,20%</b>	<span style="color: #ff0066;">▲</span>	<b>72,51%</b>
	Facebook Posts	<b>5,97%</b>	<span style="color: #ff0066;">▲</span>	<b>7,43%</b>
	Instagram Reels	<b>5,84%</b>	<span style="color: #ff0066;">▲</span>	<b>5,00%</b>
	X	<b>5,25%</b>	<span style="color: #00a0c0;">▼</span>	<b>5,70%</b>
	Instagram Posts	<b>5,25%</b>	<span style="color: #00a0c0;">▼</span>	<b>5,70%</b>
	TikTok	<b>3,79%</b>	<span style="color: #00a0c0;">▼</span>	<b>31,77%</b>
	Facebook Reels	<b>2,11%</b>	<span style="color: #00a0c0;">▼</span>	<b>26,06%</b>
	YouTube	<b>2,08%</b>	<span style="color: #00a0c0;">▼</span>	<b>62,51%</b>



Accounts mit  
**2.000 - 50.000**  
 FOLLOWERN

## Wichtige Punkte

**1**

### **LinkedIn führt beim Engagement**

und zeigt im Verhältnis zur Zielgruppengröße eine außergewöhnliche Leistung. Zwar sind die Gesamtzahlen der Interaktionen geringer, aber jede einzelne Interaktion hat einen viel höheren Wert.

**2**

### **Facebook-Posts und Instagram-Reels stechen durch ihre Beständigkeit hervor**

Sie übertreffen den Durchschnitt bei den Interaktionen und der Engagement-Rate, auch wenn es bei größeren Accounts kleinere Unterschiede gibt.

**3**

### **YouTube und Facebook Reels kommen beim Wachstum nicht richtig in Schwung**

Sie erzielen zwar eine hohe Gesamtzahl an Interaktionen, aber sie wachsen nicht im gleichen Tempo wie die Followerzahlen und Impressionen, wodurch der relative Anteil an Interaktionen abnimmt.

Fokus auf: Klicks

# Von Sichtbarkeit zur Konversion.

Klicks sind wie Brücken, die die erzeugte Aufmerksamkeit mit den Ergebnissen verbinden, die du erzielen möchtest – sei es Verkäufe, Downloads, Anmeldungen oder andere Konversionsziele.

Es ist zwar richtig, dass einige Plattformen ideal dafür sind, die Sichtbarkeit einer Marke zu erhöhen, aber nicht alle helfen dir, den nächsten Schritt im Verkaufsprozess zu machen. Ohne Klicks besteht das Risiko, dass die Aufmerksamkeit einfach nur hängen bleibt und keine messbaren Ergebnisse liefert.

Deshalb ist es entscheidend, bei der Planung deiner Strategie nicht nur die Sichtbarkeit im Blick zu behalten, sondern auch zu überlegen, welche Plattformen wirklich dazu anregen, aktiv zu werden. Nur so kannst du eine vollständige und effektive Strategie entwickeln.



#### Hinweis:

Die Informationen in diesem Abschnitt sind etwas eingeschränkt, weil auf einigen Plattformen das direkte Teilen von Links in Posts entweder nicht erlaubt ist oder diese Daten über die API, die von Tools wie Metricool verwendet wird, nicht zugänglich sind.

Hier sind die Ergebnisse für **Accounts mit weniger als 2.000 Followern:**

	Klicks pro Post
 LinkedIn	<b>23,54</b>
 Facebook Posts	<b>21,34</b>
 Pinterest	<b>4,56</b>

Und das sind die Ergebnisse für **Accounts mit 2.000 bis 50.000 Followern:**

	Klicks pro Post
 LinkedIn	<b>156,78</b>
 Facebook Posts	<b>130,54</b>
 X	<b>11,81</b>

Accounts mit weniger als  
**2.000**  
FOLLOWERN

Accounts mit  
**2.000 - 50.000**  
FOLLOWERN

# DER IDEALE FUNNEL

Die Daten zeigen, dass dies ein möglicher strategischer Weg ist, **um eine Marke mit über 2.000 treuen Followern** aufzubauen und echte Ergebnisse zu erzielen. Der Schlüssel liegt darin, deine Anstrengungen auf die effektivsten Plattformen zu konzentrieren und diese an jede Phase des Marketing-Trichters anzupassen.

Top of the Funnel:

**SICHTBAR WERDEN**

Die besten Plattformen, um deine Reichweite zu maximieren und sofort mehr Sichtbarkeit zu bekommen:

Middle of the Funnel:

**VERBINDUNGEN AUFBAUEN**

Plattformen, die die Interaktion mit deiner Zielgruppe fördern:

Bottom of the Funnel:

**KONVERSIONEN**

# Der ideale Funnel

Impressionen pro Follower



26,29



1,20



3,61



0,13

Interaktionen pro Follower

**14,78%** Engagement rate



0,05



0,13



0.43



0,04

**7,07%** Engagement rate

Klicks/Post



11,81



4,56



23,54



21,34

# RÖNTGENANALYSE DER SOZIALEN NETZWERKE 2024

Lass uns einen genaueren Blick darauf werfen, wie sich jede Plattform im Jahr 2024 entwickelt hat. Du bekommst eine tiefgehende Analyse, wichtige Kennzahlen und einen Überblick über die gesamte Entwicklung – alles, was du brauchst, um die Chancen und Herausforderungen besser zu verstehen.

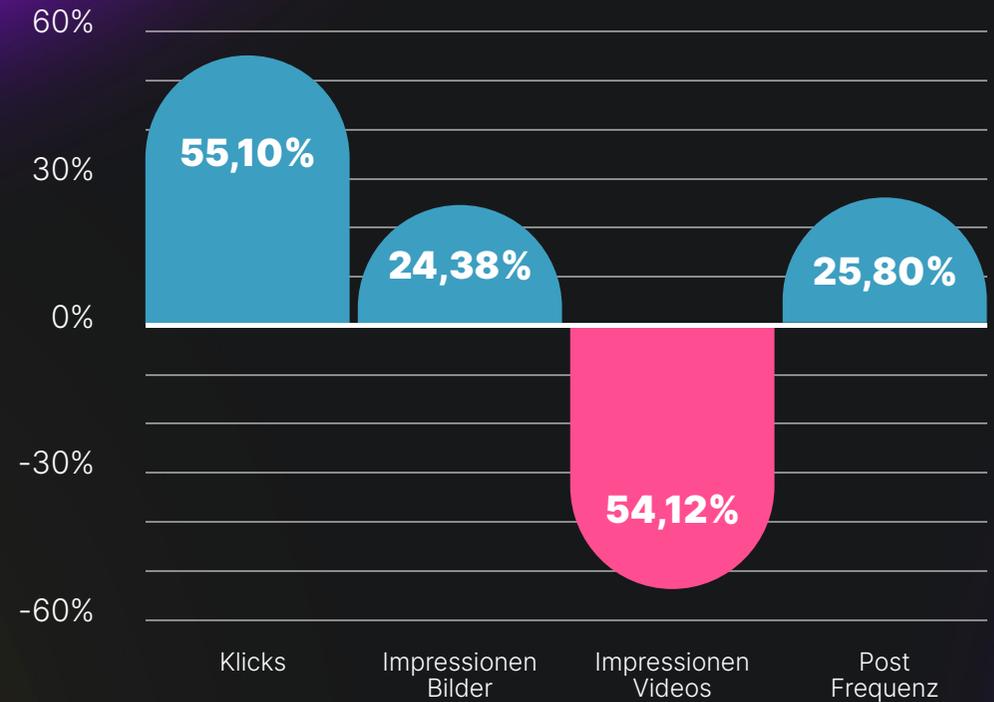
**Neugierig auf die Details? Dann blätter einfach weiter!**



# Pinterest

2023 vs. 2024

**Klicks steigen, aber Videos bleiben hinter den Erwartungen zurück**



Pinterest hat sich über die Jahre hinweg als einzigartige, aber häufig unterschätzte Plattform im Social-Media-Universum etabliert. **2024 hat die Plattform über 500 Millionen monatlich aktive Nutzer erreicht**, wovon 42% zur Generation Z gehören - dem am schnellsten wachsenden demografischen Segment.

# 42%

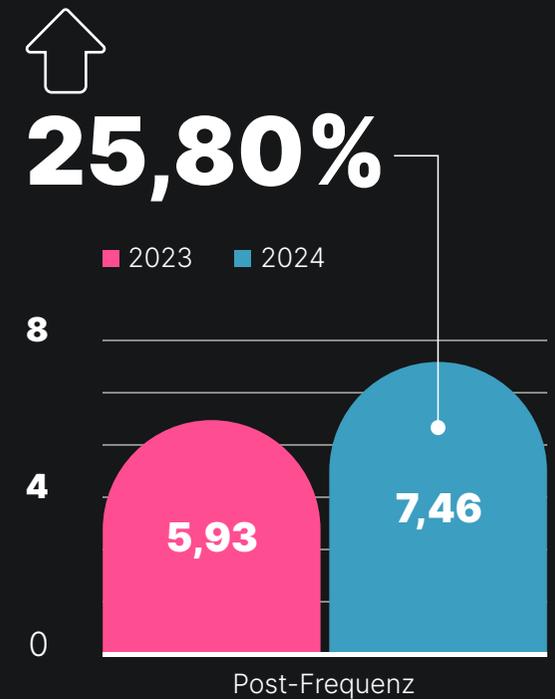
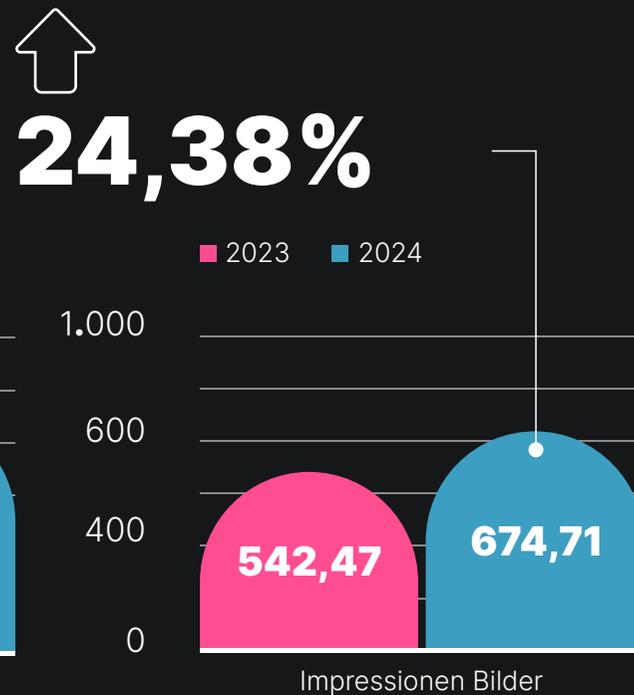
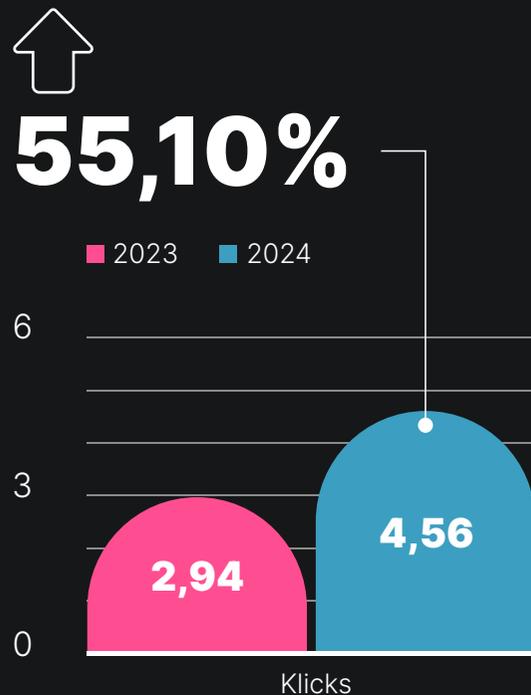
der Nutzer gehören zur

**GENERATION Z**

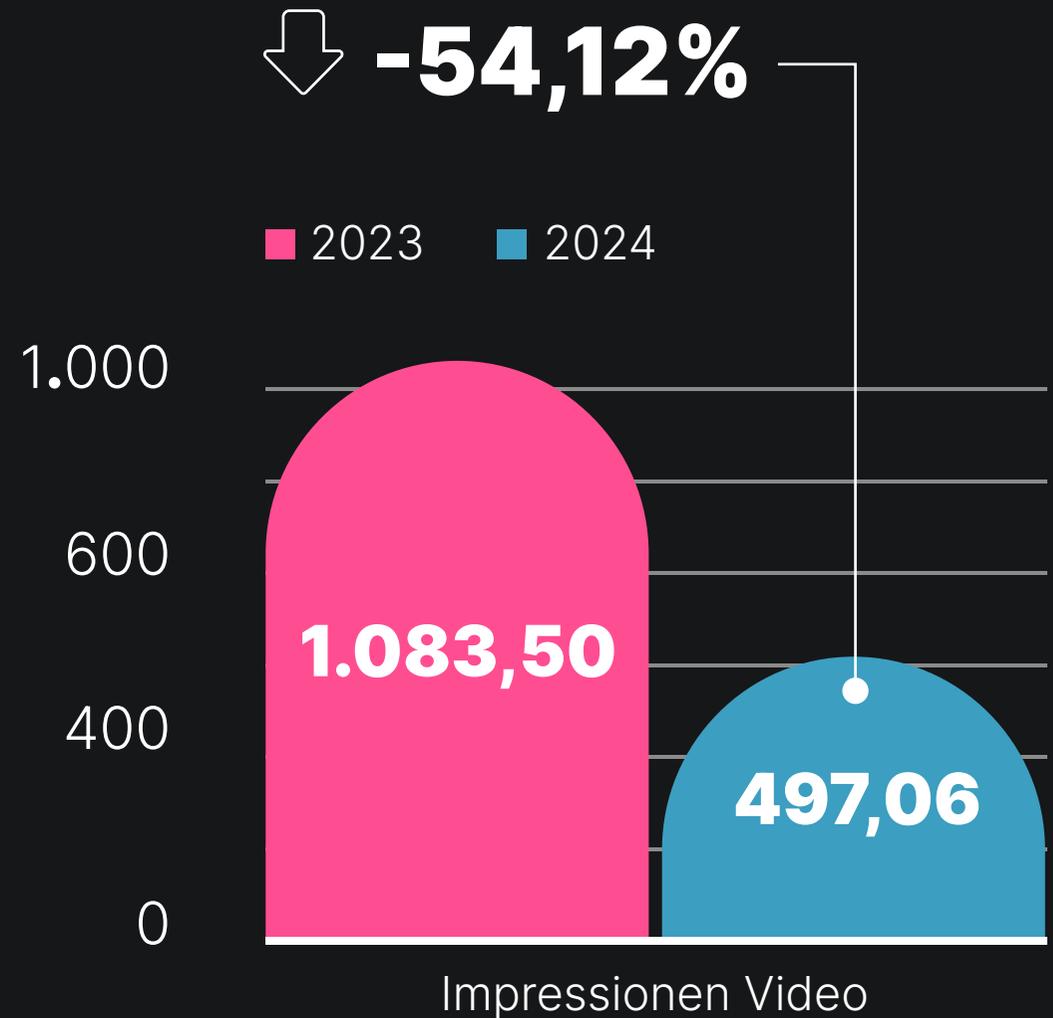


Die Zahlen zeigen eine positive Entwicklung. Auch wenn Pinterest im Vergleich zu anderen Plattformen weiterhin bescheiden bleibt, **stiegen die Klicks auf externe Websites um 55,10 %, und die Impressionen nahmen um 24,38 % zu.**

**Diese Dynamik führte offensichtlich auch zu einer Steigerung der Post-Frequenz um 25,80 %.**



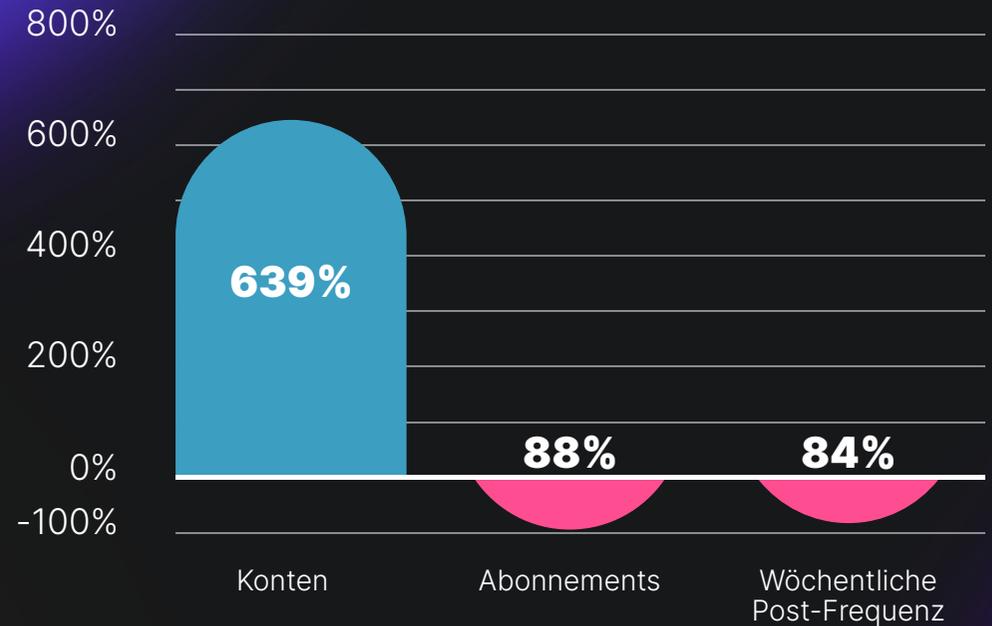
Ein Bereich, der noch Nachholbedarf hat, ist das Videoformat. Trotz ähnlicher Post-Frequenz wie im Vorjahr, zeigen alle relevanten Kennzahlen rückläufige Werte.



# Twit

2023 vs. 2024

**Mehr Konten.  
Weniger Inhalte.  
Weniger Abos.  
Mehr Views (für einige).**



Für Twitch war 2024 ein schwieriges Jahr:

# Hat der Streaming-Riese an Schwung verloren?

**Twitch bleibt nach wie vor die führende Plattform im Streaming-Bereich**, mit über 21 Millionen aktiven Streamern, von denen 9,5 Millionen in diesem Jahr neu dazugekommen sind.

**21 M**  
aktive Streamer



Unsere Daten bestätigen diesen Trend:



Weniger häufige Video- und Clip-Veröffentlichungen.

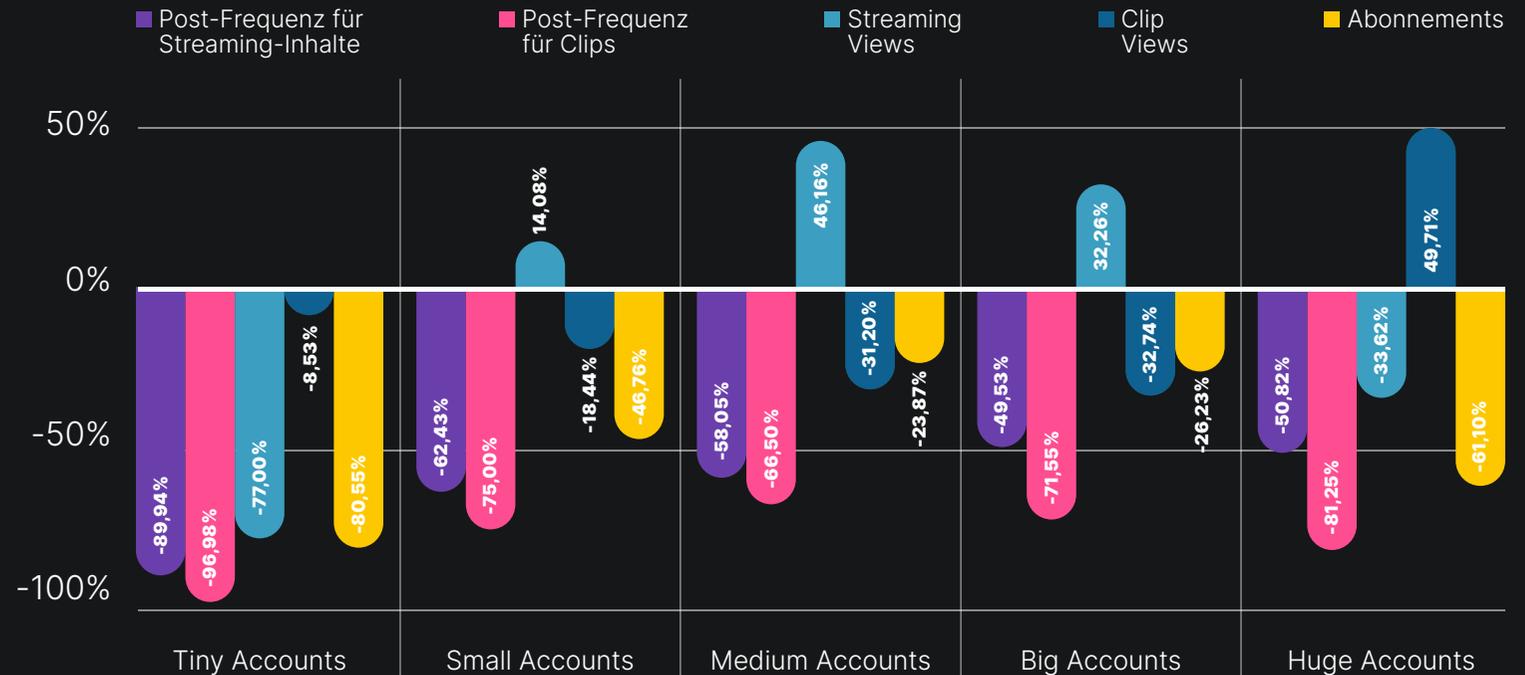


Allgemeiner Rückgang der Aufrufe.



Rückgang der Abonnements auf allen Kontoebenen.

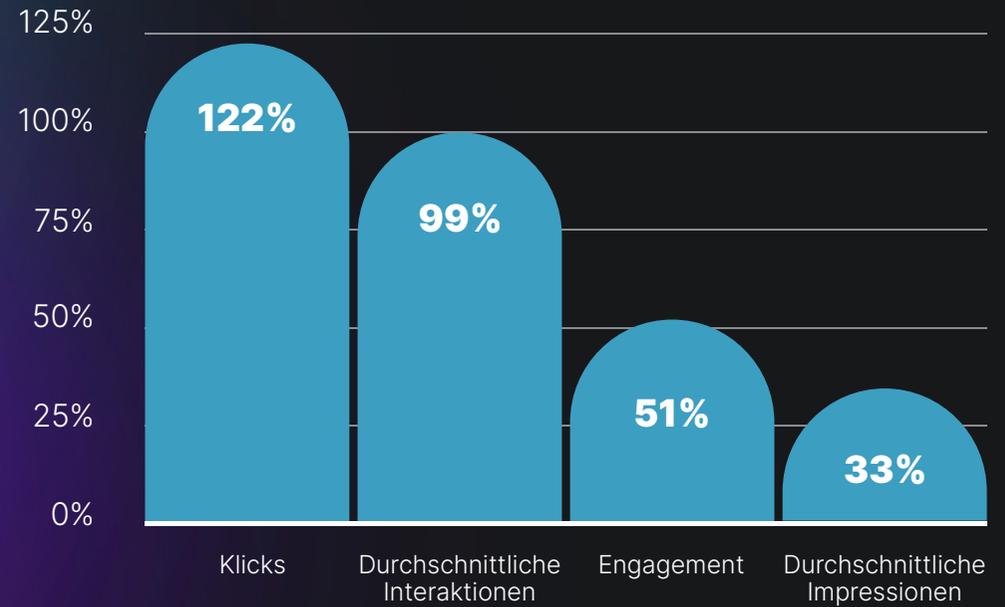
Die einzige wirklich positive Nachricht ist, dass trotz allem **die Konten mit 2.000 bis 50.000 Followern bei den Aufrufen zulegen konnten.**



# LinkedIn

2023 vs. 2024

**Das Jahr, in dem LinkedIn über die Grenzen einer Jobplattform hinausging.**



# 1,5 MILLIARDEN

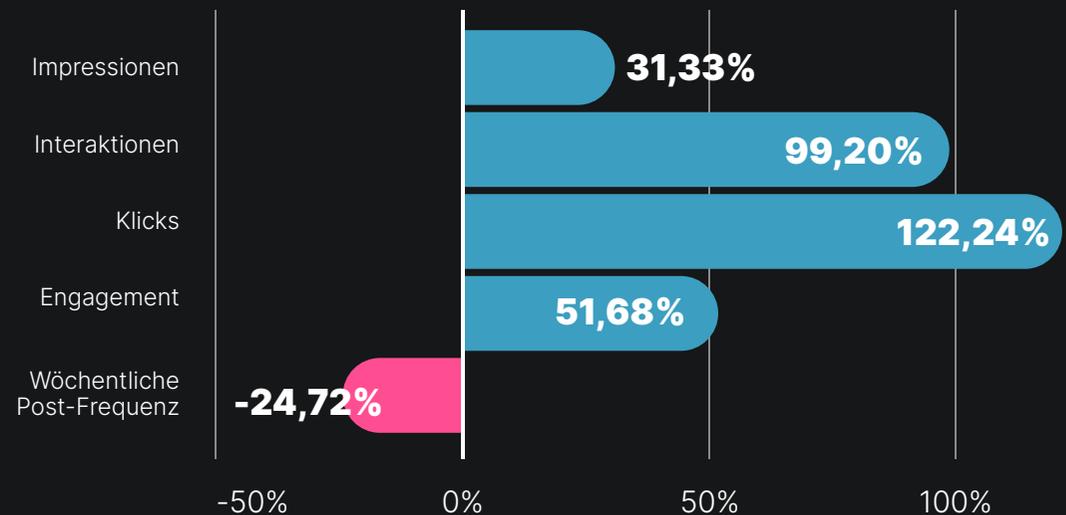
Profile

2024 hat LinkedIn die 1,5 Milliarden Profile überschritten, von denen 310 Millionen mindestens einmal im Monat aktiv werden.

Es war das Jahr, in dem LinkedIn sozialer wurde als je zuvor. Das Image als Plattform zur Jobsuche wurde durchbrochen, und Informalität, Memes und Gespräche nahmen die Hauptrolle ein.

Newsletter, Karussells, Spiele, kurze Videos, Profilverifizierung... LinkedIn hat 2024 viele Veränderungen und starke Initiativen durchgezogen, um sich als vollwertiges soziales Netzwerk zu etablieren. Die Plattform profitiert davon, dass viele Menschen berufliche Inhalte nicht so gerne auf anderen Plattformen teilen, und positioniert sich so als einzigartiger Raum für den Aufbau einer persönlichen Marke und berufliche Verbindungen.

# Was bedeutet das für diejenigen, die Inhalte auf LinkedIn teilen?



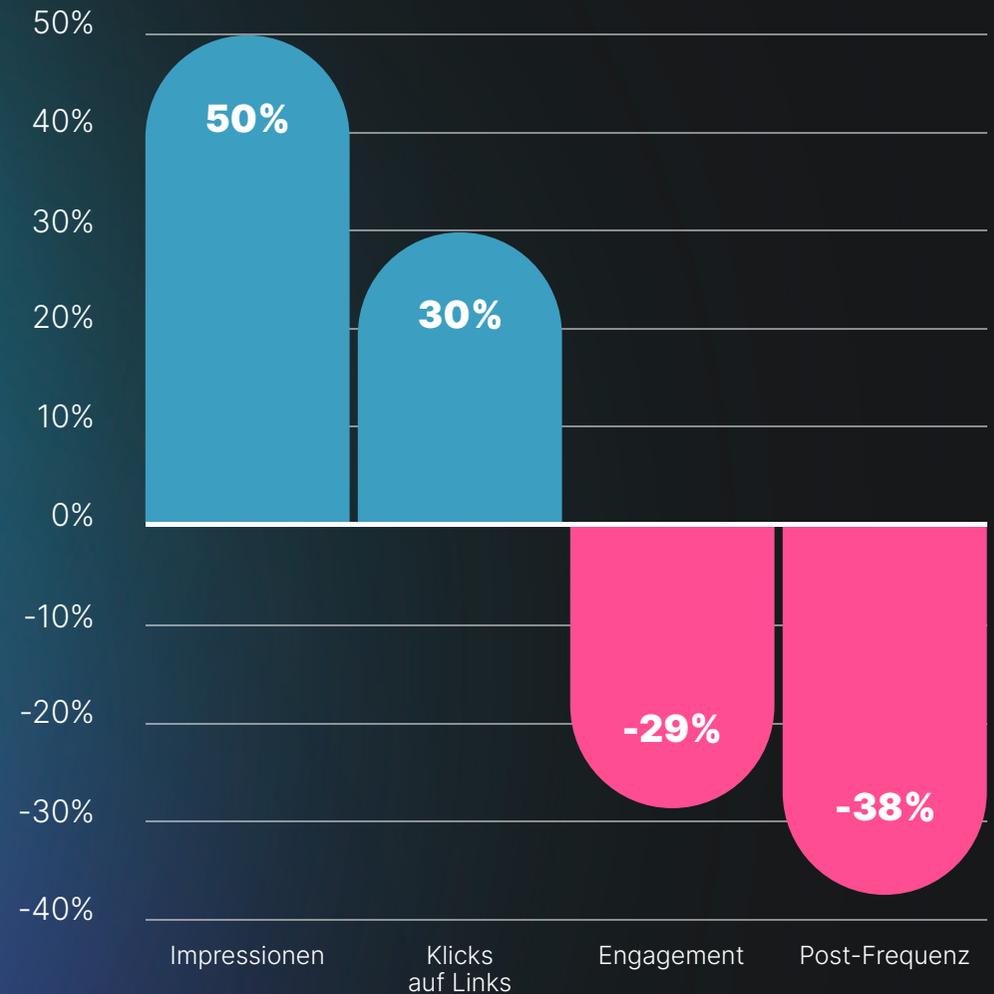
**Es ist selten, eine Plattform mit so einer positiven Entwicklung zu sehen.** Unabhängig von der Größe deines Accounts steigen die Zahlen auf LinkedIn kontinuierlich.

Und das Beste? Die Post-Frequenz der meisten Accounts sinkt, was eine tolle Chance bietet, die steigenden Impressionen und Interaktionen zu deinem Vorteil zu nutzen.

# X

2023 vs. 2024

## Ein turbulentes Jahr.



# -38,79%

Wöchentliche Post-Frequenz

Unter neuer Identität startete X im Jahr 2024 und sorgte dabei für einiges Aufsehen. Die Meinungen über die Plattform sind gespalten: Einige Nutzer verabschiedeten sich öffentlich, während andere den neuen Kurs begeistert begrüßten und den neuen Besitzer lobten.

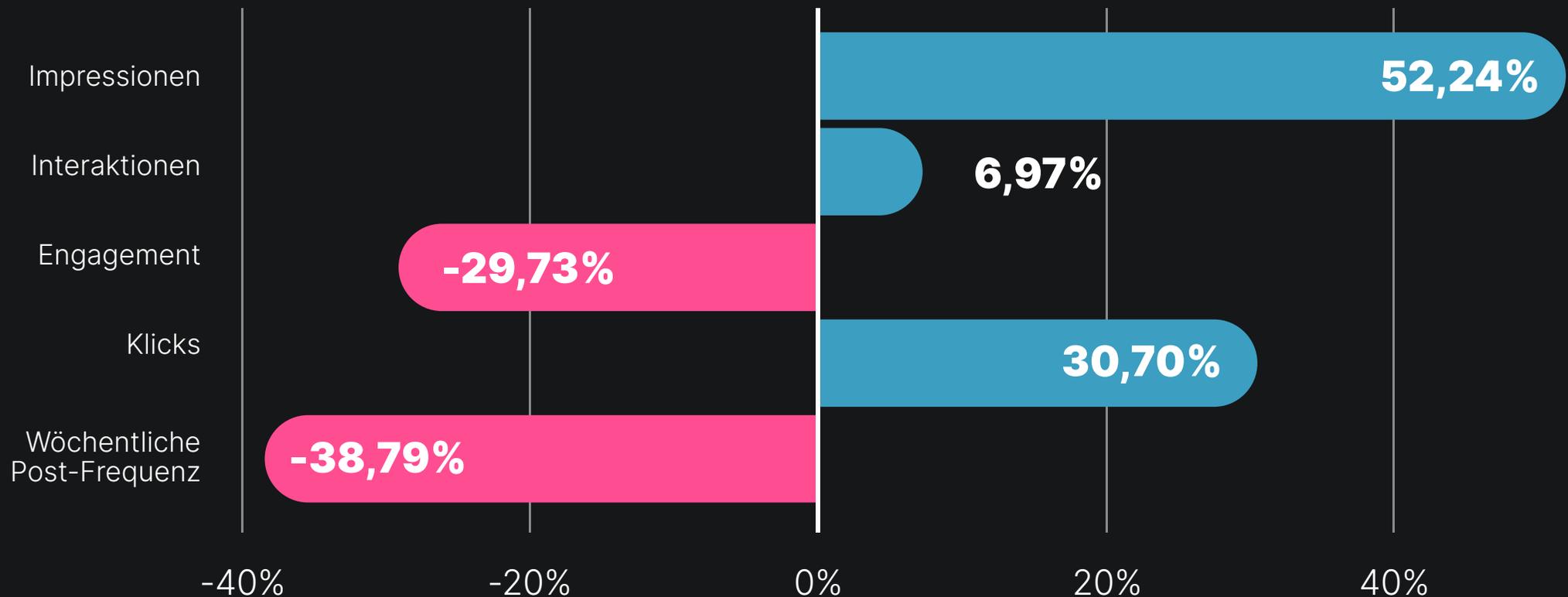
Es war ein Jahr voller Kontroversen. Zu den wichtigsten Ereignissen gehören: rechtliche Probleme, die zu einer temporären Sperrung in Brasilien führten, Vorwürfe der Verbreitung von Desinformation und die umstrittene Rolle des CEOs im US-Wahlkampf.

Auch an Herausforderungen hat es dieses Jahr nicht gefehlt.

All dies führte dazu, dass eine erhebliche Zahl der Nutzer anfang, nach Alternativen zu suchen und entweder ganz oder teilweise zu anderen Microblogging-Plattformen wie Threads - Metas neue Alternative zu X - oder zu Netzwerken wie Bluesky und Mastodon zu wechseln, die an Dynamik gewonnen haben.

# Was sagen die Daten?

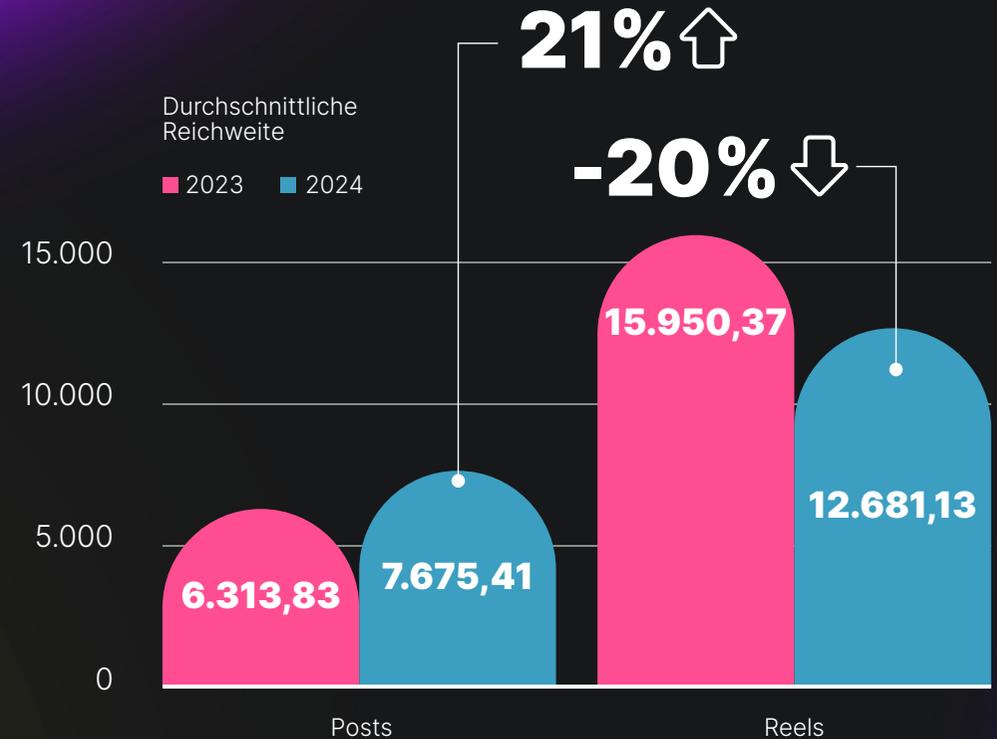
Die **Impressionen und Klicks sind deutlich gestiegen** – und das vor allem, weil die Post-Frequenz zurückgegangen ist. Weniger Beiträge im Feed bedeuten weniger Konkurrenz für die Aufmerksamkeit der Nutzer.



# Instagram

2023 vs. 2024

**Posts nehmen zu, aber Reels bleiben weiterhin an der Spitze.**

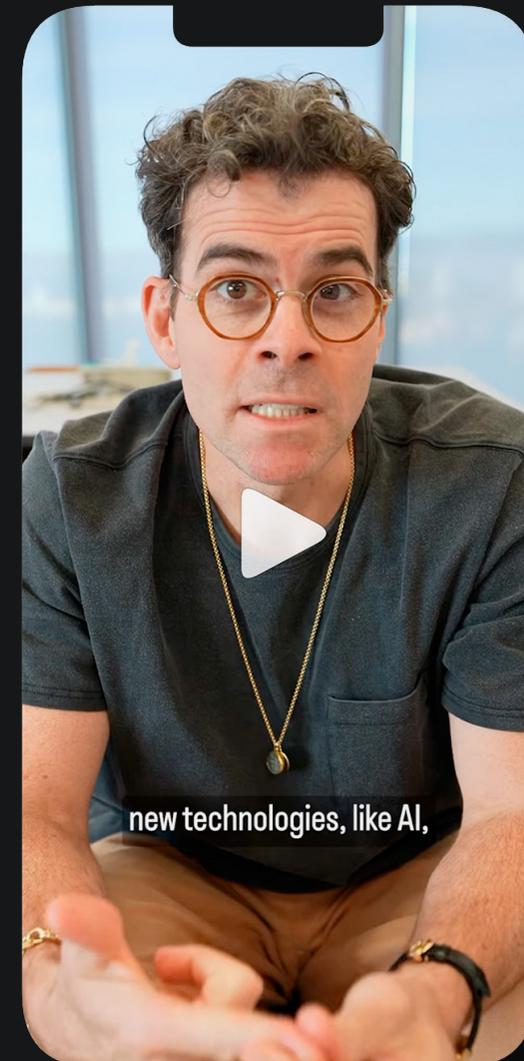


2024 war das Jahr, in dem wir uns alle daran gewöhnt haben, ständig auf die neuesten Updates von Adam Mosseri (dem CEO von Instagram) zu achten. Er hat uns immer wieder über die aktuelle „Star-Metrik“ oder die neuesten Prioritäten der Plattform auf dem Laufenden gehalten und uns gezeigt, wie wir diese zu unserem Vorteil nutzen können.

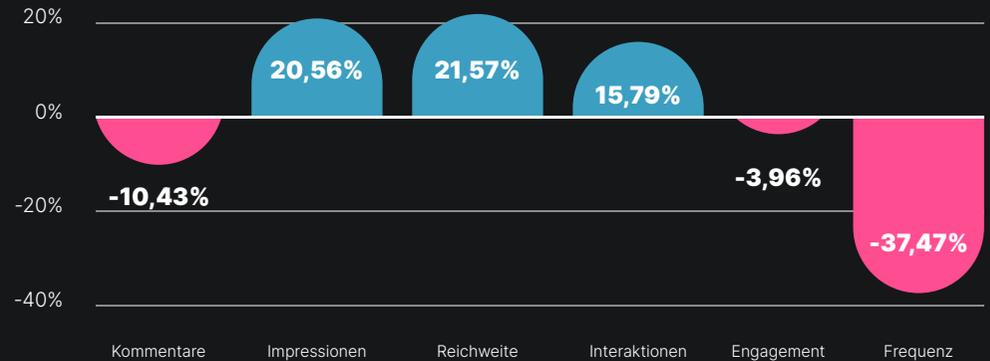
Wenn es um Content geht, dominieren vor allem zwei Formate: **Posts und Reels.**

# POSTS UND REELS

Top-Content

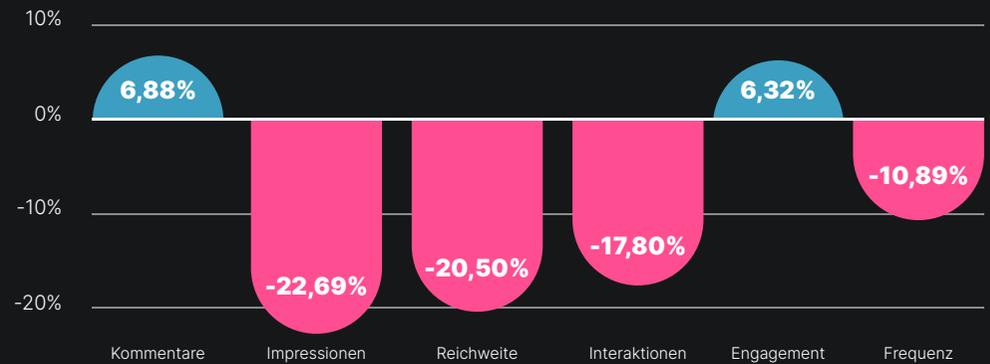


# Posts



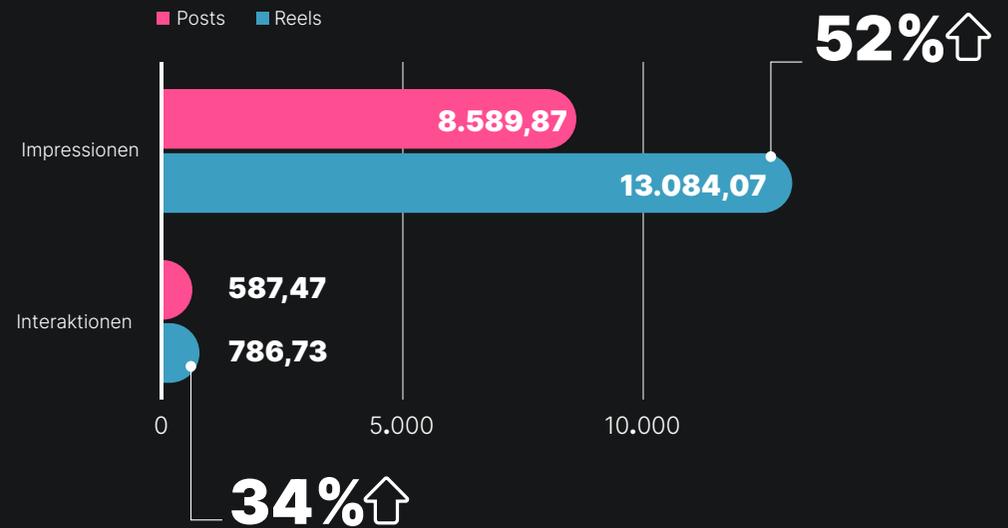
**Die Performance der Posts hat sich in fast allen wichtigen Bereichen verbessert** – insbesondere durch die Einführung der Karussells mit bis zu 20 Bildern, die einen echten Hype ausgelöst haben und für ordentlich Engagement sorgen.

# Reels



Im Vergleich dazu zeigen **Reels** eine rückläufige Leistung.

# Reels



Trotz dieses Rückgangs **bleiben Reels immer noch das Format mit den besten absoluten Ergebnissen**: Sie erzielen im Durchschnitt 52 % mehr Aufrufe und 34 % mehr Interaktionen.

# Stories

**Bei den Stories ist die Reichweite weiterhin im Sinkflug**, was dazu geführt hat, dass die durchschnittliche Post-Frequenz um 33,44 % zurückging – von 13,3 auf 8,85 Posts pro Woche.

Instagram setzt klar auf die Stärkung von Formaten wie Reels und Karussells. Wenn du von diesem Trend profitieren und die besten Ergebnisse erzielen möchtest, solltest du deine Strategie entsprechend anpassen.

Post-Frequenz

**-33,44%**

Impressionen

**-7,37%**

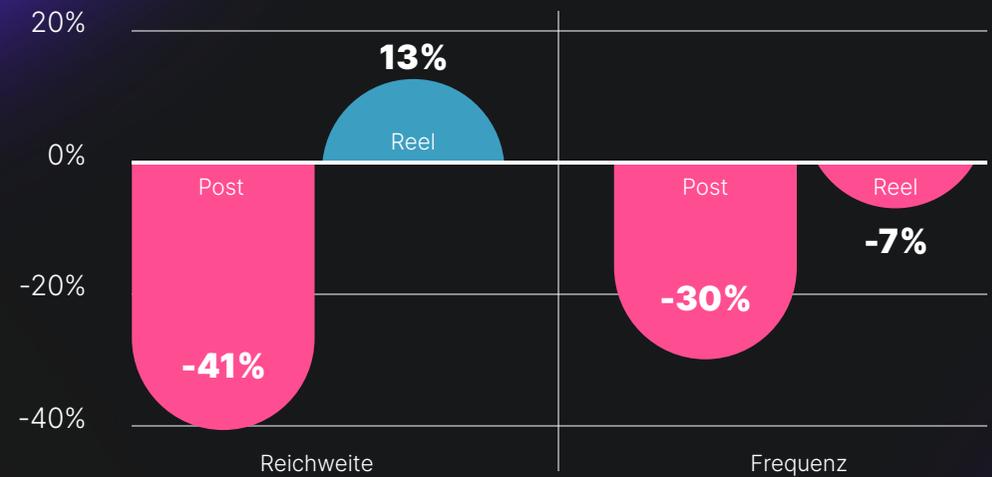
Reichweite

**-7,89%**

# Facebook

2023 vs. 2024

**Bergab, aber immer noch ein Riese in absoluten Zahlen.**



# 3-MILLIARDEN

monatlich aktive Nutzer

2024 hat Facebook seine Position als weltweit meistgenutzte Social-Media-Plattform beibehalten und die 3-Milliarden-Marke bei monatlich aktiven Nutzern überschritten – ein Anstieg von 3,4% im Vergleich zum Vorjahr.

Die schlechte Nachricht? Die wichtigsten Kennzahlen zeigen einen deutlichen Rückgang, **mit einer durchschnittlichen Abnahme von fast 40 % in allen Bereichen.**

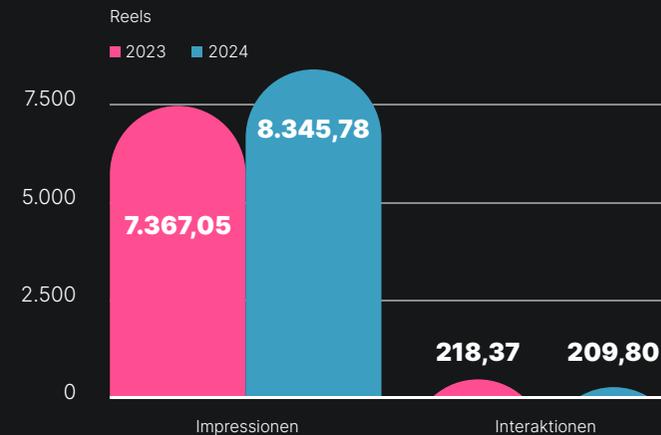
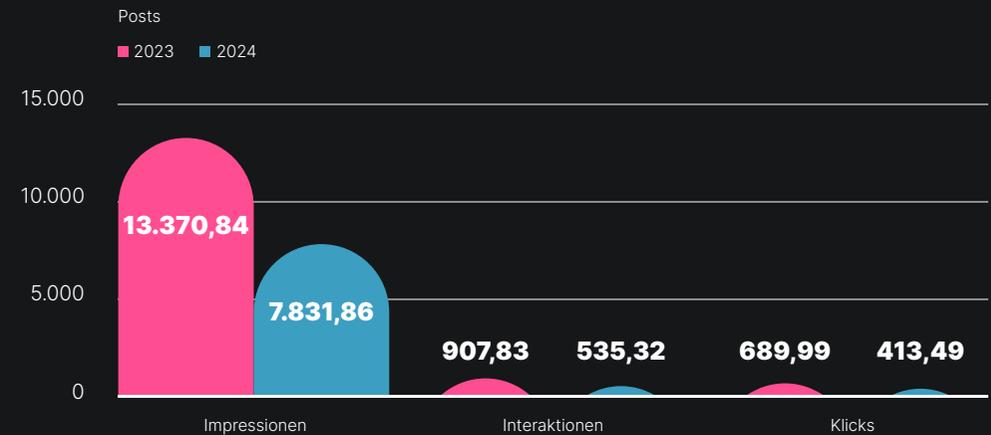
Aber keine Sorge, es gibt auch gute Nachrichten! Trotz des Rückgangs in den Zahlen ist die Nutzerbasis immer noch riesig. Facebook glänzt weiterhin mit den besten absoluten Kennzahlen in der Branche – besonders bei Klicks auf Webseiten.

Vor allem bei Klicks auf Webseiten hat Facebook keine ernstzunehmenden Konkurrenten. **Beiträge mit Links erzielen im Schnitt 413,49 Klicks.**

Ein wichtiger Faktor für diesen Erfolg sind die Reels. Durch die Möglichkeit, Inhalte einfach von Instagram zu reposten - sei es direkt oder über Drittanbieter-Tools (ja, genau, du weißt, was ich meine)-, **ist die wöchentliche Post-Frequenz um 7 % gestiegen.**

**413,49**

Klicks

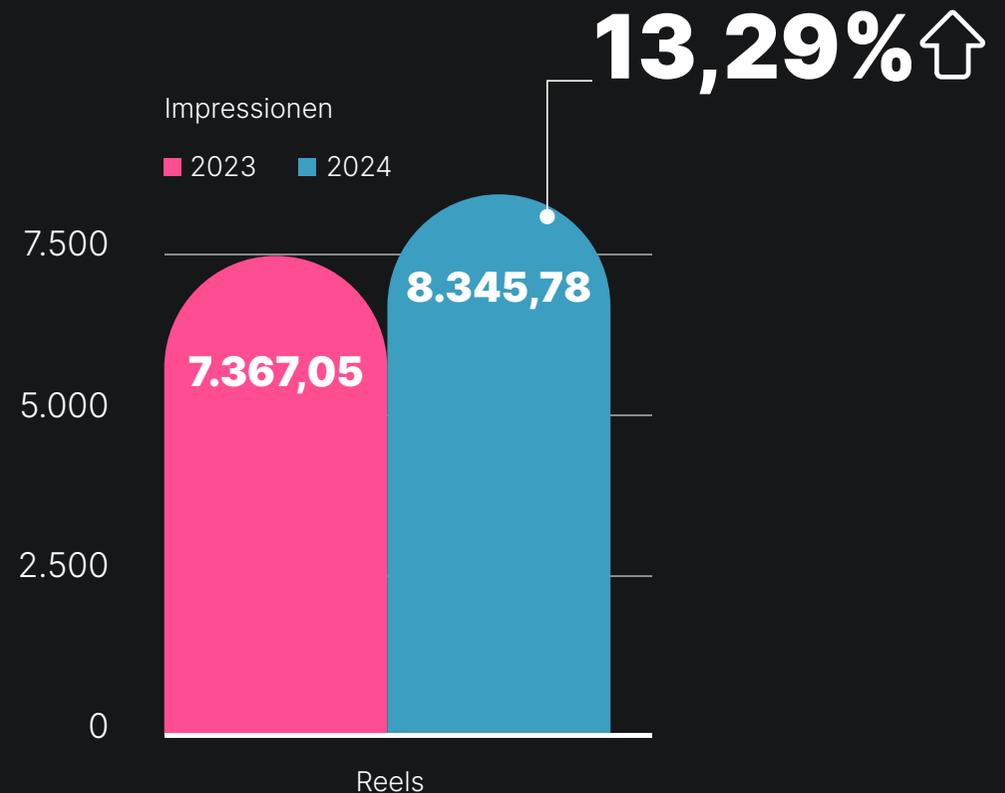


Und noch ein Grund, Facebook nicht aus den Augen zu verlieren: **Reels erzielen 13,29 % mehr Reichweite als im letzten Jahr und kommen auf durchschnittlich 8.345,78 Impressionen.**

Trotz der Herausforderungen zeigt Facebook weiterhin seine Fähigkeit, dass es sich immer wieder anpassen kann und seine Relevanz im sozialen Netzwerk-Ökosystem bewahrt.

**8.345,78**

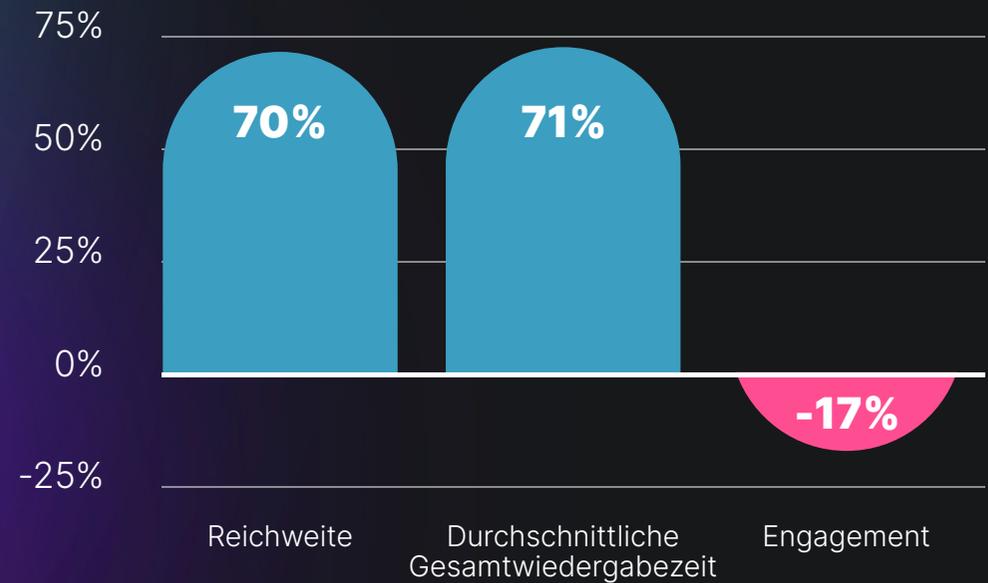
Durchschnittliche Impressionen



# TikTok

2023 vs. 2024

# Eine Rakete im ständigen Höhenflug.



# 1 MILLIARDE

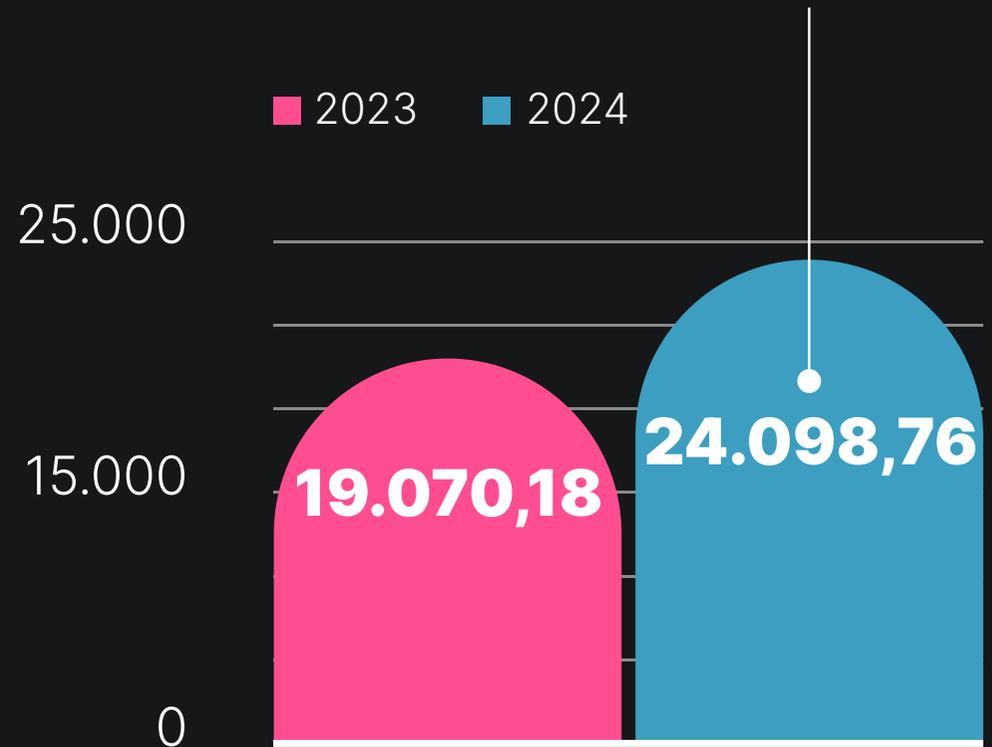
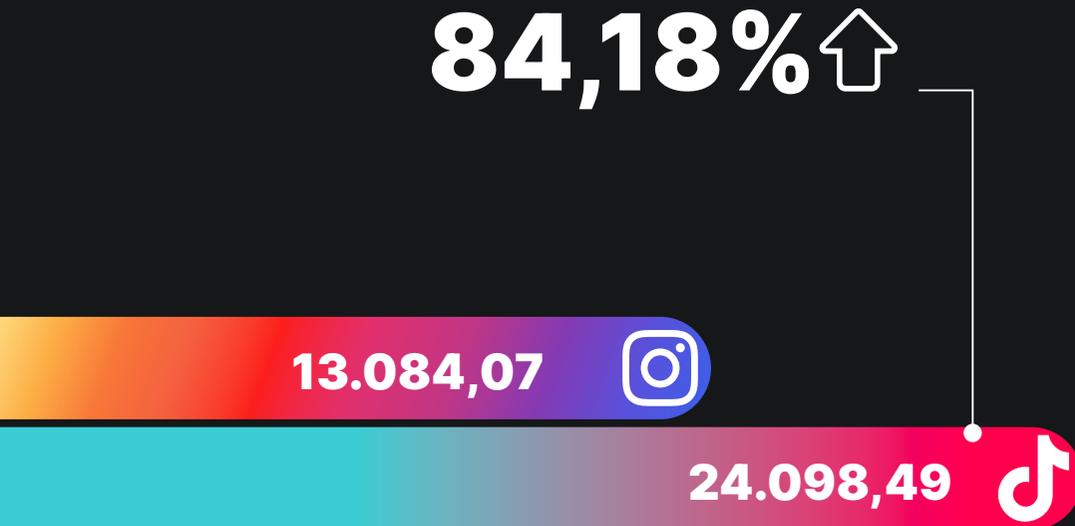
aktive Nutzer

TikTok hat 2024 mit einem unglaublichen Wachstum gestartet und gehört nun zum exklusiven Club der Plattformen mit **mehr als 1 Milliarde aktiver monatlicher Nutzer**.

Trotz der ständigen Schlagzeilen über ein mögliches Verbot in den USA (wegen Datenschutz- und nationaler Sicherheitsbedenken) hat TikTok die Verbindung zu seinen Nutzern nicht verloren. Ganz im Gegenteil: **2024 war ein Jahr voller Wachstum**, und das sind großartige Nachrichten für alle Content Creators.

**Die durchschnittlichen Wiedergaben sind** um beeindruckende 26,37 % gestiegen (im Vergleich zu 2023). Im direkten Vergleich mit Instagram Reels, seinem größten Konkurrenten, hat TikTok einen riesigen Vorsprung: 24.098,76 Wiedergaben im Vergleich zu 13.084,07 – das sind 84,18 % mehr.

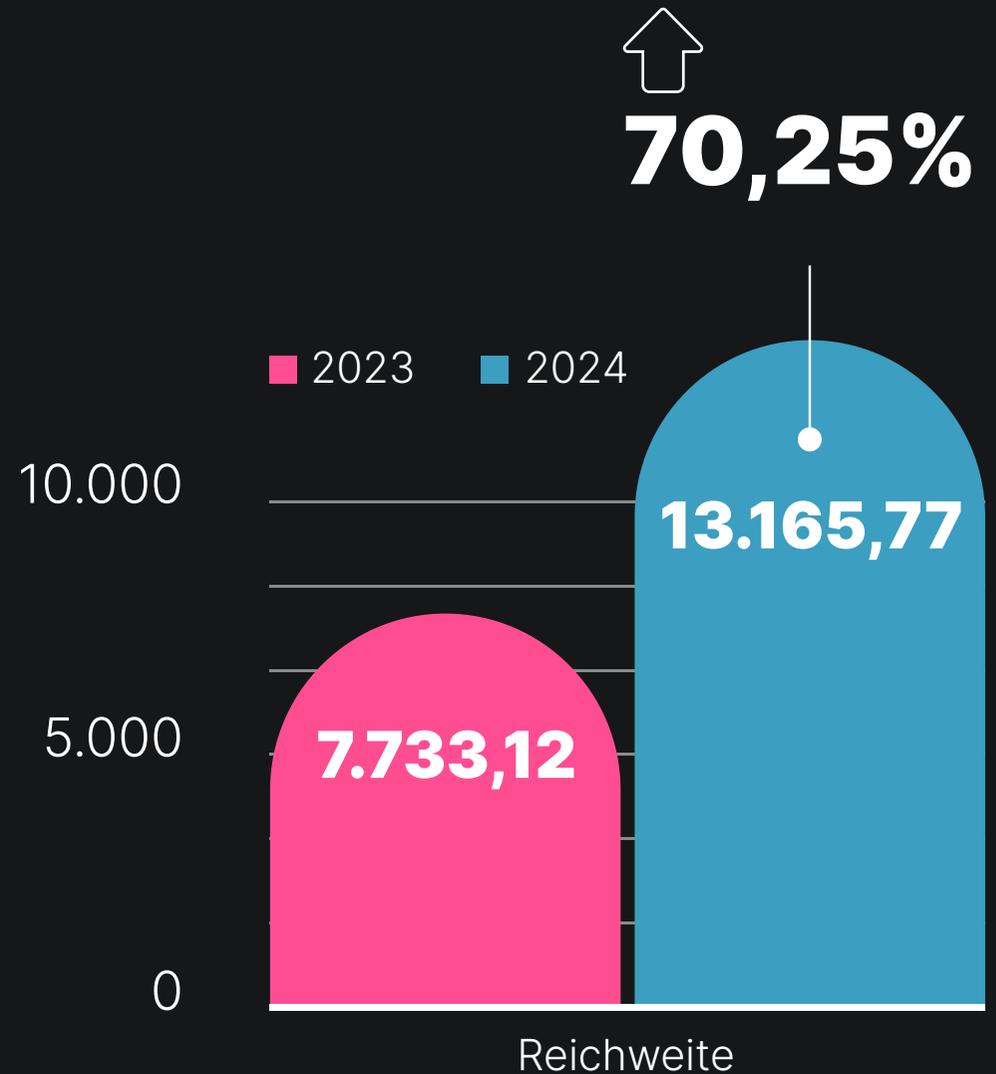
↑  
**26,37%**



Impressionen

Views

Die Reichweite der Posts ist um **erstaunliche 70,25 %** gestiegen, was vor allem durch den TikTok-Algorithmus und einen 20 %-Anstieg bei der Inhaltsteilung vorangetrieben wurde.



Diese Zahlen bestätigen, dass **TikTok nach wie vor der ideale Ort ist, um deine Inhalte bekannt zu machen**, da es organische Sichtbarkeit und Viralität wie keine andere Plattform kombiniert.

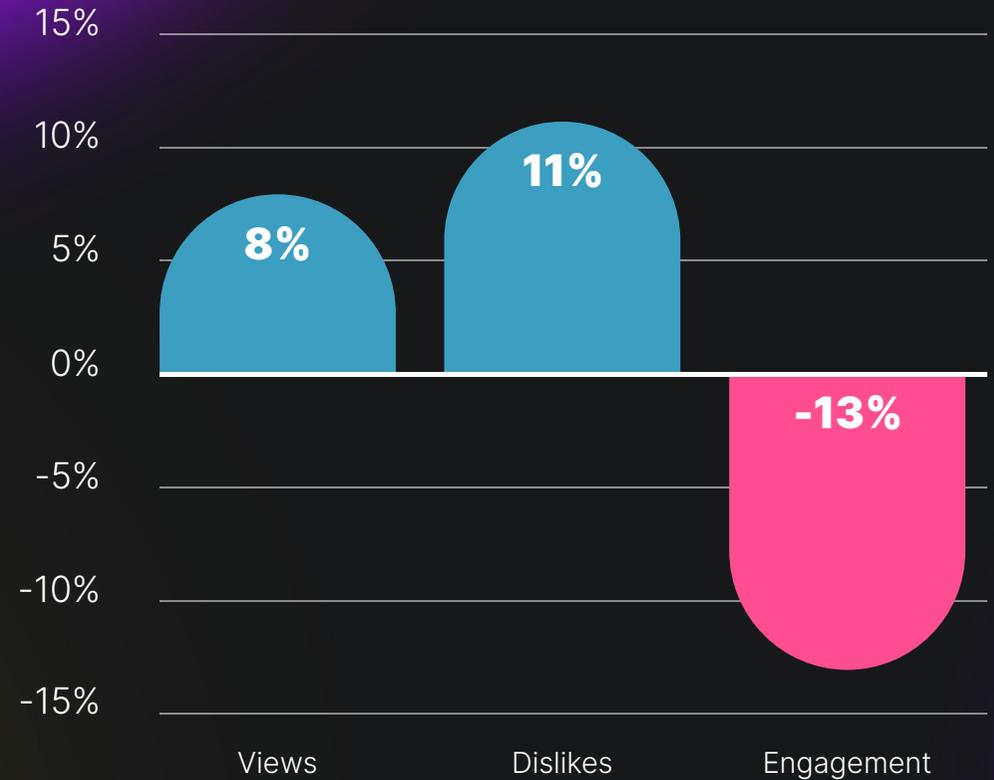
Trotz regulatorischer Herausforderungen und Kontroversen hat TikTok 2024 seine Relevanz und Popularität weiter ausgebaut und sich neuen Trends angepasst, um seine kulturelle Präsenz zu stärken.



# YouTube

2023 vs. 2024

# Mehr Wiedergaben, weniger Engagement.



# 2,7 MILLIARDEN

aktive monatliche Nutzer

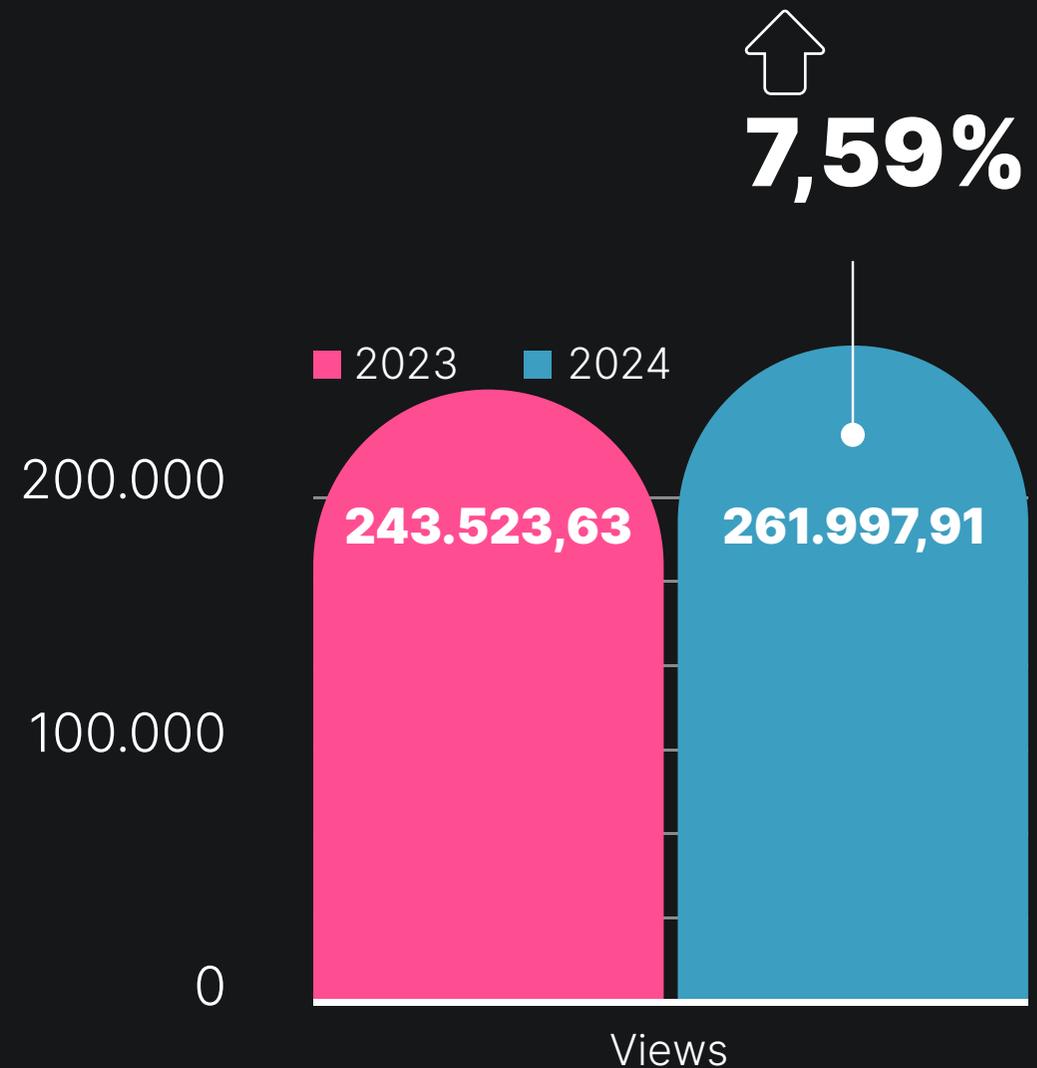
In diesem Jahr hat YouTube die beeindruckende Zahl von **2,7 Milliarden aktiven monatlichen Nutzern** überschritten.

Kurzvideos sind beliebter denn je und der Wettbewerb ist intensiver als je zuvor. Es ist ein Format, das fesselt, und alle Plattformen wollen ein Stück vom Kuchen. YouTube bleibt dabei nicht zurück.

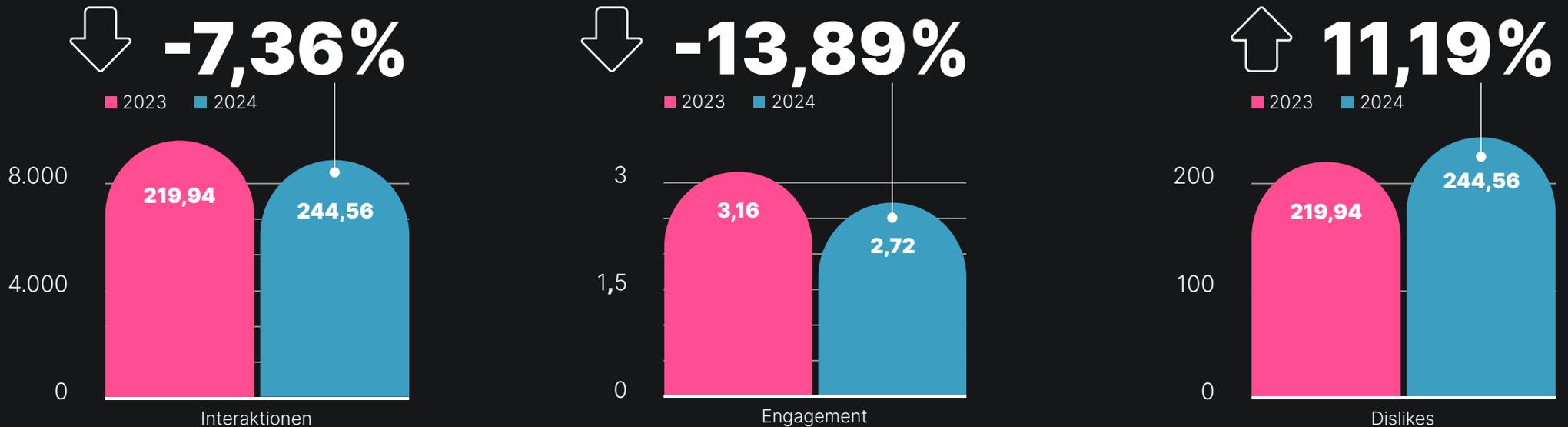
Laut Meta-Daten schauen Nutzer täglich mehr als 200 Milliarden Reels. Aber auch YouTube Shorts wächst rasant: von 30 Milliarden täglichen Wiedergaben 2021 auf 90 Milliarden im Jahr 2024.

# Was steckt hinter diesen Zahlen?

**YouTube führt weiterhin bei Wiedergaben und Reichweite.** Zwar ist das Wachstum im Vergleich zum letzten Jahr eher moderat (7,59 %), aber **in absoluten Zahlen bleibt YouTube immer noch zehnmal größer als TikTok.**



Leider sind nicht alle Nachrichten positiv: **Die Gesamtinteraktionen und das Engagement sind gesunken. Die einzige Interaktion, die gestiegen ist, sind Dislikes.** Könnte das ein Hinweis darauf sein, dass Nutzer dem Algorithmus ihre Unzufriedenheit mit den Empfehlungen zeigen?



Puh, was für eine Datenflut.

**Da gibt's viel zu verarbeiten, oder?**

**Aber hey, das ist noch  
nicht das Ende...**

**Das Beste kommt noch,  
blätter weiter!**



# BEST PRACTICES

Weil es uns nicht nur um trockene Zahlen geht, haben wir uns einige besonders erfolgreiche Konten genauer angeschaut, um herauszufinden, welche Strategien wirklich funktionieren. Mit **konkreten Beispielen** zeigen wir dir, was dahintersteckt - als Referenz und Inspiration für deine eigene Strategie.

Die Accounts, die wir hier vorstellen, haben Metriken, die weit über dem Durchschnitt ihrer Gruppe liegen. Ein genauerer Blick auf sie könnte sich also definitiv lohnen.



#1

# Konzentriere dich auf eine Nische

Es wird immer schwieriger, mit allgemeinem Content auf Social Media zu überzeugen.

Wenn du dich jedoch auf spezifische Themen konzentrierst, gewinnst du nicht nur Follower, sondern echte Fans.

## The Apple Museum Foundation

Nische:  
**Apple**

Plattform:  
**LinkedIn**

Follower:  
**627**

Durchschnittliche  
Impressionen:  
**5.265**



## Alex Cordobés

Nische:  
**Käsekuchen**

Follower:  
**8.983**



Durchschnittliche  
Views:  
**29.337,93**

Plattform:  
**TikTok**



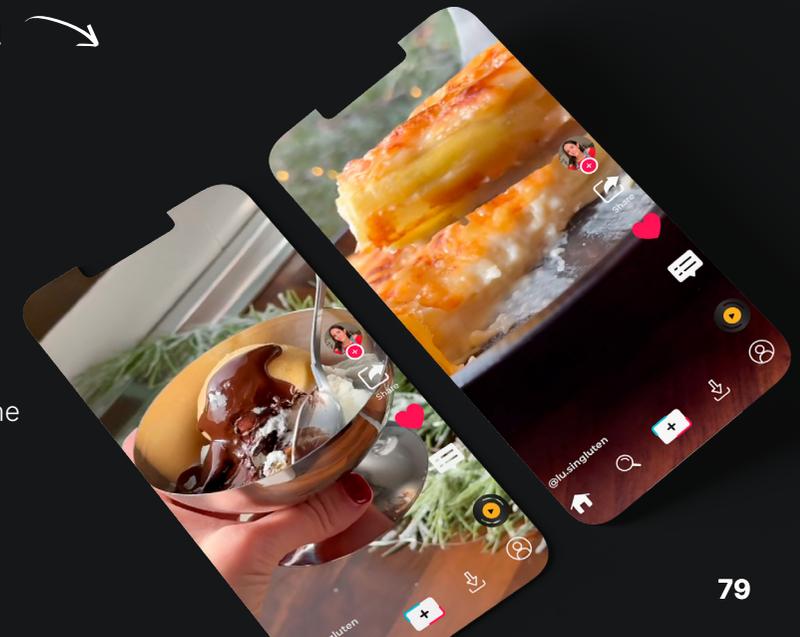
## Lu SinGluten

Nische:  
**Glutenfreie  
Rezepte**

Plattform:  
**TikTok**

Follower:  
**176.900**

Durchschnittliche  
Views:  
**35.262,5**



#2

# Erstelle nützliche inhalte

Tricks, die unser Leben einfacher machen, oder Tipps, die du nie für möglich gehalten hättest, entfalten einen echten Multiplikatoreffekt. **Sie verbreiten sich wie ein Lauffeuer** und sorgen für Reaktionen, die ihre Reichweite auf natürliche Weise verstärken. Wenn diese Inhalte die richtige Verbindung herstellen, fesseln sie nicht nur, sondern verbreiten sich auch blitzschnell.

1,2M Views



## Georgina Wilson

Branche:  
**Architektur**

Plattform:  
**YouTube**

Follower:  
**52,7K**

**Tipps für Interior Design**

1,8M Views

## UVé Beauty

Branche:  
**Schönheit**

Plattform:  
**Instagram**

Follower:  
**76,4K**

**Einfacher und effektiver Trick**

**21M Views**



#3

# Mit Humor kommt man weit

Viele Marken zögern, aber Humor ist definitiv ein Erfolgsfaktor, besonders bei kurzen Videos.

Lass deine Hemmungen hinter dir und setze auf unterhaltsamen Content. Humor schafft eine emotionale Verbindung zu deiner Zielgruppe und erhöht die Chance, dass dein Inhalt geteilt wird und sich verbreitet.

**rekyfitness**

Branche:  
**Fitness**

Plattform:  
**Instagram**

Follower:  
**2K**

Parodie zu Fitness-Diäte

**1,8M Views**



**Kramer Autoplex**

Branche:  
**Autos**

Plattform:  
**Youtube**

Follower:  
**23,4K**

**Unerwarteter und witziger Abschluss-Spruch**

124K Views



#4

# Wenn es funktioniert, steigere den Einsatz

Ein Tipp: Finde die Posts, die richtig gut laufen, und setze auf das bewährte Rezept.

Ein gutes Beispiel? Dieser Kebab aus Paris hat das Erfolgsgeheimnis entdeckt, das immer zieht – und zwar ständig Hunderttausende von Views. Ihre Strategie? Essen, Essen, Essen.

450K Views



255K Views



**berliner\_pigalle**

Branche:  
**Essen**

Plattform:  
**Instagram**

Follower:  
**2,2K**



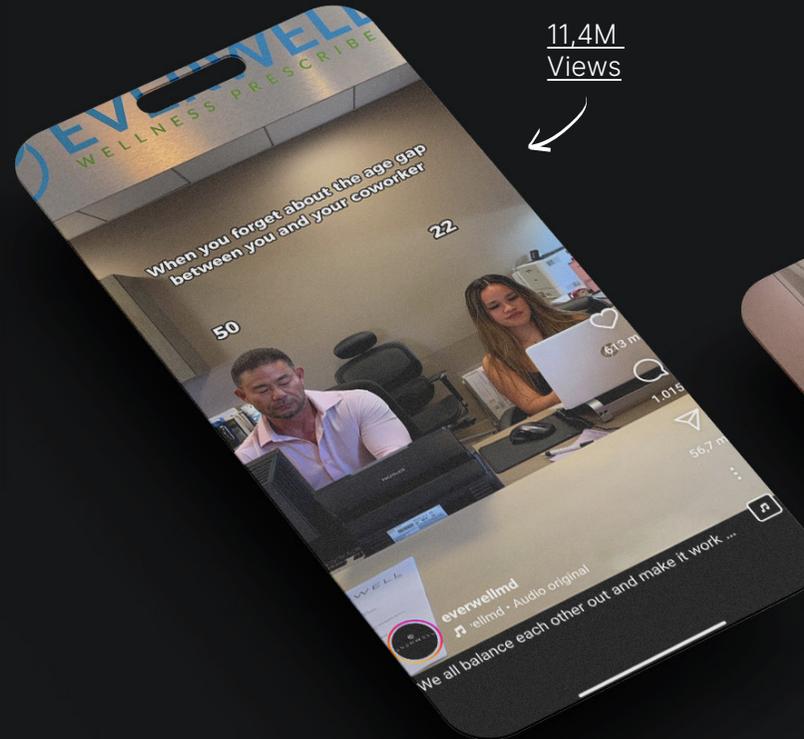
290K Views



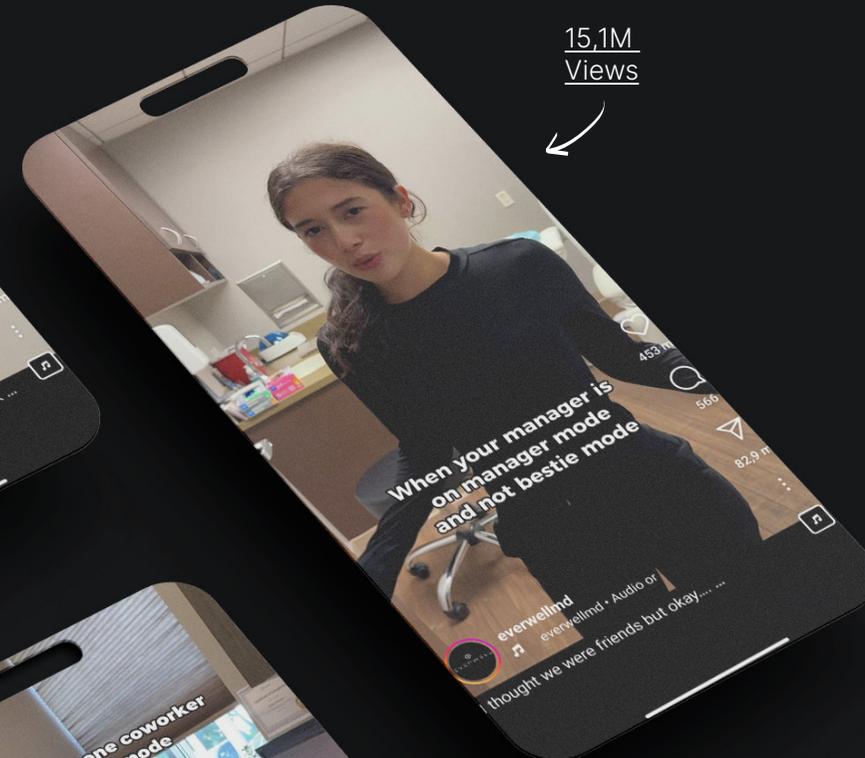
100K Views



Ein weiteres beeindruckendes Beispiel: Diese Wellness-Klinik mit weniger als 7.000 Followern erzielt konstant Zehntausende – und sogar Millionen – von Views mit ihren Reels. Ihr Geheimnis? Vor allem kurze, humorvolle Videos und virale Sounds. Die regulären Posts hingegen liefern gezielt Inhalte für die untere Trichterebene.



11,4M  
Views



15,1M  
Views



1,5M  
Views

**everwelld**

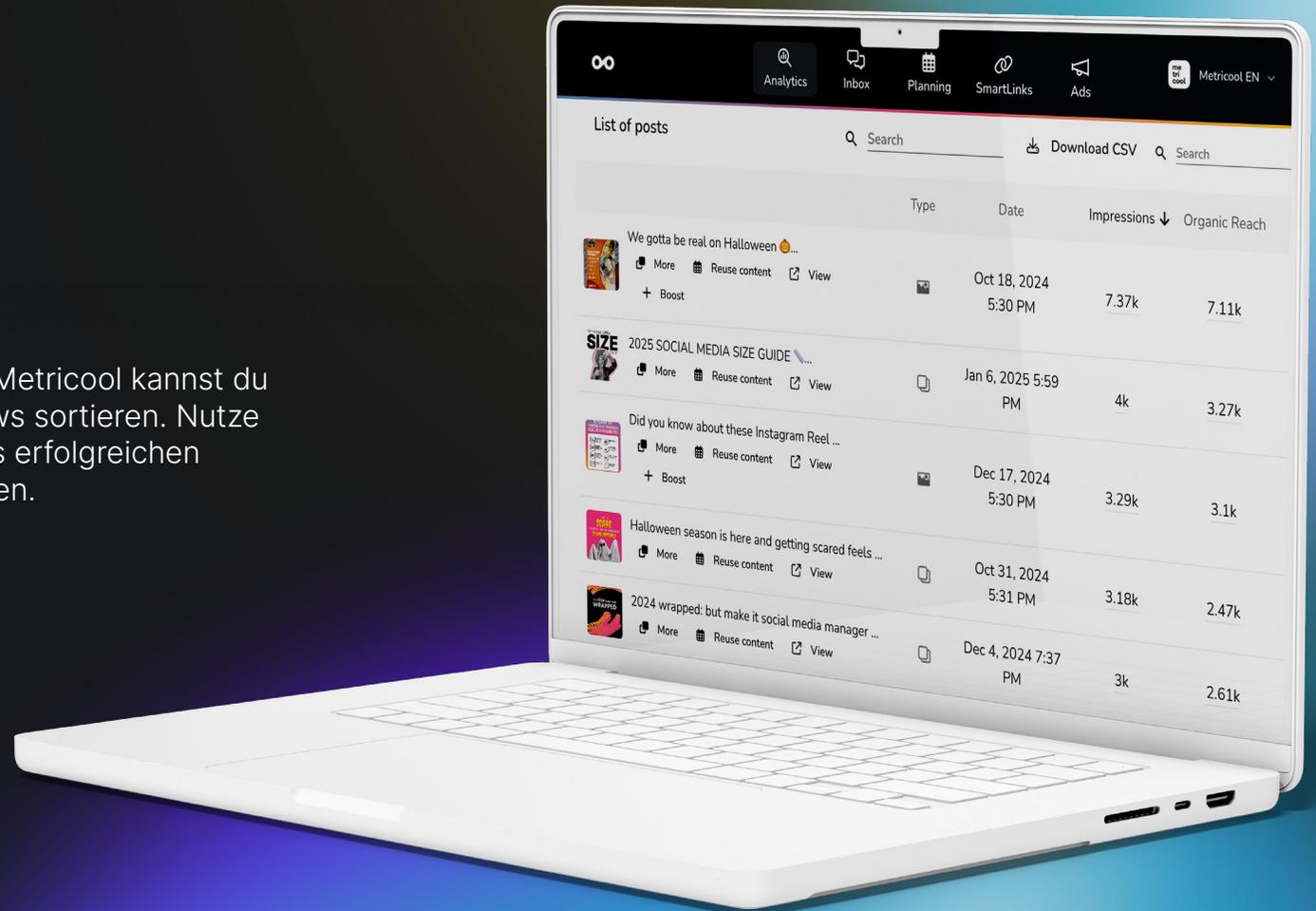
Branche:  
**Wellness**

Plattform:  
**Instagram**

Follower:  
**7K**

# 💡 METRITIPP

Kleiner Geheimitipp: Mit den Analysen von Metricool kannst du alle deine Beiträge einsehen und nach Views sortieren. Nutze einfach deine Kreativität, um deinen bereits erfolgreichen Content auf eine neue Weise zu präsentieren.



#5

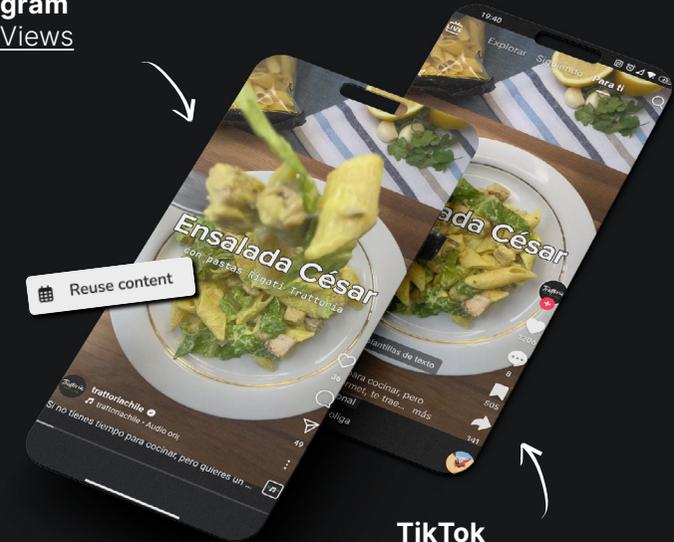
# Wiederverwenden, Recyclen

Wenn etwas auf Instagram funktioniert hat, warum sollte es dann nicht auch auf TikTok klappen?

Reuse content

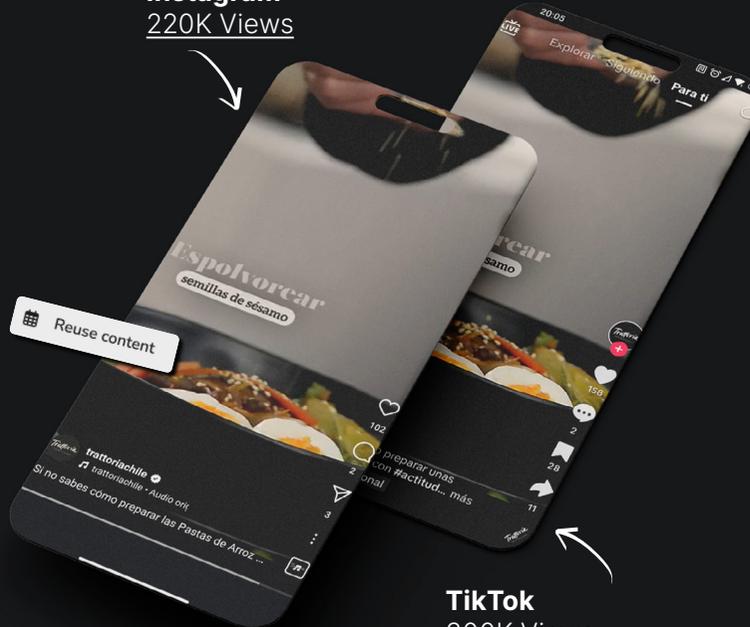
Das Skript für dein YouTube Short lässt sich ganz einfach in einen LinkedIn-Post oder ein Instagram-Karussell umwandeln. Die Möglichkeiten sind (fast) unbegrenzt.

Instagram  
1,6M Views



TikTok  
370K Views

Instagram  
220K Views



TikTok  
300K Views

Instagram  
331K Views



TikTok  
1,6M Views

## Trattoria Chile

Branche:  
**Essen**

Plattform:  
**Instagram**

Follower:  
**12K**

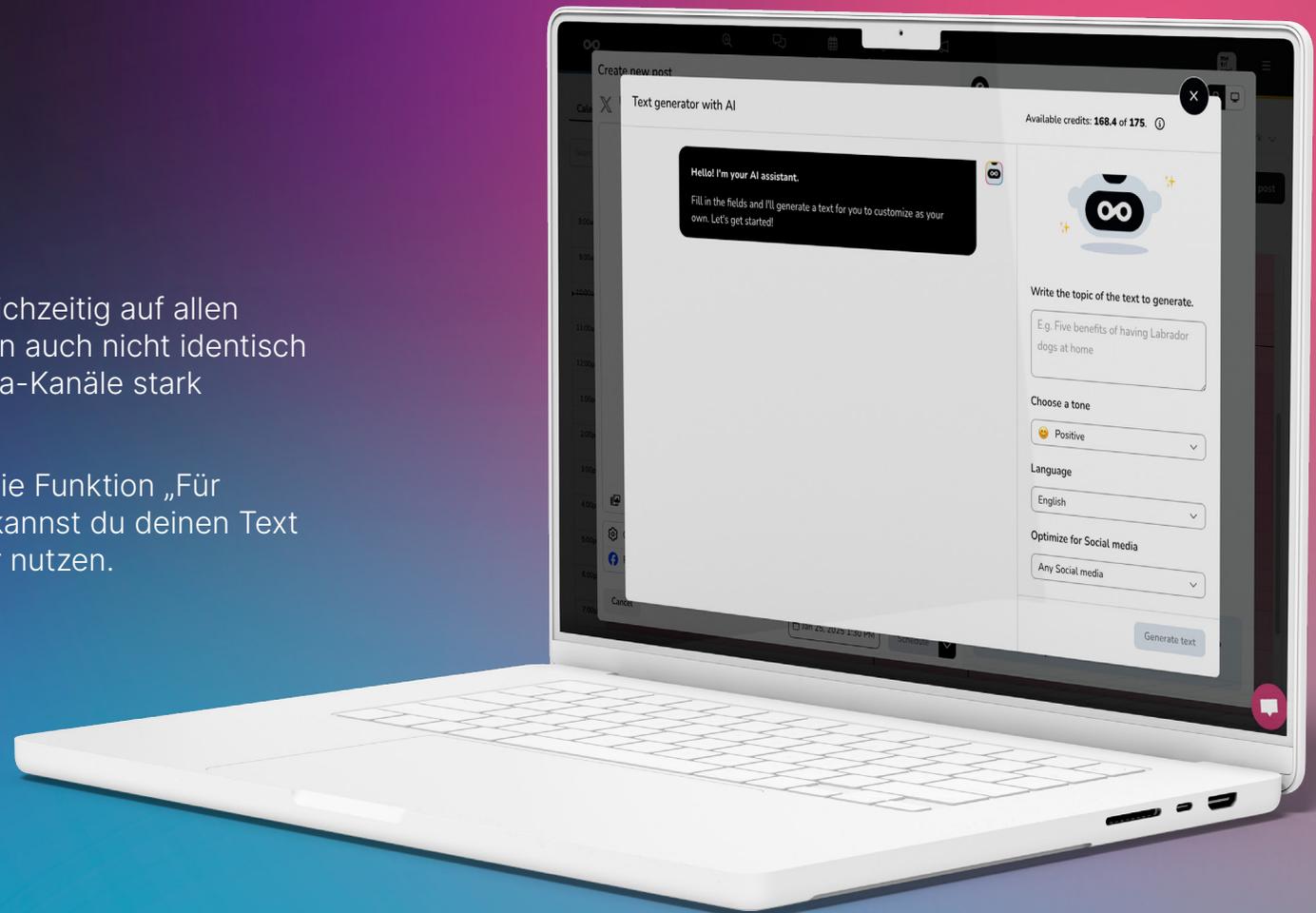
Plattform:  
**TikTok**

Follower:  
**2K**

## METRITIPP

Du musst nicht immer denselben Inhalt gleichzeitig auf allen Plattformen teilen. Und die Beiträge müssen auch nicht identisch sein - vor allem, wenn sich die Social-Media-Kanäle stark unterscheiden.

Mit dem Metricool-Assistenten kannst du die Funktion „Für soziale Netzwerke optimieren“ nutzen. So kannst du deinen Text anpassen und ihn für jede Plattform besser nutzen.



#6

# Mach bei den Trends mit

Trends sind in den sozialen Medien unverzichtbar. Sie ändern sich ständig, ziehen viele Views an und sie einfach zu ignorieren, wäre fast ein Versehen.

Aber Trends müssen nicht immer Tanzchallenges oder Musik-Hits sein. Es geht auch um größere Themen und Gespräche, wie etwa die Olympischen Spiele oder die Oscar-Nacht.

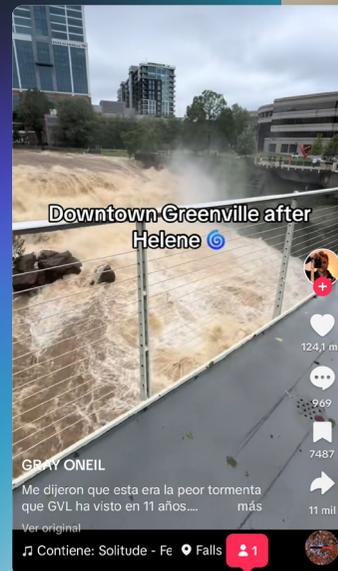
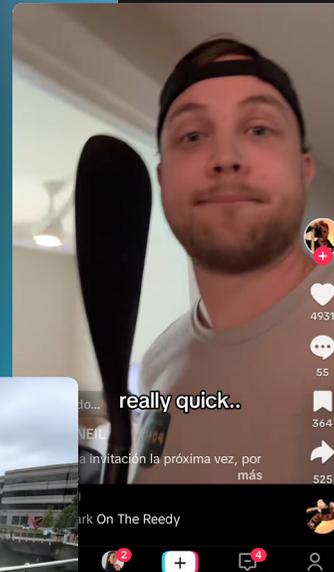
Ein gutes Beispiel: Ein Fotograf mit 1.443 Followern erzielte Millionen von Aufrufen, indem er ein lokal relevantes Ereignis aufgriff – den Hurrikan Helene.

**shotxgray**

Branche:  
**Foto**

Plattform:  
**TikTok**

Follower:  
**1,4K**



105K Views

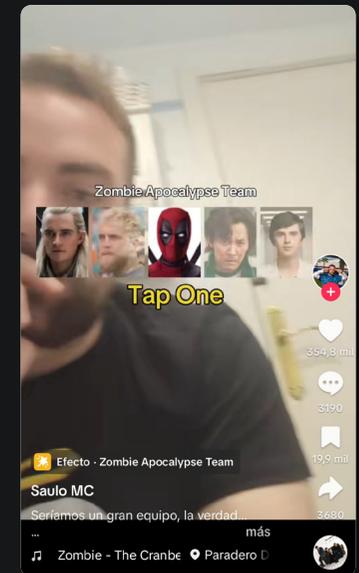
1.8M Views

Ein weiterer Trend, der die Runde macht: Filter. Ein Filter, der zeigt, wie dein Team in einer Zombie-Apokalypse aussehen würde, ließ ein Konto mit 2.000 Followern förmlich durch die Decke gehen – und das ganz ohne Zombies.

**saulo\_pmc**

Plattform:  
**TikTok**

Follower:  
**2,4K**



15,5M Views

#7

# Du brauchst gute 'Hooks', wenn du etwas fangen willst

In einer Welt, in der wir mit 120 km/h durch unsere Feeds scrollen, musst du sofort mit deinem Content fesseln, bevor der Satz „Dieses Video interessiert mich nicht“ kommt. Dafür hast du nur 3 Sekunden, und in dieser Zeit muss alles stimmen.

Eine der effektivsten Techniken ist es, eine überraschende Information oder Frage zu stellen. Das weckt die Neugier des Nutzers und gibt ihm einen Grund, das Video weiter anzusehen.

Eine weitere beliebte Strategie ist, die Neugier zu wecken. „Hast du das schon gesehen?“ oder „Wusstest du, dass...?“ Eine einfache Formel, die hilft, dass der Daumen kurz innehält.

**federopticosfaiidiel**

Nische:  
**Optik**

Plattform:  
**TikTok**

Follower:  
**3,7K**



6,3M  
Views

1,7M  
Views

**ashsgreen**

Nische:  
**Grafikdesign**

Plattform:  
**TikTok**

Follower:  
**4,7K**



#8

# Verwende einen 'Call to Action', um den Deal abzuschließen

Ein „Call to Action“ in deinen Posts ist mittlerweile ein Muss. Wenn du die Zuschauer direkt und ohne Zögern aufforderst, eine konkrete Handlung vorzunehmen, hilft das, mehr Interaktionen zu generieren. Und wie wir alle wissen, bevorzugen Algorithmen Posts mit hoher Interaktion.

Sei mutig und komm schnell zum Punkt. Wenn dein Ziel ist, dass deine Follower einen Kommentar hinterlassen, sich abonnieren oder den Beitrag teilen, dann fordere sie einfach dazu auf!

Im ersten Beispiel teilt der Account „theonlineadjudicator“ ein Meme, das zeigt, wie ihr Traumhaus aussehen würde, und spricht ihre Community direkt an. Sie fordert dazu auf, mit einem Emoji zu reagieren, wenn sie zustimmen.

881  
Kommentare



**theonlineadjudicator**

Nische:  
**Tanz**

Plattform:  
**Instagram**

Follower:  
**7,4K**

Ein weiteres tolles Beispiel kommt von der Community Grad Girl Marketing, die regelmäßig Posts teilt, in denen sie kostenlose Marketing-Kurse zusammenstellt. Ihr CTA? „Schreib in die Kommentare deinen Favoriten.“ Damit erreicht sie gleich zwei Ziele: mehr Interaktionen und gleichzeitig wertvolle Insights, die sie für ihren nächsten Post nutzen kann.



**Grad Girl Marketing**

Follower: 150.395

## FREE MARKETING COURSES

recommended by Grad Girl

- **HubSpot Academy** - Excel Crash Course
- **PR Academy** - Introduction to PR
- **Semrush** - Influencer Marketing Campaigns for Beginners
- **Future Learn** - How To Build A Social Media Campaign
- **Canva** - Social Media Mastery
- **Semrush** - Become an AI Powered Marketer
- **Mailer Lite** - Fundamentals of Email Marketing
- **Codecademy** - Learn Basic HTML
- **HubSpot Academy** - YouTube Marketing
- **Later** - Influencer Marketing 101
- **TikTok Academy** - TikTok's Learning Platform
- **Google Skillshop** - The Fundamentals of Digital Marketing
- **Pinterest** - Media Buying Official Certification
- **LinkedIn Learning** - Excel Essential Training (Microsoft 365)
- **HubSpot Academy** - Social Media Marketing
- **Quintly Academy** - Social Media Analytics
- **Semrush** - Mastering Digital PR
- **Acadium** - Influencer Marketing
- **Alison** - Copywriting


8,694

298 Kommentare · 983 reposts

**Grad Girl Marketing**

Nische:  
**Marketing**

Plattform:  
**LinkedIn**

Follower:  
**150K**



298  
Kommentare

#9

# Automatisiere für dein Wachstum

Es ist großartig, viele Kommentare zu erhalten, aber es kann ganz schön aufwendig sein, die alle zu beantworten.

Wie wir bereits gesehen haben, ist eine der gängigsten Strategien, um Interaktionen zu fördern, den Nutzern etwas im Austausch für einen Kommentar anzubieten. Ein Beispiel: Die Content Creatorin Sarah Gavilla teilt einen Post und schließt mit einem Call to Action: „Kommentiere \_\_\_ und ich schicke dir den Link.“



**sarahgav.social**

Nische:  
**Social Media**

Plattform:  
**Instagram**

Follower:  
**9,7K**

Ein weiteres Beispiel: Bei Metricool (kommst dir das bekannt vor?) nutzen wir Automatisierungen, um Links zu Ressourcen oder Events zu teilen, da diese oft zu unseren beliebtesten Posts gehören. Kannst du dir vorstellen, dass Sandra über 4.000 Nachrichten manuell verschicken müsste?

**Metricool**

Nische:  
**Social Media**

Plattform:  
**Instagram**

Follower:  
**92,3K**



## 💡 METRITIPP

Wie kannst du all diese Kommentare verwalten und die versprochenen Ressourcen versenden, ohne dich dabei zu überfordern? Diese beiden Tools helfen dir, Dutzende Stunden an Arbeit zu sparen:

Um auf Kommentare und Nachrichten zu antworten, nutze die einheitliche Inbox-Funktion von Metricool. Alle Kommentare und DMs von allen Plattformen an einem Ort.

Für das automatische Versenden von DMs kannst du auf Tools wie Manychat, Tidio und Freshworks zurückgreifen.



# FAZIT

2024 war ein Jahr voller wertvoller Lektionen in der Welt der sozialen Medien. Hier sind drei wichtige Erkenntnisse, die du 2025 nutzen kannst, um deine Social-Media-Kanäle noch stärker und erfolgreicher wachsen zu lassen:

**1**

## Video bleibt das Top-Format

Videos sind immer noch die Könige, wenn es um Reichweite, Interaktion und Aufmerksamkeit geht. Ob lang oder kurz – sie sind einfach das effektivste Format, um eine Verbindung zu deiner Zielgruppe aufzubauen.

Hast du ein Format gefunden, das gut funktioniert? Dann bleib dran und verstärke deine Bemühungen.

**2**

## Wachstum und Engagement erfordern unterschiedliche Strategien

Nicht jede Plattform ist für jede Phase des Funnel ideal. Manche sind perfekt für Reichweite (wie YouTube und TikTok), während andere besser für tiefes Engagement oder Conversions geeignet sind (wie LinkedIn und Facebook).

Der Schlüssel zum Erfolg liegt darin, für jede Plattform die passende Strategie zu entwickeln – je nachdem, ob du mehr Sichtbarkeit, Interaktionen oder Conversions anstrebst.

**3**

## Authentizität und Mehrwert sind die wahren Erfolgsschlüssel

Inhalte, die emotional berühren oder echten Mehrwert bieten, werden eher geteilt und schaffen stärkere Verbindungen zu deiner Zielgruppe.

Zeig die menschliche Seite deiner Marke, setze auf authentische Inhalte und integriere Trends oder hilfreiche Tipps, die eine natürliche Verbindung zu deiner Community herstellen.

**metricool**