

# Social Media Report 2024



EINBLICKE UND STRATEGIEN FÜR MARKETINGVERANTWORTLICHE



# Social-Media-Umfrage DACH-Region

## Herausforderungen und Chancen 2024

Darüber, dass Social Media immer wichtiger wird für Unternehmen, herrscht weitgehend Einigkeit. Aber was bedeutet das für die tägliche Arbeit? Wie viel Zeit und (Wo)Manpower solltest du ins Social Media Marketing stecken, welche Kanäle sind besonders wichtig und wie wirkt sich der Megatrend KI auf deine Arbeit aus?

Der Blick auf andere kann helfen, Klarheit zu gewinnen. Wir haben deshalb im vierten Quartal 2023 eine große Umfrage zum Social Media Marketing im DACH-Raum durchgeführt. Unter anderem haben wir nach der Größe von Social Media Teams, den größten Herausforderungen und Zielen sowie den beliebtesten Netzwerken gefragt. Außerdem haben wir uns einen ersten Überblick darüber verschafft, welche Rolle künstliche Intelligenz heute bereits im Social Media Management spielt.

Die Ergebnisse stellen wir dir hier vor.

Swat.io GmbH

Social Media Management Tool

Schönbrunner Straße 213-215, 3. Stock

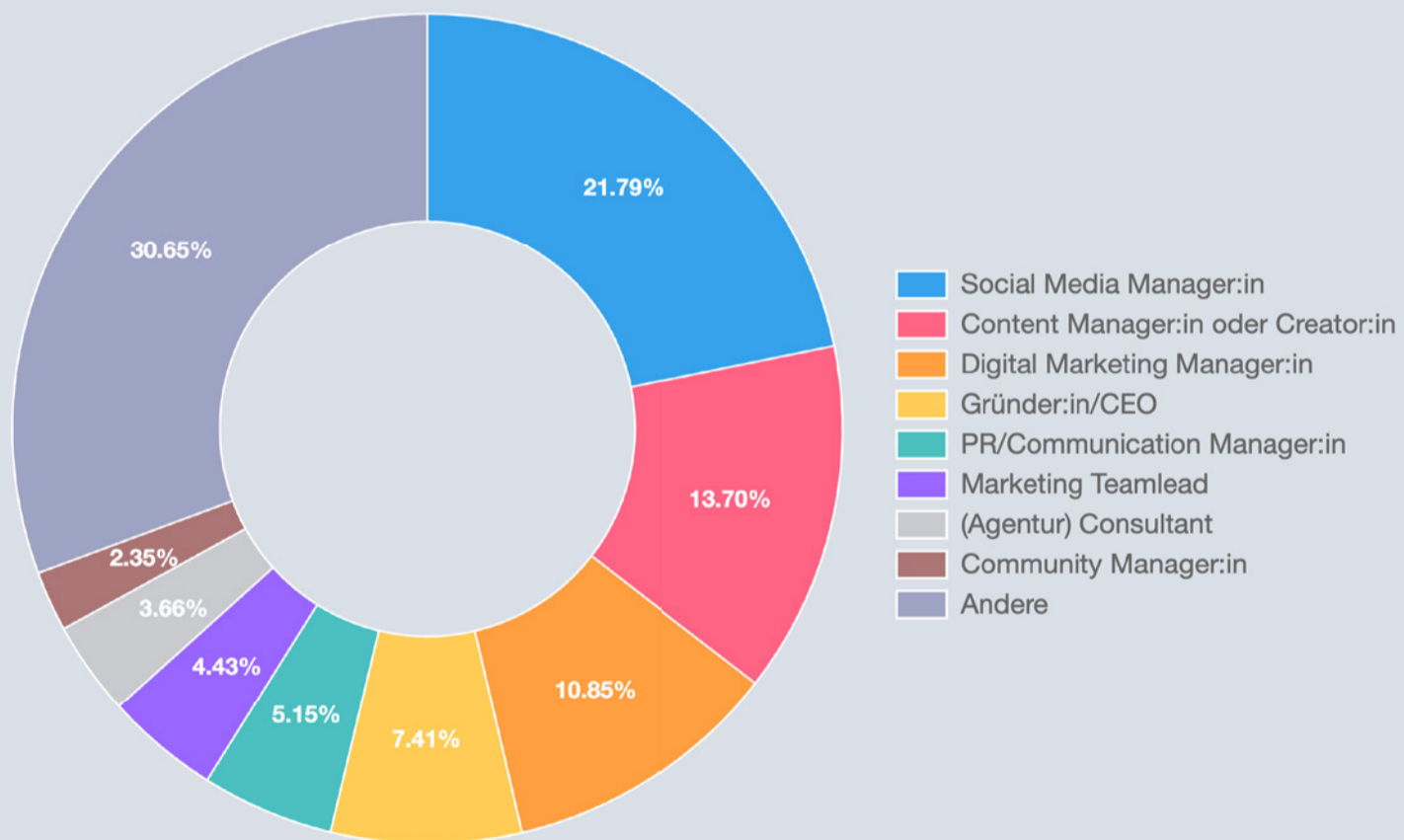
1120 Wien

[www.swat.io](http://www.swat.io)

## Informationen zur Umfrage

An unserer Umfrage teilgenommen haben 2.213 Personen, die schwerpunktmäßig mit Social Media Marketing zu tun haben, vom CEO bis zum:r Social Media Manager:in.

Die genaue Verteilung siehst du hier:



01

**Wie groß sind Social Media Teams im DACH-Raum?**

02

**Wie viel Zeit nimmt das Social Media Management in Anspruch?**

03

**Welche Social-Media-Kanäle werden von Unternehmen am meisten genutzt?**

04

**Welche Post-Formate sind am beliebtesten?**

05

**Welche Ziele verfolgen Unternehmen auf Social Media?**

06

**Worin bestehen die größten Herausforderungen?**

07

**Der Umgang mit KI im Social Media Marketing - eine Bestandsaufnahme**

08

**Zusammenfassung**

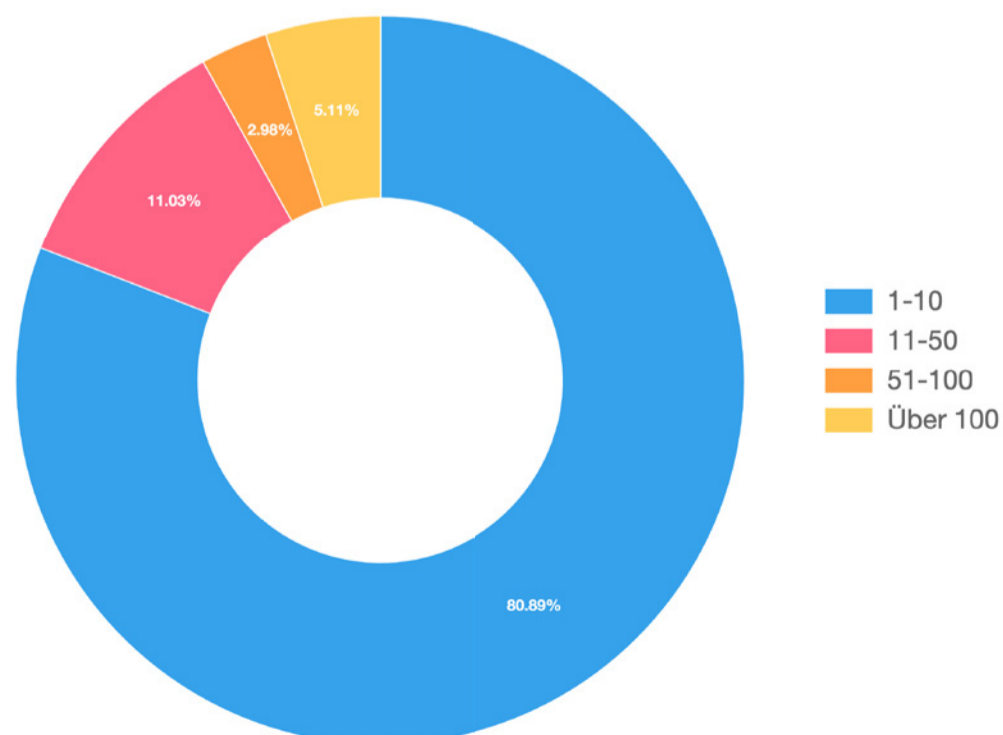
## 1

## SOCIAL MEDIA REPORT 2024

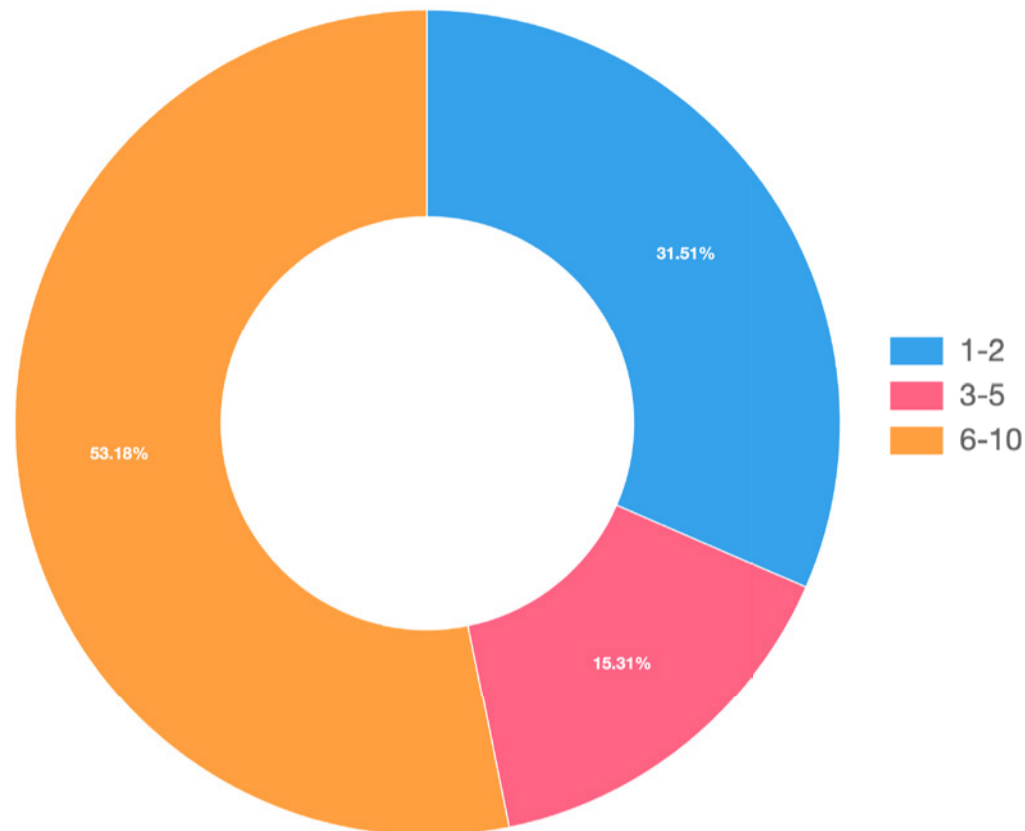
# Wie groß sind Social Media Teams im DACH-Raum?

Die Größe von Social Media Teams reicht von der klassischen One Man bzw. One Woman Show bis zum Team mit mehr als 100 Personen.

In den allermeisten (80 Prozent) der Unternehmen, die an unserer Umfrage teilnahmen, sind kleine Teams mit maximal 10 Personen im Einsatz. 11,33 Prozent setzen auf Teams zwischen 10 bis 50 Personen, 3,3 Prozent auf solche mit 50 bis 100 Personen und 5,4 Prozent auf große Teams mit mehr als 100 Personen.



Mehr als die Hälfte aller kleinen Teams bestehen aus **6 bis 10 Personen**, mehr als ein Drittel aus **1 bis 2 Personen**. Viele arbeiten also als Allrounder:innen, die Content erstellen, Communities betreuen, Analysen durchführen und oft noch einiges mehr.



## Tipps zur idealen Teamgröße:

Wie **groß ein Social Media Team sein sollte**, hängt von mehreren Faktoren ab:

- Anzahl der Kanäle und Größe der Communities
- Ziele im Social Media Marketing
- Mittel, die ihr einsetzen wollt
- vorhandene Ressourcen

Willst du nicht nur mehrere Kanäle bespielen, sondern neben organischem Marketing Anzeigenkampagnen durchführen, vielleicht sogar mit Influencer:innen arbeiten und große Communities auf verschiedenen Plattformen aufbauen, reicht ein:e Social Media Manager:in kaum aus.

Dann bietet sich ein Team aus mehreren Personen an, auf die du verschiedene Aufgaben verteilst, von der Content-Erstellung über das Community Management bis zum Customer Service.

**Wichtig ist:** Der geschickte Einsatz geeigneter Tools spart Ressourcen und macht das Social Media Marketing effizienter. Mit einem umfassenden Social Media Management Tool können auch kleine Teams mehrere Kanäle erfolgreich bespielen. Achte bei der Auswahl vor allem auf

- einen übersichtlichen Redaktionsplan für alle deine Kanäle,
- eine zentrale Ticket Inbox,
- Analytics und Social Monitoring beziehungsweise Listening.





# 2

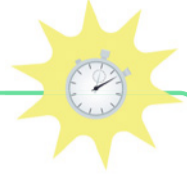
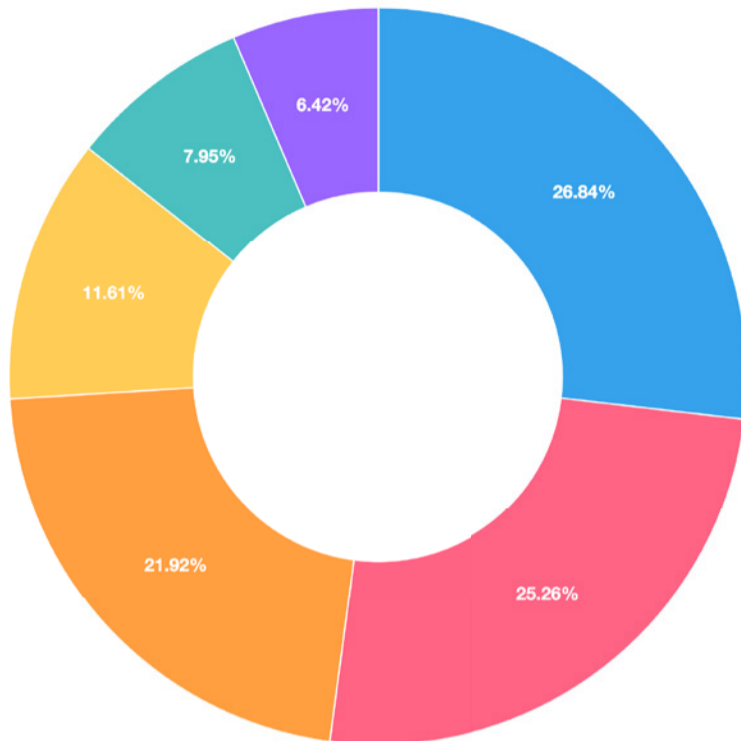
SOCIAL MEDIA REPORT 2024

## Wie viel Zeit nimmt das Social Media Management in Anspruch?

Professionelles Social Media Management nimmt Zeit in Anspruch. Wir wollten es genauer wissen und haben nachgefragt.

Das Ergebnis: Die Teilnehmenden unserer Umfrage wenden **im Durchschnitt 21 Stunden in der Woche für das Social Media Management** auf. Hinzu kommen **durchschnittlich 9,7 Stunden für die Social-Media-Analyse**. Immerhin ein Fünftel postet täglich Content, rund 9 Prozent mehrmals am Tag. Die Gruppe derjenigen, die angab, nur gelegentlich Inhalte zu veröffentlichen, ist klein.





WÖCHENTLICH WENDEN DIE BEFRAGTEN IM SCHNITT

**21 Stunden**

FÜR DAS SOCIAL MEDIA MANAGEMENT UND

**9,7 Stunden**

FÜR DIE SOCIAL MEDIA ANALYSE AUF.

## Tipps

Für **effizientes und zeitsparendes Social Media Management** sind vor allem drei Faktoren entscheidend:

1. die eigene Strategie
2. die verwendeten Tools
3. Workflows im Team

Je besser diese Faktoren aufeinander abgestimmt sind, desto leichter lassen sich Ziele erreichen. In Teams ist es wichtig, Rollen und Verantwortlichkeiten klar aufzuteilen. Gute Social Media Tools geben dir die Möglichkeit, im Tool zu kommunizieren und Freigabeprozesse einzurichten. Das sorgt für Übersicht und beugt Missgeschicken vor.

# 3

SOCIAL MEDIA REPORT 2024

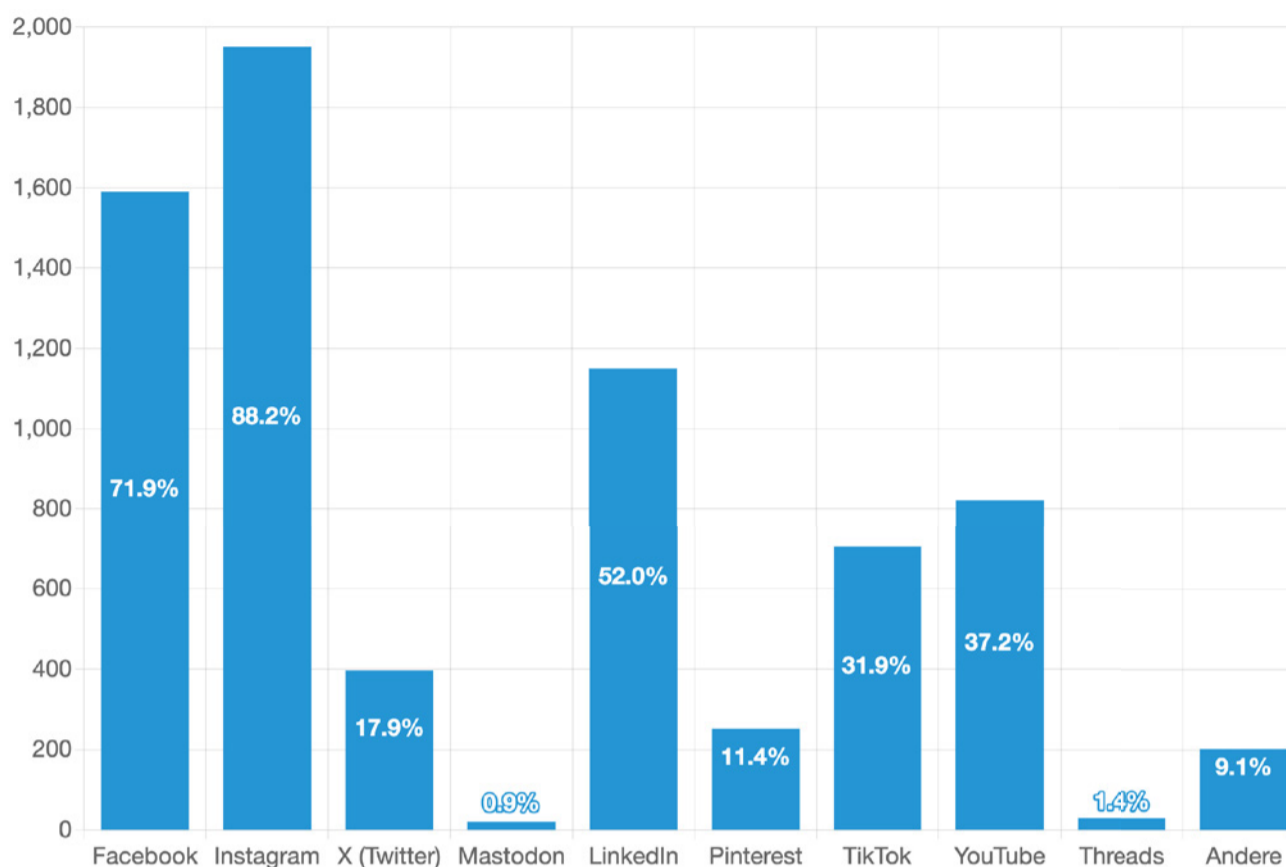
## Welche Social-Media-Kanäle werden von Unternehmen am meisten genutzt?

Eine Frage, mit der Marketingverantwortliche immer wieder konfrontiert sind, ist: Auf welchen Social-Media-Plattformen sollen wir aktiv sein?

Weil sich die Bedeutung und Beliebtheit von Netzwerken regelmäßig ändern, muss die Antwort darauf immer wieder überprüft werden.

Unsere Umfrageergebnisse:

- Das weltweit größte Social-Media-Netzwerk Facebook spielt immer noch eine wichtige Rolle.
- Spitzenreiter in unserer Umfrage ist jedoch Instagram.
- Auf Platz 3 findet sich das B2B-Netzwerk Nummer eins LinkedIn, gefolgt von YouTube.
- Immerhin mehr als 500 Befragte gaben an, dass ihr Unternehmen auf TikTok aktiv ist.
- Erhebliches Potenzial sehen die Teilnehmenden bei dem noch jungen X-Konkurrenten Threads.



Diese Ergebnisse spiegeln auch Trends bei der Nutzung von Privatpersonen wider. Die [Onlinestudie von ARD und ZDF](#) zeigt für Deutschland den Bedeutungsgewinn von Instagram und TikTok in den letzten Jahren. Unter den **14- bis 29-Jährigen war TikTok 2022 sogar das meistgenutzte soziale Netzwerk.**

Anders sieht es bei Personen über 50 aus. Hier ist Facebook unangefochtener Spitzenreiter. Bei Unternehmen weltweit liegt Facebook laut einer Umfrage von Social Media Examiner an der Spitze, gefolgt von Instagram.

#### Tipps für die Auswahl von Kanälen:

Richte dich bei der Auswahl von **Social-Media-Plattformen für dein Unternehmen** vor allem nach folgenden Leitfragen:

#### Wo ist deine Zielgruppe aktiv?

Die Generation Z erreichst du besonders auf TikTok und Instagram, ältere Menschen eher auf Facebook. Im B2B-Bereich ist LinkedIn tonangebend. Viele Meinungsführer:innen waren bis vor Kurzem auch auf X aktiv. Allerdings haben die Übernahme durch Elon Musk und der nachfolgende Kurswechsel dafür gesorgt, dass das ehemalige Twitter

stark an Popularität verliert. Deshalb lohnt sich ein Blick auf potenzielle Nachfolger wie Threads.

#### Welche Ziele hast du?

Willst du hochwertige B2B-Leads für dein Unternehmen generieren, junge Käufer:innen gewinnen oder deine Marke bekannt machen? Verschiedene Plattformen eröffnen unterschiedliche Möglichkeiten

#### Welche Kanäle passen zu meinen Produkten/Dienstleistungen?

Produkte und Dienstleistungen, die sich visuell gut abbilden lassen, sind wie geschaffen für Instagram. Beispiele dafür sind Mode, aber auch Reisen. Wer Versicherungen auf TikTok bewerben will, braucht mehr Kreativität, bekommt aber vielleicht auch mehr Aufmerksamkeit.

#### Welche Ressourcen stehen mir zur Verfügung?

Social Media Marketing lebt von Regelmäßigkeit. Deshalb ist es bei begrenzten Ressourcen ratsam, sich auf eine kleine, aber feine Auswahl von Kanälen zu beschränken.

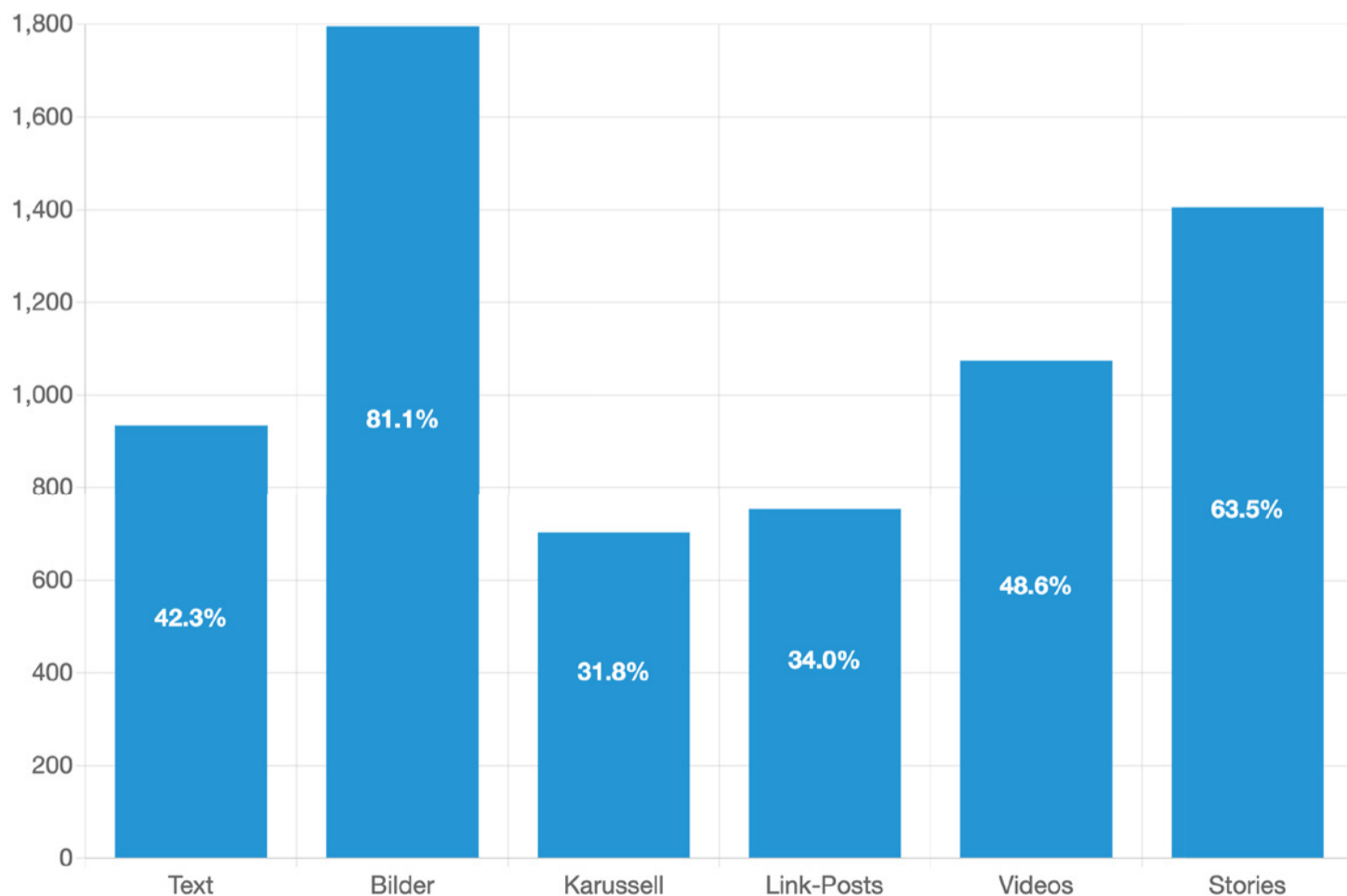
## 4

## SOCIAL MEDIA REPORT 2024

# Welche Post-Formate sind am beliebtesten?

Text, Video oder Bild-Post? **Bild-Post.**

Zumindest handelt es sich dabei um das Content-Format, das in den Unternehmen unserer Umfrage-Teilnehmenden am häufigsten eingesetzt wird, gefolgt von Storys, Videos und Text-Posts.



Tatsächlich gelten visuelle Inhalte als **effektiver als reine Text-Posts**.

In Sachen Interaktion sind Videos vorne. Zumindest legen die Statistiken nahe. Auf Instagram erhalten sie beinahe dreimal so viele Kommentare wie Bildposts. Auch dass Unternehmen mehr in Storys investieren, ist kein Zufall. Vor allem junge User:innen nutzen sie, um neue Produkte zu entdecken und sich für das Shopping inspirieren zu lassen.

Aber Vorsicht: Bei genauem Hinsehen offenbart sich, dass Text auch bei jüngeren Zielgruppen beliebter ist, als manche Beiträge es scheinen lassen. Zudem lässt sich nicht jedes Thema erfolgreich in ein Kurzvideo packen. Es ist also weiter sinnvoll, auf eine gesunde Mischung zu setzen.

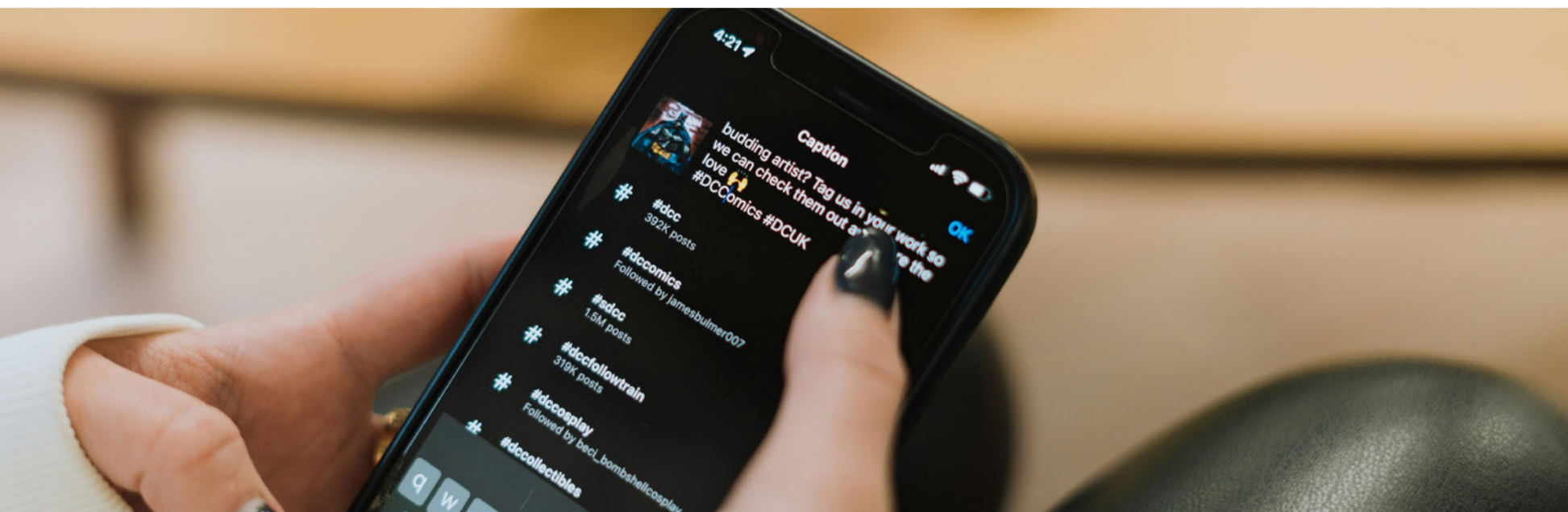
## Tipp

**Video-Content zu produzieren**, muss nicht aufwendig sein. Nicht erst seit TikTok geht der Trend hin zu authentischem Content im Kurzvideoformat statt minutenlangem Hochglanz.

Willst du regelmäßig Videos für deine Social-Media-Accounts produzieren, brauchst du nur

- ein gutes Smartphone,
- Software bzw. eine App zum Schneiden und zur Nachbearbeitung und
- gute Ideen.

Teilweise kannst du auf eine externe App verzichten. Instagram oder TikTok bringen genug Bordmittel mit, um deinen Clip direkt auf der Plattform fertigzustellen. Live-Videos punkten durch das Gefühl des Dabeiseins.



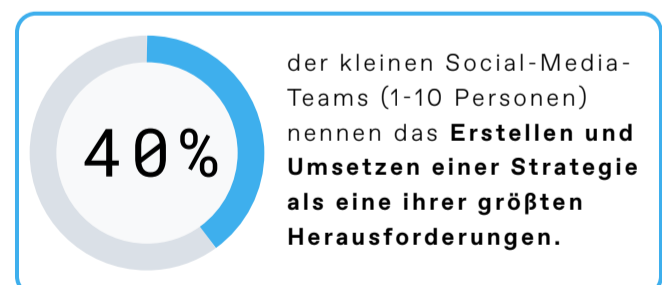
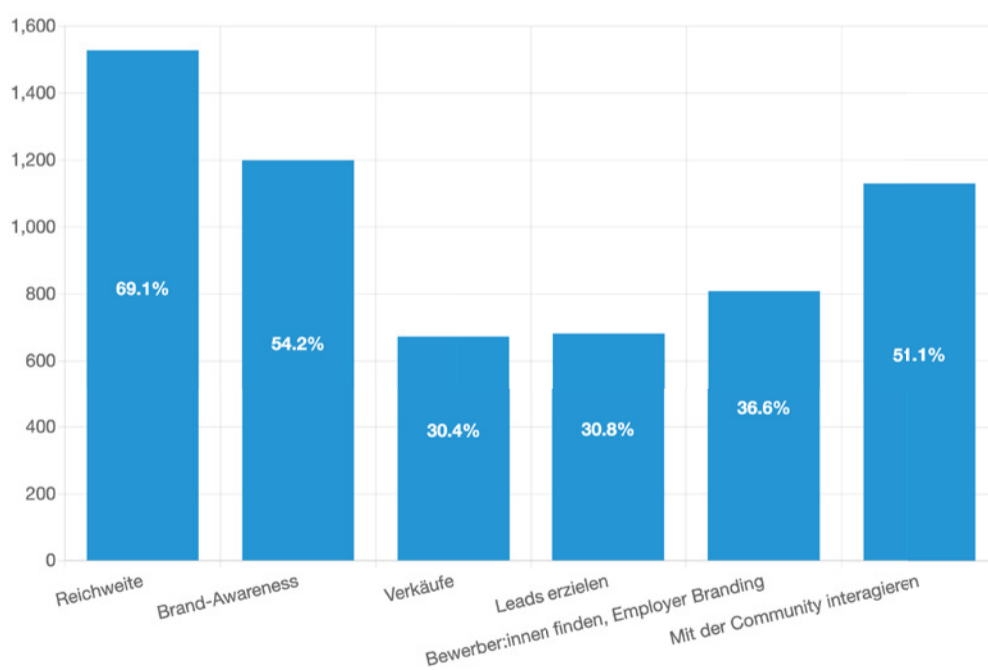
## 5

## SOCIAL MEDIA REPORT 2024

# Welche Ziele verfolgen Unternehmen auf Social Media?

Klare Ziele sind die Voraussetzung für eine erfolgreiche Strategie.

In unserer Umfrage gaben die meisten Teilnehmenden an, mit Social Media in **erster Linie mehr Reichweite erzielen und die Bekanntheit ihrer Marke vergrößern zu wollen**. Ebenfalls einen hohen Stellenwert hat die Interaktion mit der eigenen Community.



Auch in [Umfragen zu Social-Media-Zielen](#) in anderen Regionen nimmt Awareness häufig eine Spitzenposition ein.

Employer Branding spielt bei den Teilnehmenden unserer Umfrage eine beachtenswerte Rolle. Wir empfehlen allen Unternehmen, die auf der Suche nach Fachkräften sind, das Potenzial von LinkedIn, aber auch von Instagram oder TikTok zu nutzen. Schließlich handelt es sich dabei um die Orte im Internet, an denen sich junge Jobsuchende täglich aufhalten.

## Tipp

Brich übergeordnete Ziele auf **konkrete Smart-Ziele** herunter. Smart steht für:



Ein Beispiel für ein smartes Ziel wäre, in x Monaten deine Engagement Rate auf Instagram um x Prozent zu erhöhen.

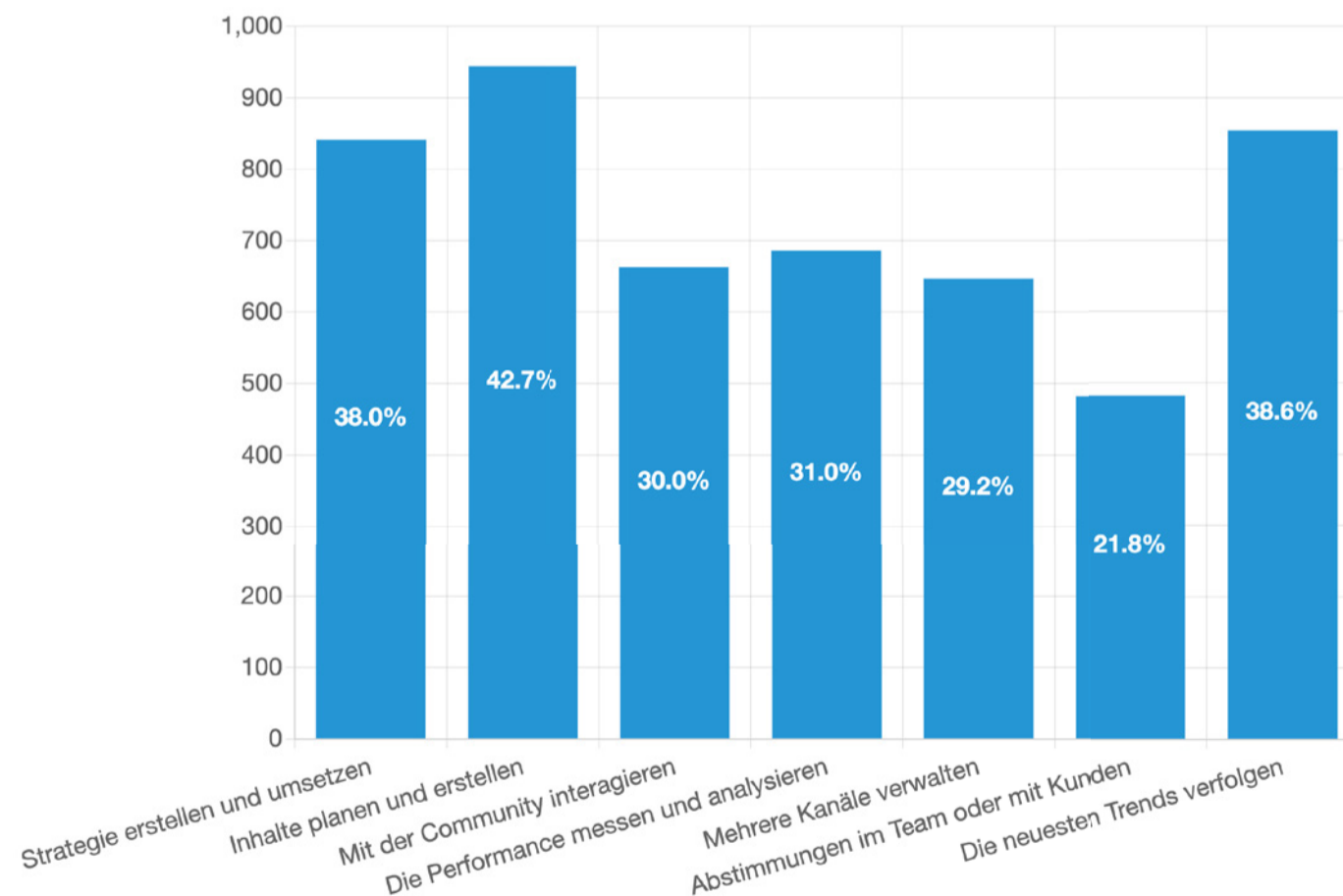
Smarte Ziele erlauben es dir, Fortschritte zu messen, Optimierungsbedarf zu erkennen und Erfolge überzeugend zu kommunizieren. Letzteres ist ein wichtiger Faktor für alle Social Media Manager:innen, die zeigen wollen, dass ihr Budget gut investiert ist.

# 6

## SOCIAL MEDIA REPORT 2024

# Worin bestehen die größten Herausforderungen?

Außerdem wollten wir von den Teilnehmenden unserer Umfrage wissen, worin für sie die größten Herausforderungen im Social Media Marketing bestehen.



Das kommt dir bekannt vor?

Tatsächlich ist es alles andere als leicht, regelmäßig hochwertigen Content zu erstellen, der für die eigene Zielgruppe relevant ist, Interaktionen fördert und neue Follower:innen und/oder Kund:innen generiert.

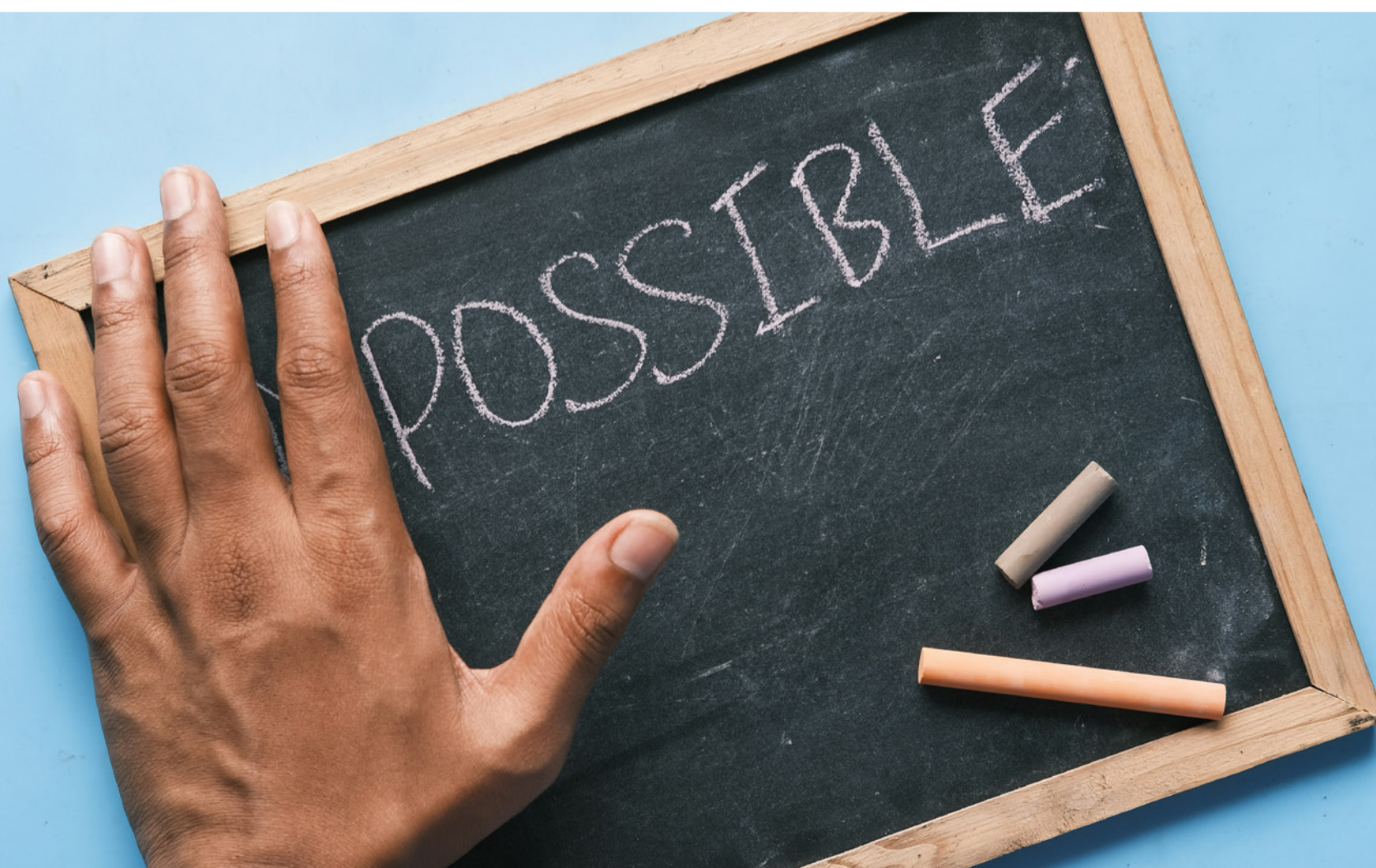


Die folgenden Tipps machen die Aufgabe leichter:

- Lass dich vom Kalender inspirieren. Jahrestage, Feiertage, Jubiläen und Co helfen bei der Ideenfindung. Das schließt kuriose Feiertage wie den “Weltfischbrötchentag” oder den “Umarme-deine-Katze-Tag” ein. Achte aber darauf, dass die Feiertage, die du im Content Marketing aufgreifst, in irgendeiner Form relevant für deine Zielgruppe sind beziehungsweise in Verbindung mit deiner Marke stehen.
- Installiere Content-Serien. Stelle zum Beispiel jeden Dienstag eine:n Mitarbeiter:in vor oder poste jeden Mittwoch ein Zitat. Oder wie wäre es mit einem #ThrowbackThursday?
- Experimentiere mit verschiedenen Formaten.
- Mach aus langen Blogartikeln eine Serie von Kurzvideos oder LinkedIn Slide Shows.
- Lass dir von ChatGPT oder anderen AI-Tools bei der Ideenfindung helfen.

#### Wichtig:

Plane Content ausreichend im Voraus. In einem Redaktionsplan, wie ihn dir Swat.io bietet, kannst du Inhalte für alle deine Kanäle planen und automatisch veröffentlichen lassen. Aber lass Platz für Spontanes. Wer weiß, was in zwei Wochen passiert, das für deine Zielgruppe relevant sein könnte?

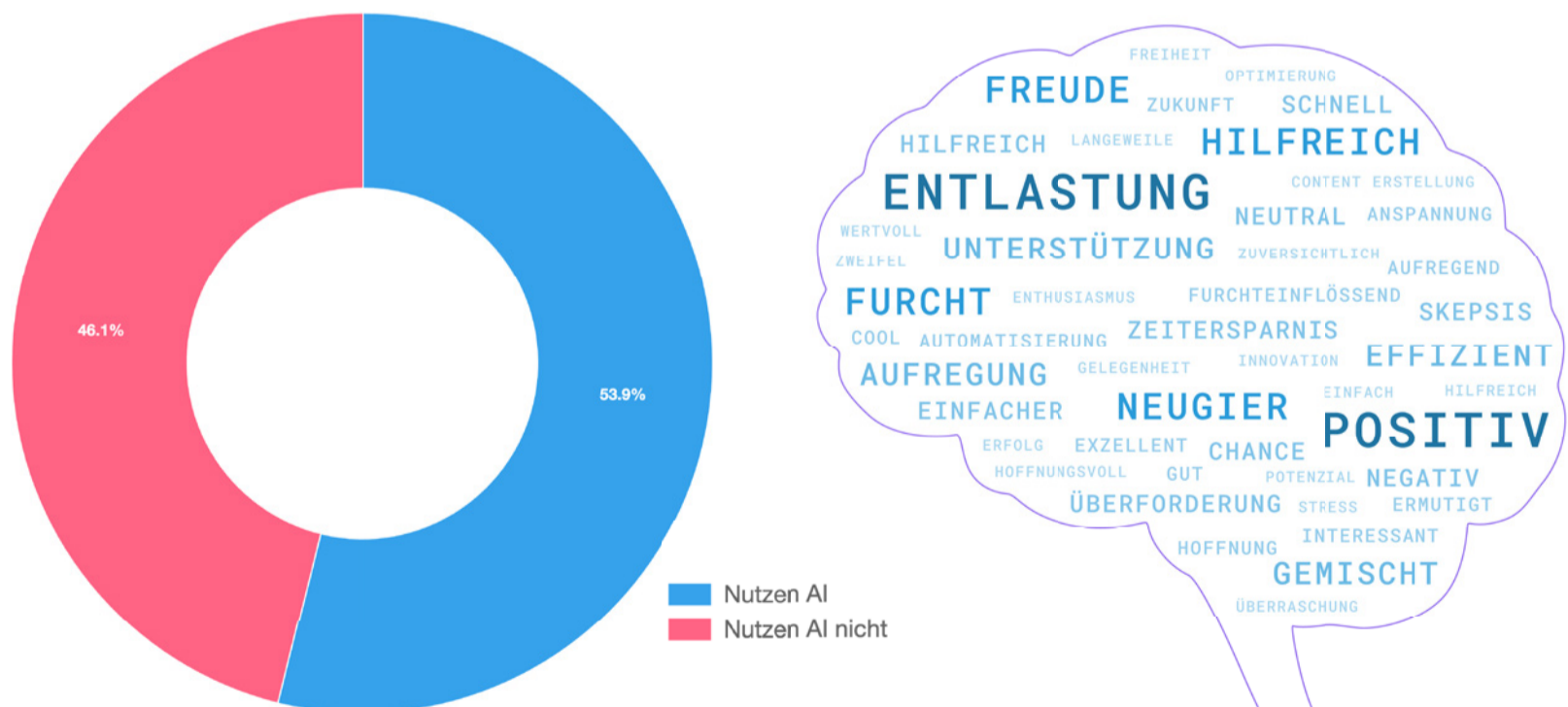


# 7

## SOCIAL MEDIA REPORT 2024

# Der Umgang mit KI im Social Media Marketing - eine Bestandsaufnahme

Hätten wir in unserer Umfrage nach dem großen Trend 2023 gefragt, wäre künstliche Intelligenz zweifellos auf dem ersten Platz gelandet. Auch im Social Media Marketing haben KI-Tools im letzten Jahr einen rasanten Siegeszug hingelegt. Ein guter Grund, nachzufragen, wie es um die tatsächliche Nutzung bestellt ist.



Mehr als die Hälfte aller Befragten verwenden künstliche Intelligenz in ihrer Arbeit.

Sind das überraschend viele oder ist es eher erstaunlich, dass 46 Prozent noch nicht mit KI-Tools arbeiten? Die Antwort hängt vom eigenen Blickwinkel ab. Allerdings deutet vieles darauf hin, dass künstliche Intelligenz in naher Zukunft nicht mehr aus dem Social Media Management – und aus vielen anderen Tätigkeiten – wegzudenken ist.

Schließlich bringen KI-Tools schon heute eine **Reihe von Vorteilen für die Arbeit im Social Media Management** mit:

- Sie liefern in kurzer Zeit zahlreiche Ideen für Inhalte, vom einzelnen Post über die Kampagne bis hin zum Redaktionsplan für einen Monat.
- Sie unterstützen Marketer dabei, in kurzer Zeit hochwertige Texte, Bilder und sogar Videos zu erstellen.
- Einige Tools verbessern das Community Management, indem sie zum Beispiel automatisch Spam- oder Hasskommentare identifizieren und verbergen.
- Auch im Social-Listening-Bereich spielen KI-Tools eine wesentliche Rolle.

Zusammengefasst können KI Tools im Social Media Marketing

- Workflows effizienter machen und
- die Qualität von Content, Kommunikation und Analyseergebnissen deutlich verbessern

Entscheidend ist, dass Social Media Manager:innen KI-Tools gezielt einsetzen. Das sogenannte Prompt Engineering, also das Formulieren von Befehlen, spielt dabei eine zentrale Rolle.



In unserem umfangreichen Swat.io AI Prompt Cheat Sheet findest du Anleitungen und Beispiel-Prompts für häufige Anwendungsbereiche im Social Media Marketing.

[Jetzt entdecken](#)

Bei den von uns befragten Personen überwog eine **positive Grundhaltung gegenüber KI-Tools im Social Media Marketing**. Allerdings offenbart unsere Wortwolke auch einen gewissen Anteil an Skepsis und sogar Furcht. Diese Mischung prägt nicht nur das Social Media Marketing. Eine [Umfrage](#), die das Meinungsforschungsinstitut Civey 2023 in Deutschland durchführte, ergab sogar, dass rund 40 Prozent der Bürger:innen für die nächsten Jahre vor allem negative Auswirkungen von künstlicher Intelligenz erwarten.

Umso wichtiger ist ein **verantwortungsvoller Umgang mit KI-Tools**. Das bedeutet auch, dass eine menschliche Prüfung und Optimierung unerlässlich ist.

## 8

## SOCIAL MEDIA REPORT 2024

# Zusammenfassung

Noch einmal ein Blick auf zentrale Ergebnisse unserer Social-Media-Umfrage:

**DIE DREI WICHTIGSTEN ZIELE VON  
SOCIAL-MEDIA-STRATEGIEN**

1. Reichweite
2. Brand-Awareness
3. Community-Interaktion

**DIE DREI BELIEBTESTEN  
CONTENT-TYPEN**

1. Fotos
2. Stories
3. Video

**DIE GRÖSSTEN HERAUSFORDERUNGEN**

1. Contentplanung und Publishing
2. Die neuesten Trends verfolgen

**WÖCHENTLICH WENDEN DIE BEFRAGTEN  
IM SCHNITT**

... 21 Stunden für das Social Media Management  
... und 9,7 Stunden für die Social Media Analyse auf

Auch wenn die Social-Media-Strategien von Unternehmen sehr individuell sind, lässt sich eine Reihe von Gemeinsamkeiten erkennen. Das fängt bei den Zielen an, die Unternehmen in der DACH-Region auf Social Media verfolgen, und schließt zentrale Herausforderungen ein.

Auch wenn einige der Ergebnisse unserer Umfrage nicht auf dein Unternehmen zutreffen, können sie dir zur Orientierung dienen. Du erhältst Anhaltspunkte, wo andere stehen, was sie erreichen möchten und welche Mittel sie dafür einsetzen.

Entscheidend ist, dass du in deinem Social Media Marketing klare Strategien und Prozesse definierst, die du immer wieder auf den Prüfstand stellst und an neue Gegebenheiten anpasst. Denn soziale Medien sind schnelllebig und nur wer auf dem Laufenden bleibt, bleibt vorne mit dabei.

Mit Swat.io schaffst du beste Voraussetzungen für effizientes Social Media Marketing auf allen deinen Kanälen. Ob übersichtlicher Redaktionsplan, zentrale Ticket Inbox, Monitoring oder Analyse, unser Social Media Management Tool hat alle Funktionen an Bord, die du bei deiner täglichen Arbeit benötigst, und noch einiges mehr. Probier es jetzt kostenlos aus!

Jetzt 21 Tage  
kostenlos testen

MEHR ERFAHREN



# Social Media Report 2024

EINBLICKE UND STRATEGIEN FÜR MARKETINGVERANTWORTLICHE

WEITERE RESSOURCEN FINDEST DU AUF:  
[WWW.SWAT.IO](http://WWW.SWAT.IO)

