

Social-Media Trends 2023



1

Kein Platz für Fake News

Auch für Unternehmen wird es zunehmend wichtig werden, Fake News und Deepfakes schnell zu identifizieren und auszulesen. „Goodbye fakes“ heißt es für die Gestaltung von Social-Media-Beiträgen. Die Echtheit in der Social-Media-Kommunikation macht Sie und Ihre Marke sympathisch. Einblicke ins echte Leben und „behind the scenes“-Momente.

2

Content wird multisensorisch

Content Marketing wird erweitert! Es bleibt nicht „nur“ bei Texten, Bildern, (Kurz-) Videos und Audio-Formaten wie Podcasts. Vielmehr wird ein Multichannel-Ansatz mit einem Mix diverser Formate verfolgt. So sind VR- und AR-Integrationen und Gamification wichtige Entwicklungen, die auch im Social-Media-Marketing immer mehr Einzug halten werden. Die rasante Entwicklung des Metaverse wird den Weg zum Internet der Sinne sicher beschleunigen und einige Chancen für Brands bereithalten.

3

Social Commerce gewinnt an Bedeutung

E-Commerce, Marketing und Social Media verschmelzen immer mehr miteinander. Für User bietet Social Commerce, das Shopping-Erlebnis über Social-Media-Kanäle wie Facebook und Instagram, Vorteile. Nutzer:innen können sich ganz bequem inspirieren lassen. Der Social Commerce macht es ihnen zudem einfach, im Alltag nebenbei zu shoppen. B2C-Unternehmen sollten daher Plattformen priorisieren, auf denen Social Selling normal geworden ist.

4

Umweltschutz statt Greenwashing

Marken, die sich aktiv für den Umweltschutz einzusetzen, kommen gut an. Aber Vorsicht: Worthülsen wie „Nachhaltigkeit“, „grün“ oder „Net Zero“ wollen die Follower nicht mehr hören. Stattdessen wünschen sie sich konkrete Maßnahmen, die tatsächlich etwas bewirken. Es geht also nicht nur darum, Nachhaltigkeit im Unternehmen zu praktizieren, sondern sie auch maximal transparent und zielführend auf Social Media zu kommunizieren. Ehrlichkeit und Glaubwürdigkeit sind das A und O.

5

Customer Experience im Fokus

Es ist längst gängige Praxis, dass Kund:innen ihr Feedback in den Kommentarspalten öffentlicher Firmenauftritte in sozialen Medien abgeben oder Kritik und Lob mit Verlinkungen des jeweiligen Unternehmensaccounts versehen. 2023 werden demnach noch mehr Brands spezielle Support-Kanäle direkt auf den verschiedenen Plattformen einsetzen, um eine effiziente Reaktion auf Kundenanfragen sicherzustellen. Unternehmen sollten in den sozialen Netzwerken klare Strategien entwickeln, um hiermit produktiv und professionell umzugehen.

6

BeReal - Natürlichkeit ist zurück

In der Social-Media-Welt 2023 dreht es sich vermehrt um Echtheit, Nahbarkeit, Ehrlichkeit und Haltung. Passend dazu die am schnellsten wachsende Social-Media-App BeReal. Hier geht es nicht um Inszenierung, sondern um Authentizität. Auch wenn BeReal bislang noch keine Werbemöglichkeiten anbietet, zeigen einige Marken, wie Marketing auf dieser Plattform dennoch funktionieren kann. Mit authentischen Inhalten, einer klaren Haltung und Einblicken erregen Unternehmen hierdie Aufmerksamkeit der Gen Z.

7

TikTok bleibt der Star

TikTok gehört zu den derzeit beliebtesten Apps und sticht vor allem bei der Gen Z als Trend-App hervor. Nutzen Sie das für Ihr Recruiting! In Deutschland verbringen User täglich ca. 50 Minuten auf TikTok. Die TikTok-Clips vermitteln nicht nur Spaß, sondern auch genau das, was jungen Leuten wichtig ist: Ein gutes Betriebsklima und freundschaftlich verbundene Teams, die gerne zusammenarbeiten. Obwohl die Plattform nun in der Mitte der Gesellschaft angekommen ist, sollte jedes Unternehmen entscheiden, ob TikTok für die eigenen Inhalte sinnvoll zu bespielen ist. Oberste Regel ist immer: Der Content muss zur Plattform passen und umgekehrt.

8

Reels im Trend

Instagram Stories, Reels, TikTok und YouTube Shorts. Videos werden verstärkt eingesetzt, und das Hochformat wird immer präsenter. Zusätzlich etabliert sich das Hochformat plattformübergreifend zum gängigsten Format. Kein Wunder, denn das Gerät, mit dem die meisten Nutzer auf Social Media unterwegs sind, ist das Smartphone. Wir können also auch auf Instagram davon ausgehen, dass Reels weiter expandieren und zur meistgenutzten Funktion der App werden. Achtung: Untertitel sind in Videos die unterschätzte Geheimwaffe!

9

Social SEO wird wichtiger

Der Hootsuite Trend-Report 2023 zeigt, dass mehr Internetnutzer:innen im Alter von 16 bis 24 Jahren soziale Medien zur Recherche nach Marken nutzen, die sie kaufen wollen, als sich auf Suchmaschinen zu verlassen. Es ist also an der Zeit, eine Keyword-Recherche in die Social-Media-Strategie aufzunehmen. Fangen Sie also an, SEO in all Ihre Social-Media-Aktivitäten zu integrieren. Bauen Sie Keywords in Ihre Bio ein, fügen Sie Alt-Text zu Bildern hinzu und ergänzen Sie Bildunterschriften mit relevanten Keywords.

Fazit:

Social Media bleibt nicht, wie es war, sondern entwickelt sich immer mehr zum Dreh- und Angelpunkt der Kundenkommunikation. Doch Vorsicht – starten Sie nicht blind drauf los, sondern überlegen Sie sich, wie Sie aus diesen Trends eine sinnvolle Strategie für sich und Ihr Unternehmen entwickeln. Wichtig ist, dass Sie einheitlich kommunizieren und Ihr Kommunikationsziel auf den Plattformen verfolgen. Die Art der Kommunikation sollte dabei immer zum Content passen, damit es authentisch bleibt.