

Social Media Report 2025



DAS MÜSSEN MARKETINGVERANTWORTLICHE
FÜR DIE PLANUNG WISSEN

Social-Media-Umfrage DACH-Region

Herausforderungen und Chancen 2025

Die Social-Media-Welt hat sich 2024 rasant verändert. Während sich KI-Tools wie ChatGPT zu unverzichtbaren Marketing-Tools entwickelt haben, wetteiferten junge Netzwerke wie Bluesky und Threads um die Twitter-Nachfolge. Gleichzeitig gewann TikTok weiter an Bedeutung, sieht sich aber auch mit heftiger Kritik konfrontiert.

Wir wollten wissen, wie Verantwortliche in der DACH-Region mit diesen Entwicklungen umgehen. In unserer zweiten großen Social-Media-Umfrage haben wir unter anderem nach **Zielen und Herausforderungen, den beliebtesten Contentformaten und dem Umgang mit KI** gefragt.

Hier erfährst du die Ergebnisse. Dabei gehen wir auch auf Veränderungen im Vergleich mit unserer letzten Umfrage ein und sehen uns an, welche längerfristigen Trends sich erkennen lassen.

Swat.io GmbH

Social Media Management Tool

Schönbrunner Straße 213-215, 3. Stock

1120 Wien

www.swat.io

01

Hintergründe zur Umfrage

02

Welche Ziele verfolgen Unternehmen auf Social Media?

03

Welche Kanäle werden am meisten genutzt?

04

Welche Formate sind am beliebtesten?

05

Wie oft posten Unternehmen auf Social Media?

06

Worin bestehen die größten Herausforderungen?

07

Wie sieht der Umgang mit KI aus?

08

Zusammenfassung

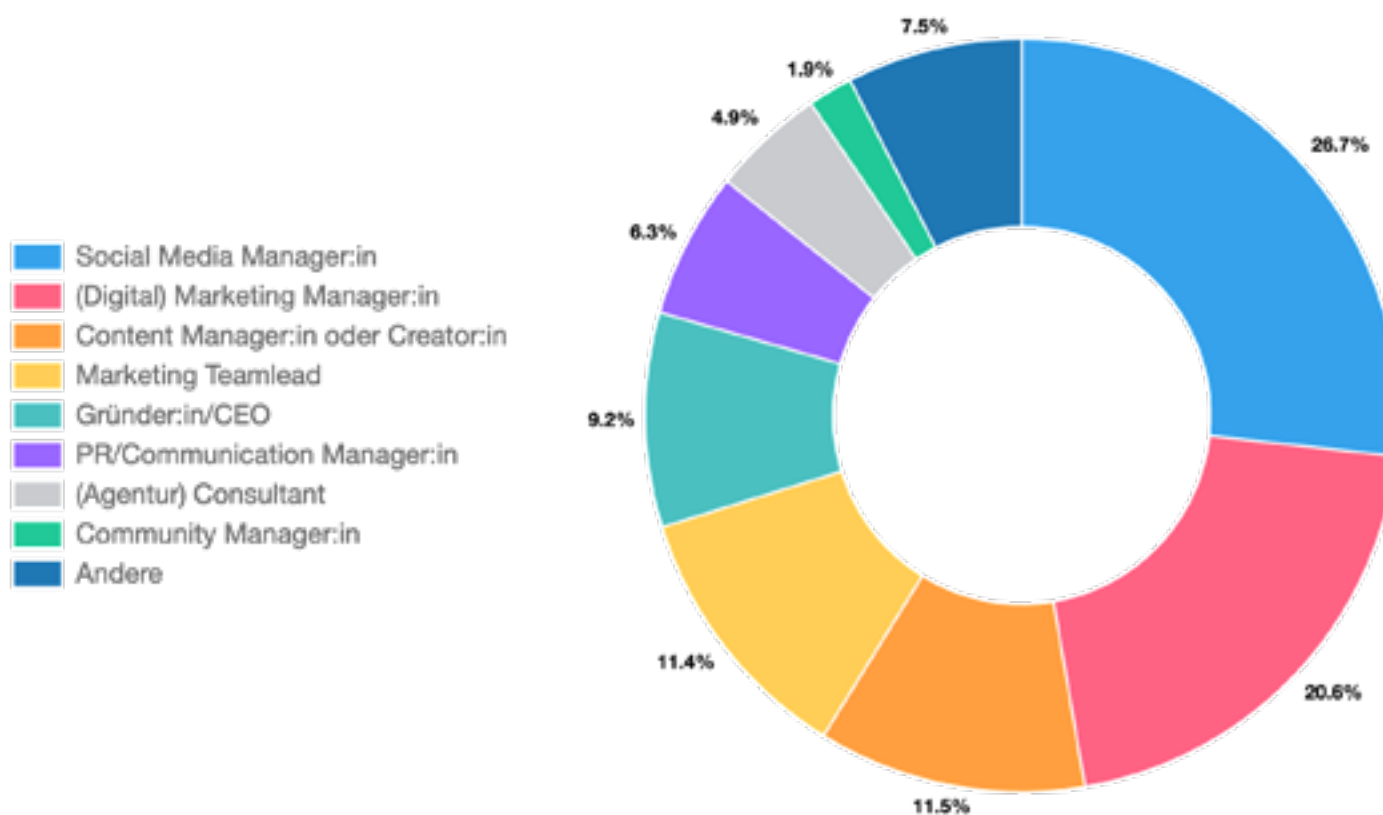
1

SOCIAL MEDIA REPORT 2025

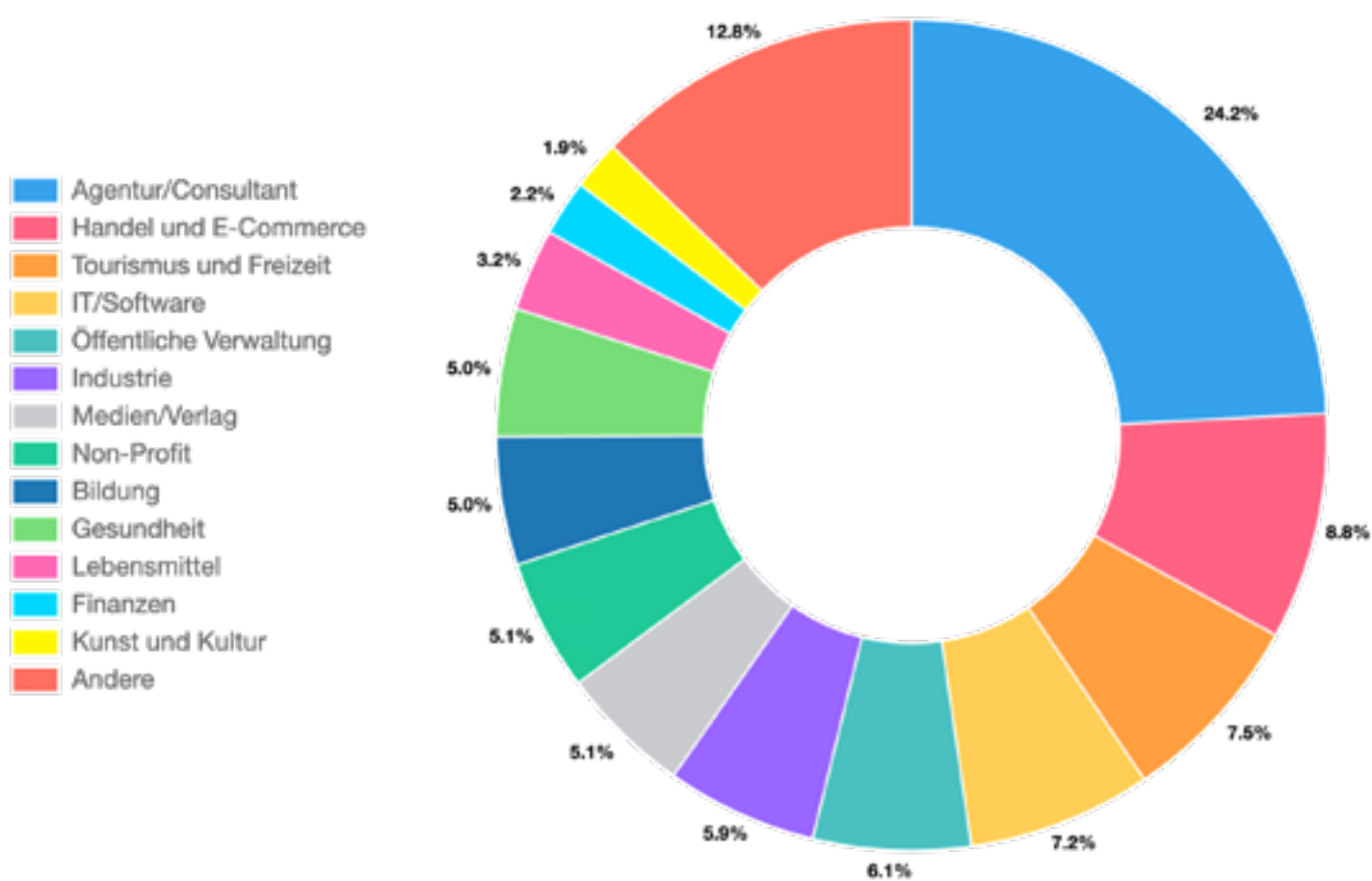
Hintergründe zur Umfrage

An unserer Umfrage haben 826 Personen teilgenommen. 782 davon arbeiten hauptberuflich mit Social Media, die meisten als Social Media Manager:innen.

Einen Überblick über die **genauen Tätigkeiten beziehungsweise Jobtitel** erhältst du hier:

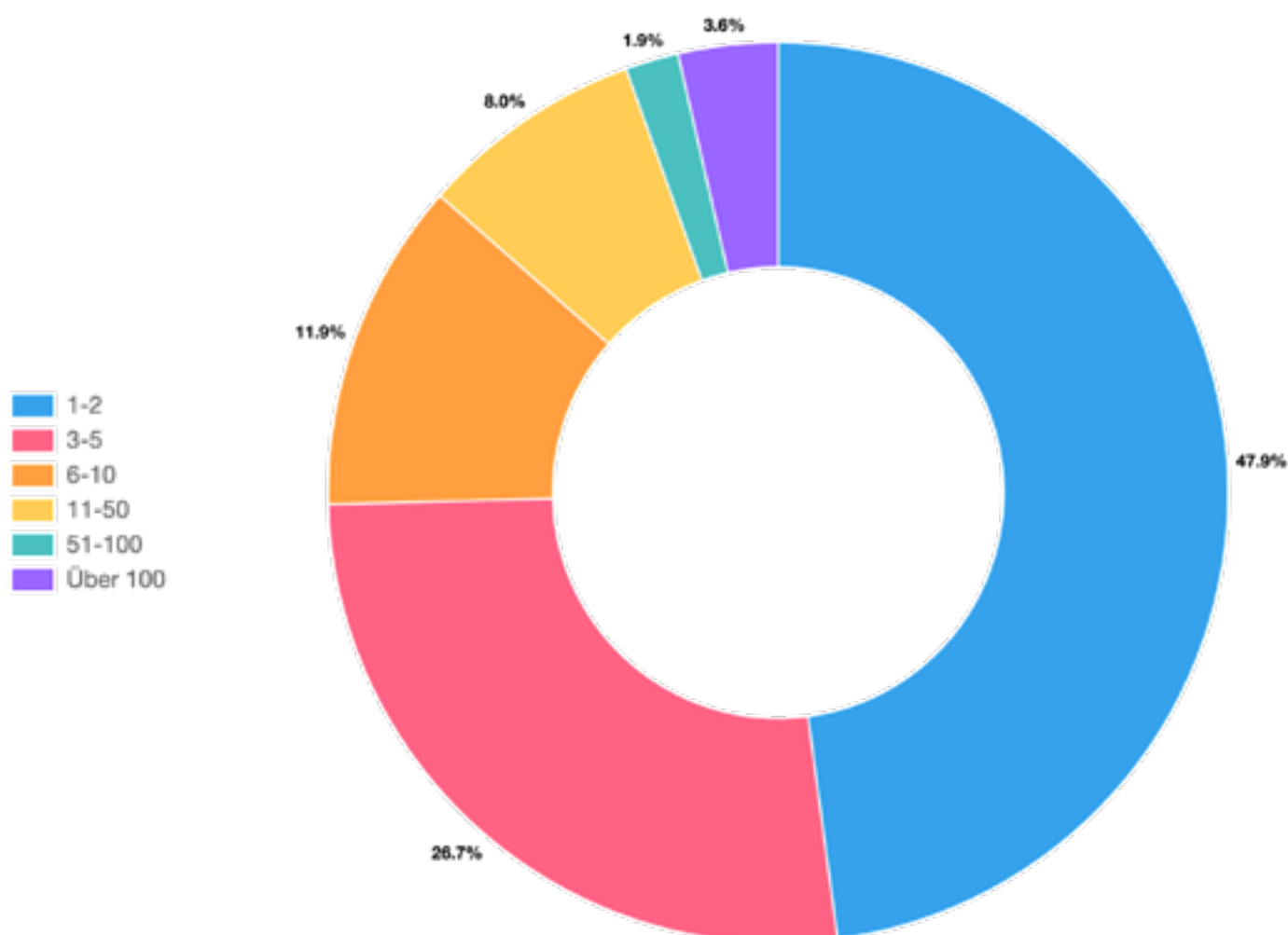


Gut 25 Prozent der Befragten kommen aus Agenturen. Davon abgesehen ergibt sich ein bunter Branchenmix.



Auch nach der Größe von Social-Media-Teams haben wir gefragt.

Kleine Teams mit 1–2 Personen sind klar in der Mehrheit. Das heißt, dass viele Verantwortliche als Allrounder:innen sämtliche Aufgaben im Social Media Marketing übernehmen. Allerdings gaben immerhin 4 Prozent der Befragten an, dass in ihrem Unternehmen mehr als 100 Personen aktiv mit Social Media arbeiten.



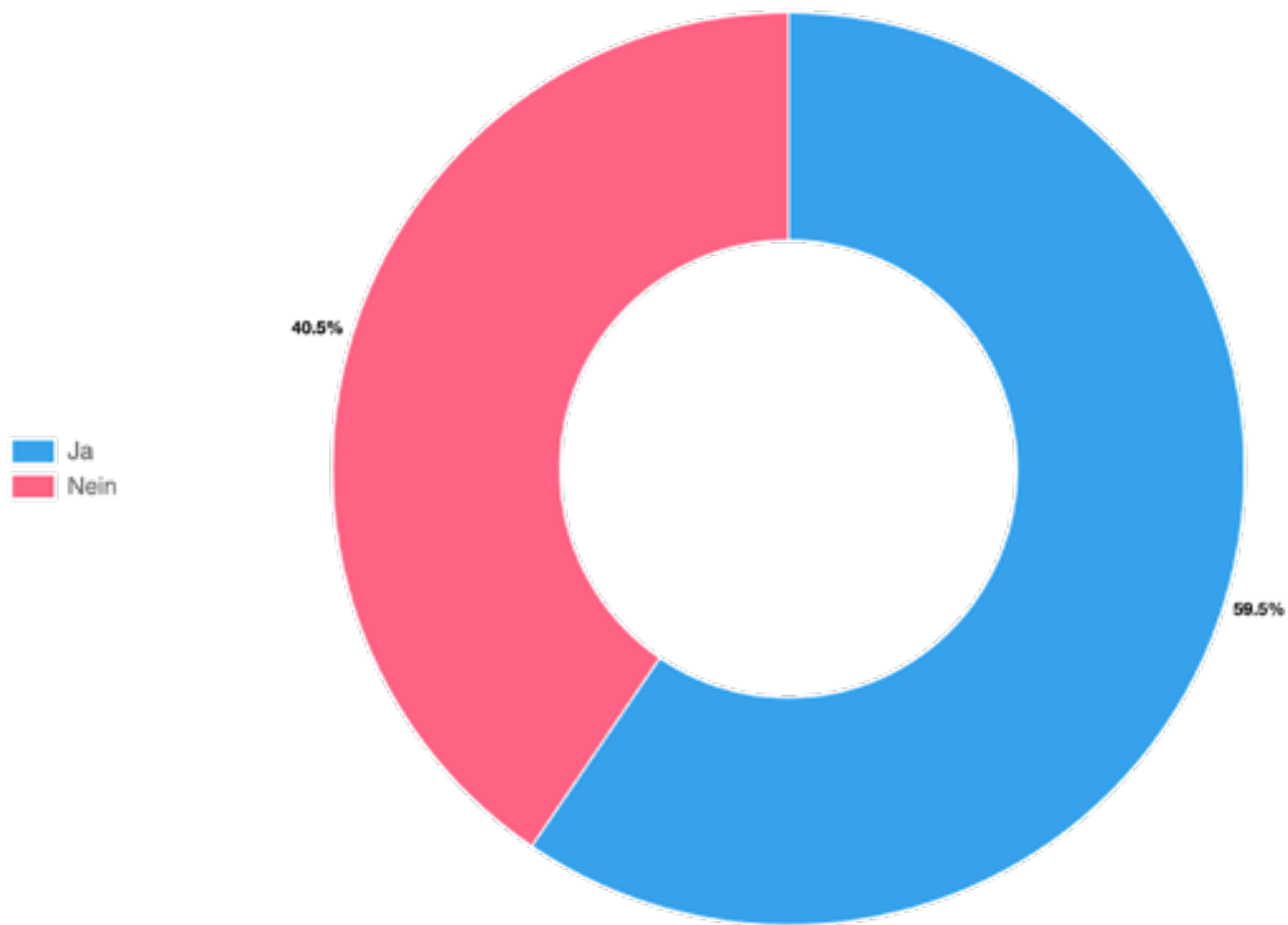


2

SOCIAL MEDIA REPORT 2025

Welche Ziele verfolgen Unternehmen auf Social Media?

Eine sorgfältig ausgearbeitete und **klar definierte Social-Media-Strategie** kann ein großer Vorteil sein. Eine Selbstverständlichkeit ist sie nicht, wie die folgende Grafik verdeutlicht.



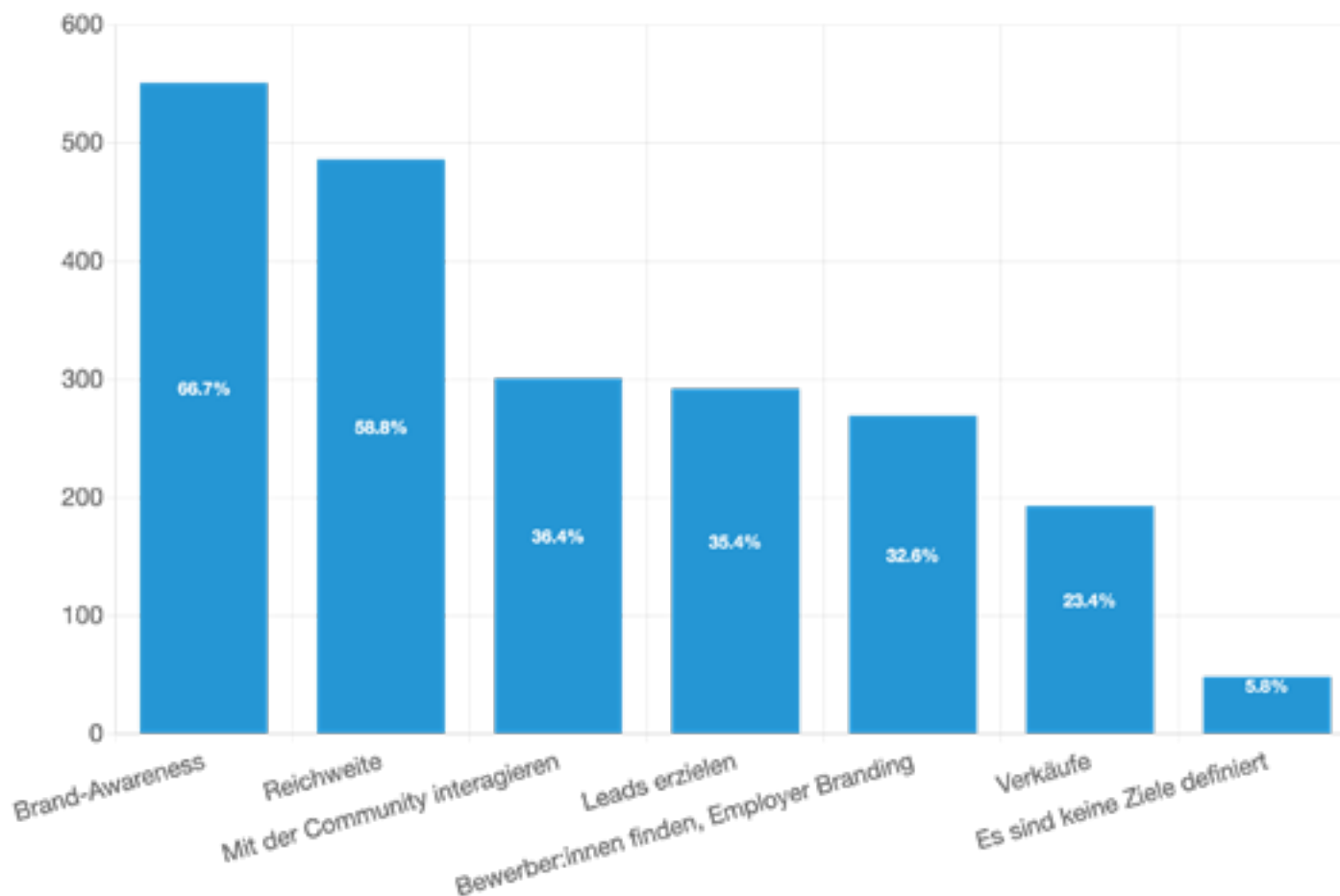
Wichtig: In unserer Fragestellung haben wir “formale Social-Media-Strategie” folgendermaßen beschrieben: “Eine klar definierte Strategie, die als Ergebnis eines Prozesses ausgearbeitet wurde. Alle, die mit Social Media arbeiten, beziehen sich auf die Strategie.”

Die **vorrangigen Ziele im Social Media Marketing** gleichen auf den ersten Blick denen aus dem letzten Jahr.



Im Detail zeigen sich aber Unterschiede:

- Nach wie vor wollen Unternehmen mit Social Media Marketing vor allem die Reichweite und Brand Awareness erhöhen. Allerdings hat sich die Reihenfolge der beiden Spitzenreiter vertauscht: Im Vergleich zum Vorjahr hat “Brand Awareness” nun die Nase vorn.
- An Bedeutung verloren haben die Ziele “Verkaufen” und “Interaktion mit der Community”.



TIPP

Brand Awareness lässt sich nicht über die Anzahl von Klicks messen. Analysieren kannst und solltest du sie trotzdem. Wertvolle Einblicke liefern dir vor allem Social Media Monitoring und Listening Tools. Mit ihrer Hilfe kannst du Kennzahlen wie den Share of Voice messen, den Anteil der Erwähnungen deiner Marke im Vergleich mit anderen in deiner Branche. Eine Sentiment-Analyse verrät dir, wie Konsument:innen deiner Marke und deinen Produkten gegenüber eingestellt sind.

Wichtig: Zahlreiche Erwähnungen einer Marke sind nicht immer ein gutes Zeichen. In ungünstigen Fällen deuten sie auf einen aufziehenden Shitstorm hin. Um falsche Interpretationen zu vermeiden, gehe ins Detail.



3

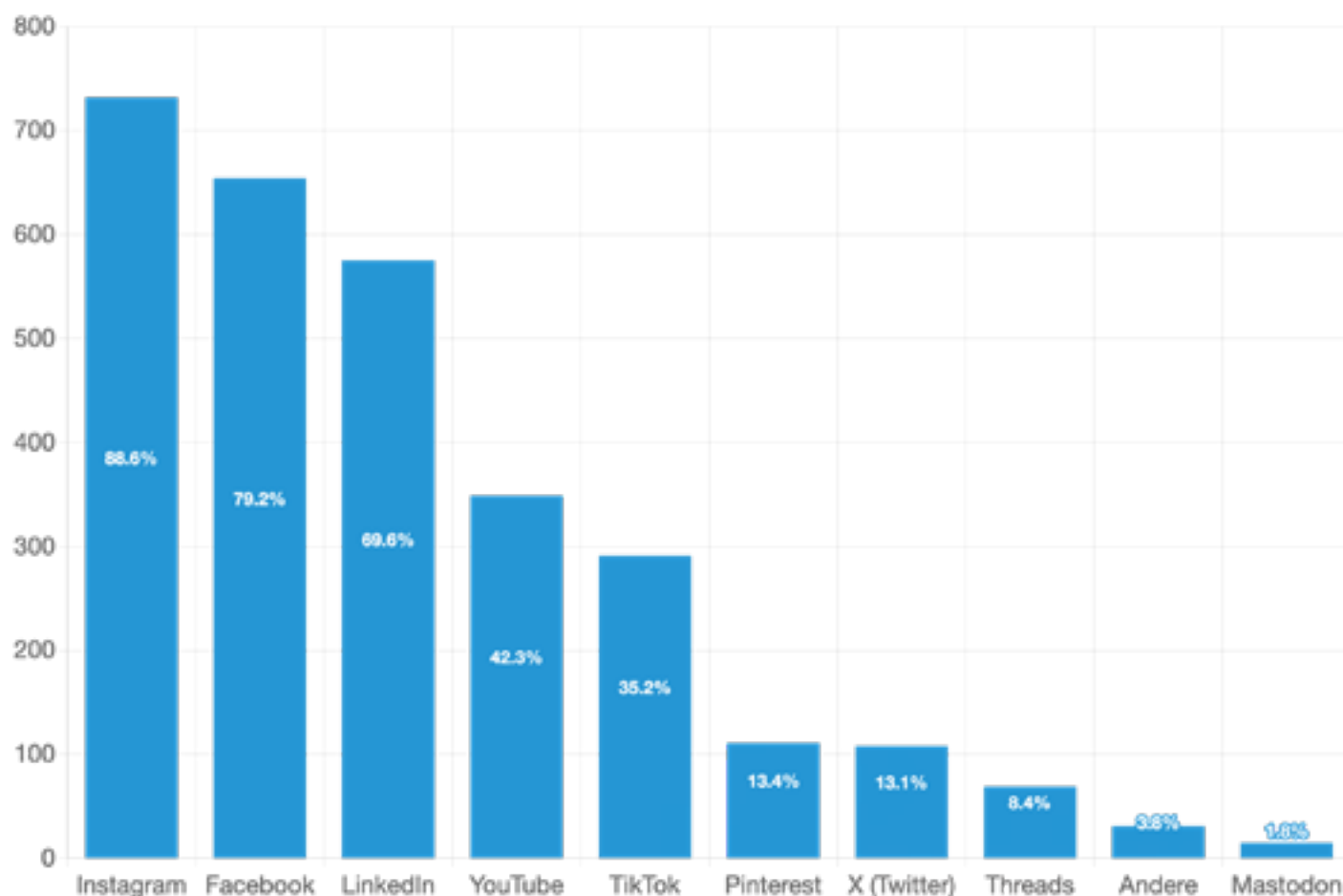
SOCIAL MEDIA REPORT 2025

Welche Kanäle werden am
meisten genutzt?

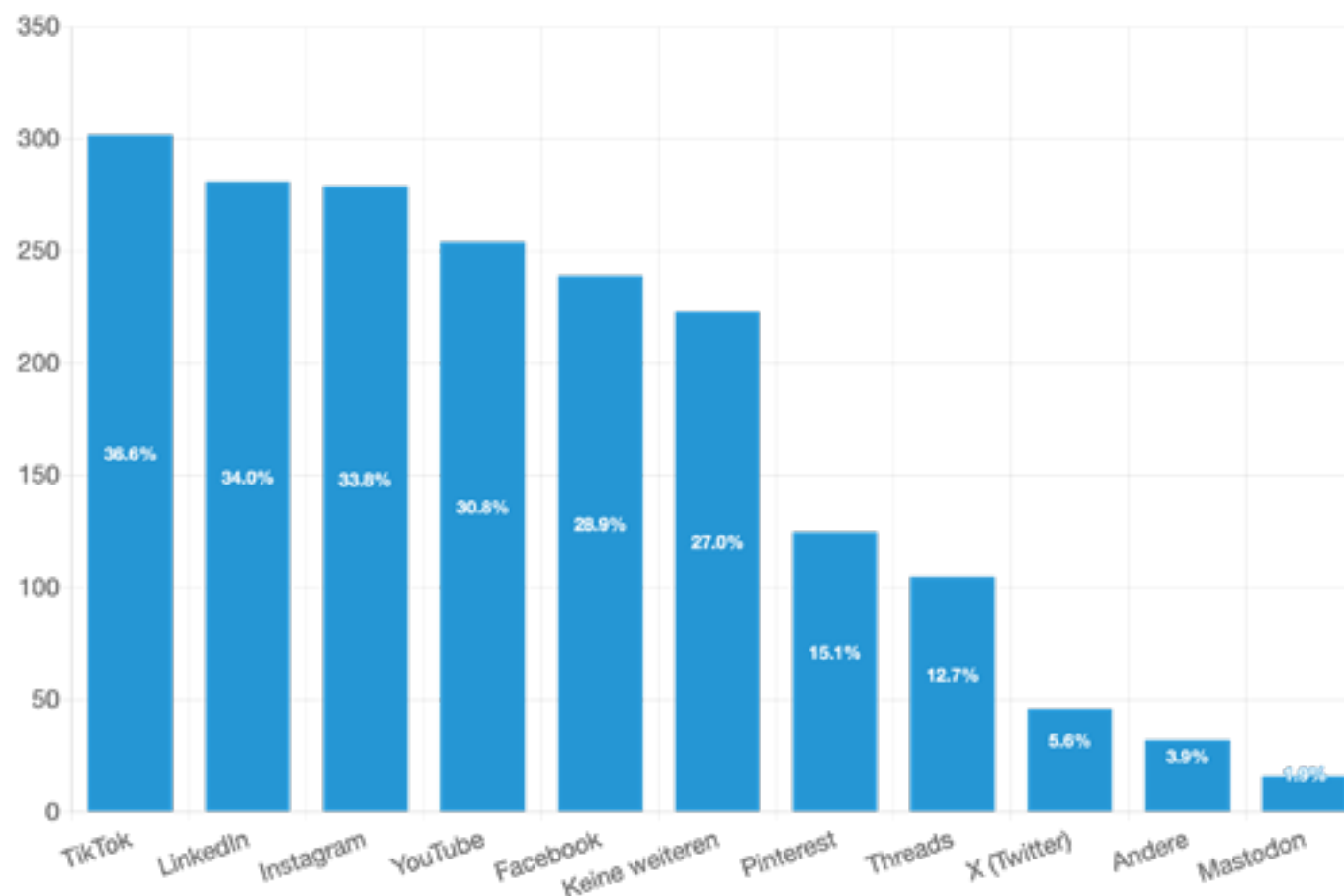
Eines der großen Social-Media-Themen 2024 war der “eXit” oder “X-odus”: Angesichts des wachsenden Einflusses von Elon Musk auf die Diskurslandschaft von X und des Wahlsiegs von Donald Trump verließen viele Prominente und Unternehmen das ehemalige Twitter. Gleichzeitig verzeichneten Bluesky und Threads starke Zuwächse. TikTok erwies sich dagegen als Dauerbrenner, der immer wichtiger für das Marketing wird.

Beides spiegelt sich in den Ergebnissen unserer Frage nach den **meistgenutzten Kanälen** wider:

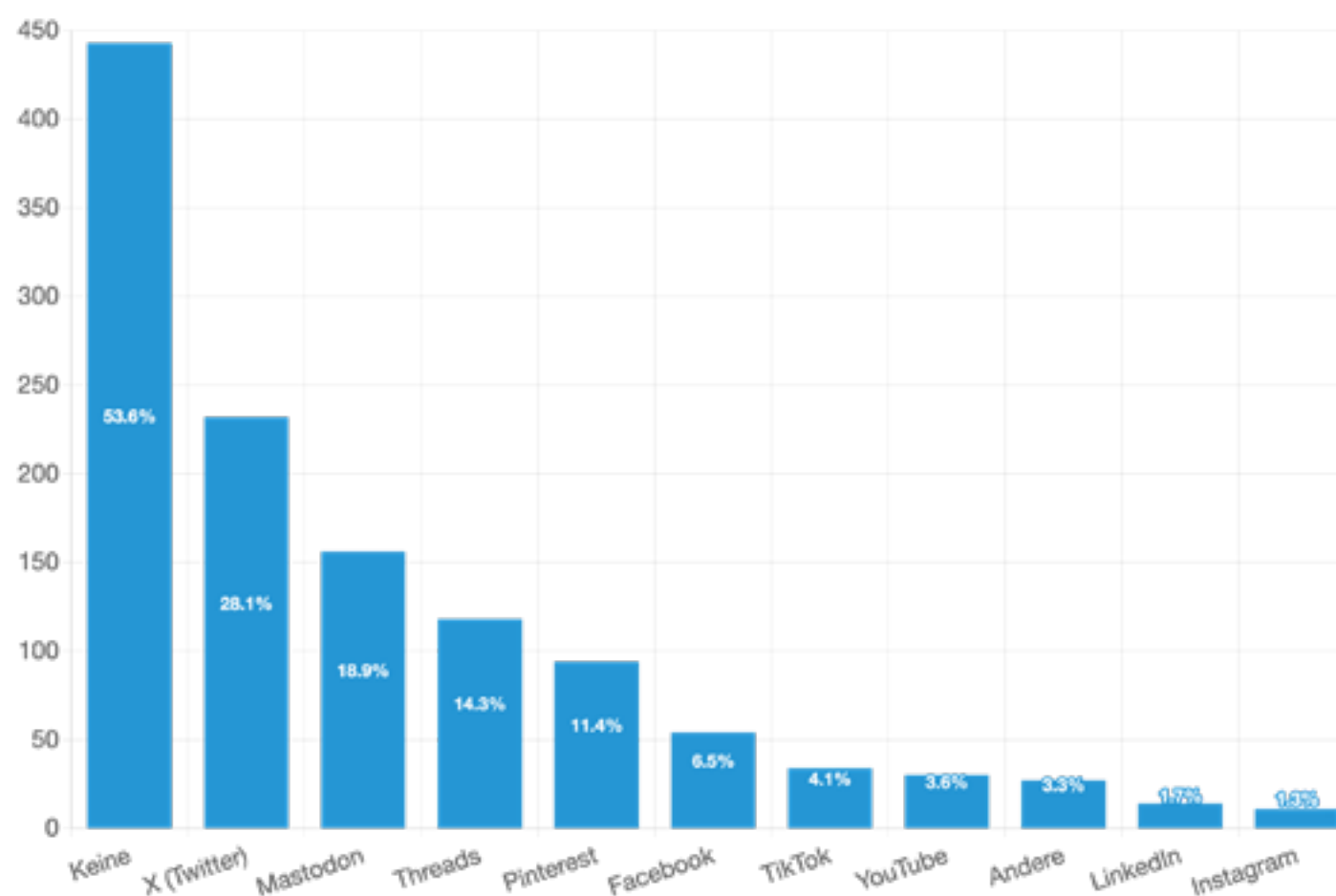
- Spitzenreiter sind nach wie vor Instagram und Facebook
- LinkedIn, YouTube und TikTok haben im Vergleich mit unserer letzten Umfrage an Bedeutung gewonnen.
- Deutlich weniger Personen als letztes Jahr gaben an, dass ihr Unternehmen auf X aktiv ist.
- Immerhin 8,4 Prozent nannten Threads (letztes Jahr 1,4).



Auch bei der Frage nach **neuen Social-Media-Kanälen** sticht der hohe Anteil von Threads und TikTok ins Auge.



Allerdings scheint Threads für viele Befragte, die die Plattform bereits nutzen, nicht den erwünschten Erfolg gebracht zu haben. Wieder verlassen wollen viele Unternehmen außerdem Mastodon und X.



TIPPS

TikTok: Potenzial und Hürden

TikTok hat sich zu einer **Lieblings-App der Generation Z** entwickelt. Will dein Unternehmen junge Menschen ansprechen, wartet hier Potenzial. Aber bevor du richtig ins TikTok-Marketing einsteigst, befasse dich mit den Eigenheiten der Plattform wie ihrer hohen Aktualität und der Betonung von Authentizität. Andernfalls trittst du schnell in digitale Fettnäpfchen. Halte dich außerdem über die rechtlichen Rahmenbedingungen auf dem Laufenden. Nicht nur in den USA sind TikTok-Verbote im Gespräch.

LinkedIn: Effektives Marketinginstrument, wenn der Mehrwert stimmt

Im **B2B-Bereich** ist eine gute LinkedIn-Strategie oft ein Gamechanger. Entscheidend dafür: Der LinkedIn-Algorithmus belohnt diejenigen, die sich als Expert:innen beweisen und Wissen mit Mehrwert teilen. Weil Einzelpersonen mehr Aufmerksamkeit und Reichweite erzielen als Unternehmen, lohnt es sich, ausgewählte Mitarbeiter:innen zu Markenbotschafter:innen zu machen.

Bluesky und Threads: Im Aufwind

Wie es mit X und seinen potenziellen Nachfolgern weitergeht, wird die Zukunft zeigen. Während Mastodon zum Beispiel für Behörden, die Informationen veröffentlichen wollen, interessant ist, finden auf Bluesky viele der (gesellschafts-) politischen Debatten statt, für die Twitter bekannt war. Im Gegensatz dazu will Meta Threads als Kurznachrichtenplattform mit Fokus auf Entertainment etablieren. Was das Marketing betrifft, befinden sich viele Unternehmen auf beiden Plattformen noch im **Experimentierstadium**. Anzeigen wird es in naher Zukunft wohl nur auf Threads geben.

Weiter entscheidend: Ein gutes Social Media Marketing Tool

Viele Social-Media-Plattformen haben in der jüngsten Vergangenheit plattformeigene Features eingeführt, mit denen du Inhalte planen kannst. Trotzdem ist ein **kanalübergreifendes Social Media Tool** auch 2025 ein wichtiges Erfolgskriterium. Mit einer Software wie Swat.io kannst du Content Marketing, Community Management Analytics und vieles mehr an einem zentralen Ort erledigen.

**Zeit für stressfreie
Social-Media-Planung und
reibungslose Zusammenarbeit!**

Teste Swat.io kostenlos und mach
Social Media endlich einfach.

Jetzt gratis Test starten



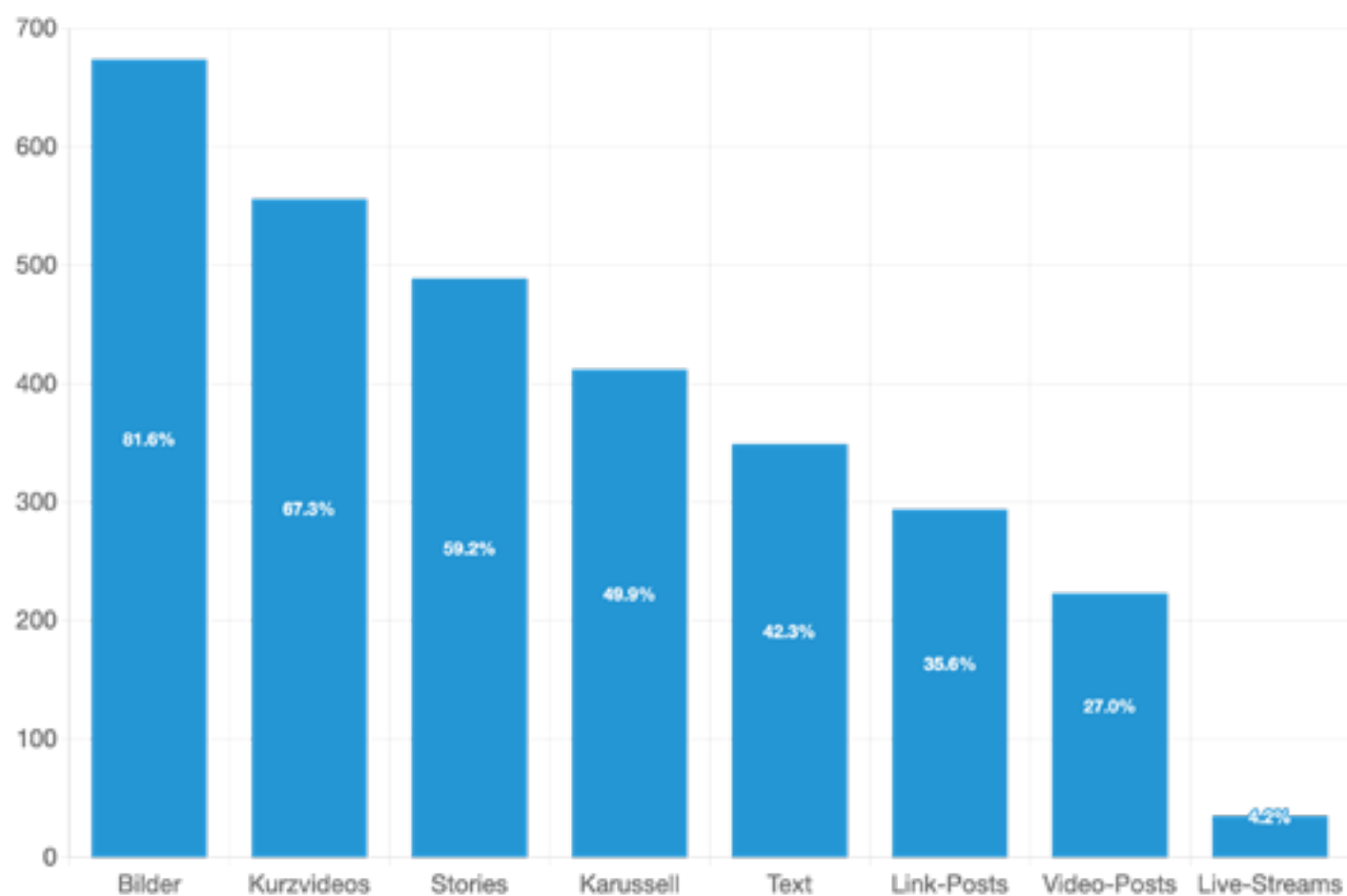
4

SOCIAL MEDIA REPORT 2025

Welche Formate sind am beliebtesten?

Kurzvideos sind ein Social-Media-Dauertrend, der längst nicht mehr auf TikTok begrenzt ist. Unsere Umfrage zeigt: Unternehmen in der DACH-Region haben diesen Trend erkannt.

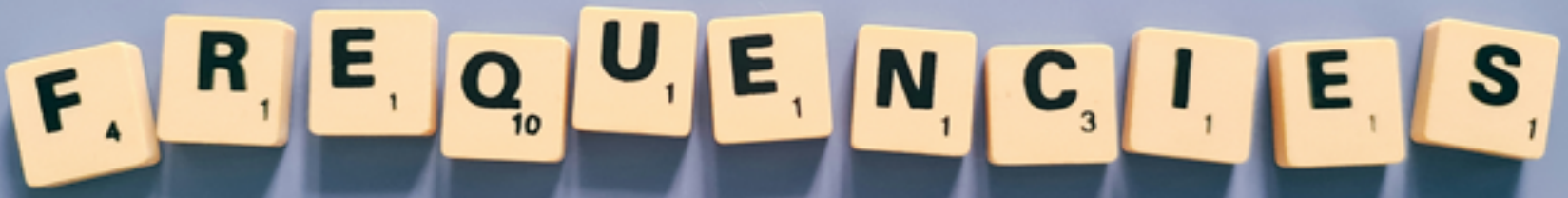
- Während Bildposts die beliebtesten Contentformate sind, kommen Kurzvideos wie Reels, TikToks oder YouTube Shorts an zweiter Stelle.
- Auch Stories und Carousel-Posts stehen hoch im Kurs.
- Textposts sind nicht tot. Auf Plattformen wie X, Bluesky oder Threads gibt das geschriebene Wort den Ton an.



TIPPS FÜR ERFOLGREICHE KURZVIDEOS

- Ein knackiger Einstieg beziehungsweise Content Hook ist mehr als die halbe Miete. Im Schnitt hast du 3 Sekunden Zeit, um die Aufmerksamkeit von User:innen zu gewinnen.
- Authentizität ist vor allem auf TikTok wichtig, aber auch zunehmend auf dem ehemaligen Hochglanzkanal Instagram. Aber Vorsicht: Idealerweise sehen Kurzvideos “echt” und “spontan” aus, haben aber eine gute Bild- und Tonqualität.
- Integriere Untertitel, um so viele Menschen wie möglich in deiner Zielgruppe zu erreichen. KI-Tools erleichtern dir die Erstellung in verschiedenen Sprachen.
- Häufige Zutaten erfolgreicher Kurzvideos sind Humor, emotionsstarke Geschichten mit überraschenden Momenten und Situationen, mit denen sich deine Zielgruppe identifizieren kann.
- Last but not least: Beschränke dich nicht auf Videos. In der Regel macht ein Mix aus verschiedenen Content-Formaten am meisten Sinn.



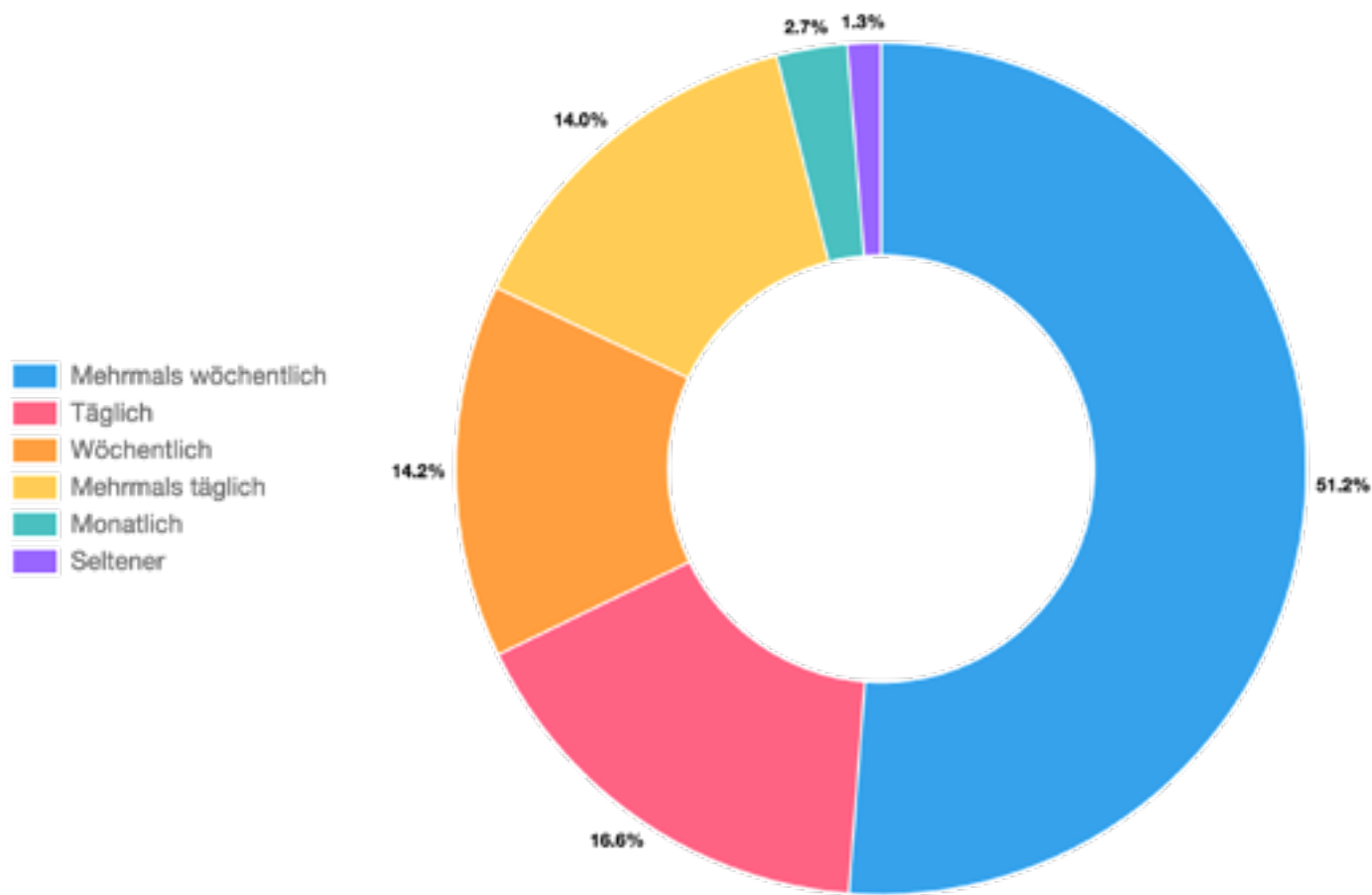


5

SOCIAL MEDIA REPORT 2025

Wie oft posten Unternehmen auf Social Media?

Immerhin 14 Prozent der von uns befragten Personen gaben an, dass ihre Unternehmen mehrmals am Tag Content auf Social Media posten. Die große Mehrheit veröffentlicht **mehrmals in der Woche**.



TIPPS

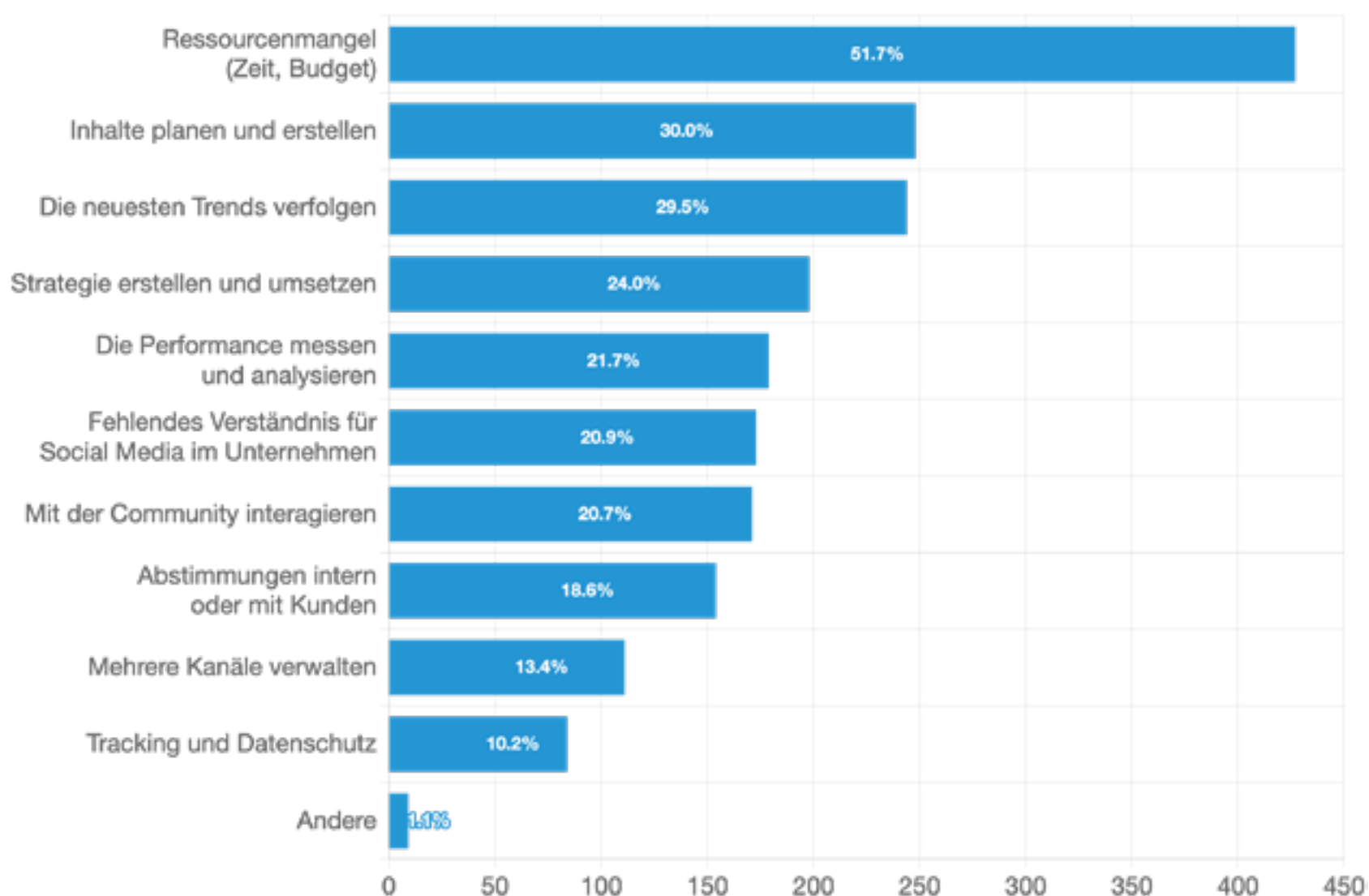
- Die richtige Veröffentlichungsfrequenz hängt von der Plattform ab. Auf Instagram und TikTok macht es Sinn, mehrmals am Tag zu posten. Auf LinkedIn kann dies die Reichweite deines ersten Posts negativ beeinflussen. Hier ist zwei- bis maximal fünfmal in der Woche ein guter Richtwert.
- Analysiere, welche Veröffentlichungsfrequenz bei deiner Zielgruppe ankommt. Dasselbe gilt für die Uhrzeit.
- Qualität geht vor Quantität. Wenn du die Wahl zwischen zwei schnell zusammengeschusterten und einem guten Beitrag hast, entscheide dich für die zweite Variante.
- Mit festen Veröffentlichungsintervallen und "Contentserien" kannst du Fans dazu motivieren, regelmäßig auf deinem Profil vorbeizusehen. Aber auch hier gilt: Zu viel Routine ist langweilig und Langeweile das Gegenteil von erfolgreichem Social Media Marketing.

6

SOCIAL MEDIA REPORT 2025

Worin bestehen die größten Herausforderungen?

Als die mit Abstand größte Herausforderung im Social Media Management bezeichneten die von uns befragten Personen **ungenügende zeitliche und finanzielle Ressourcen**. Auf Platz zwei und drei landeten die Planung und Erstellung von Inhalten sowie die Aufgabe, sich über neue Trends auf dem Laufenden zu halten.



TIPPS

KI-Tools eröffnen viele neue Möglichkeiten, Prozesse im Social Media Marketing effizienter zu gestalten. Das fängt bei der Texterstellung und Bildbearbeitung an und schließt zunehmend das Community Management mit ein.

Sehr praktisch ist es, wenn KI-Features in einem Social Media Management Tool integriert sind. Mit Swat.io AI kannst du direkt in Swat.io Texte erstellen und bearbeiten oder potenziell anstößige Kommentare automatisch verbergen lassen.

Auch die Ideenfindung lässt sich durch den Einsatz künstlicher Intelligenz beschleunigen. Lass dir zum Beispiel von ChatGPT Content-Ideen für Kampagnen oder einen kompletten Redaktionsplan liefern.

Wichtig: Achte auf menschliche Korrektur und Feinschliff. So vermeidest du peinliche Fehler und Missgeschicke.



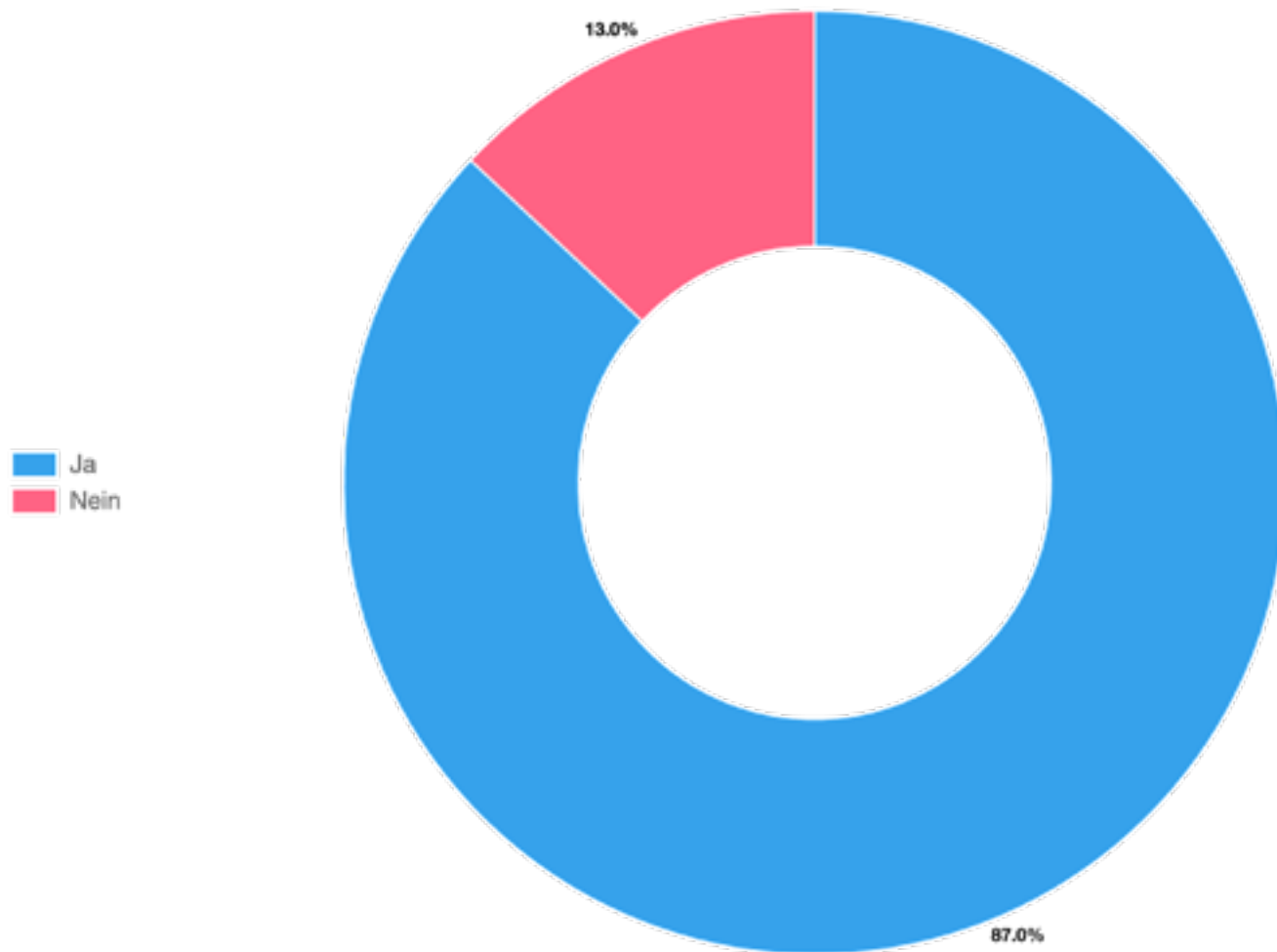
7

SOCIAL MEDIA REPORT 2025

Wie sieht der Umgang mit KI aus?

Die größte Verschiebung in den Ergebnissen unserer Social-Media-Umfragen 2023 und 2024 zeigt sich in der Frage **nach der Nutzung von KI**: Letztes Jahr gaben knapp über 50 Prozent der Befragten an, künstliche Intelligenz für ihre Arbeit zu verwenden. Nun sind es 87 Prozent.

Das zeigt: KI-Tools werden zu einem festen Bestandteil von professionellem Social Media Management.



Auch die Gefühlslage bei dem Thema ist **überwiegend positiv**. Die meisten Befragten verbinden KI mit einer Entlastung, sind neugierig, optimistisch oder sogar enthusiastisch.

8

SOCIAL MEDIA REPORT 2024

Zusammenfassung

Noch einmal ein Blick auf zentrale Ergebnisse unserer Umfrage:

DIE DREI WICHTIGSTEN ZIELE VON UNTERNEHMEN IM SOCIAL MEDIA MARKETING

1. Brand-Awareness
2. Reichweite
3. Mit der Community interagieren

DIE BELIEBTESTEN CONTENT-FORMATE

1. Bilder
2. Kurzvideos
3. Stories

DIE GRÖSSTEN HERAUSFORDERUNGEN

1. Ressourcenmangel
2. Inhalte planen und erstellen
3. Die neuesten Trends verfolgen

KI IM SOCIAL MEDIA MANAGEMENT VERBINDEN DIE MEISTEN BEFRAGTEN MIT

1. Erleichterung/Arbeitserleichterung
2. Neugier/Interesse
3. Chancen/Optimismus

In diesen Ergebnissen findest du dich wieder? Du siehst andere Schwerpunkte und Herausforderungen? In beiden Fällen liefert dir unsere Social Media Survey **Benchmarks für 2025**. Nutze sie, um deine Strategie auf Erfolgskurs auszurichten.

Darüber hinaus ist es mindestens so wichtig wie letztes Jahr, am Ball zu bleiben. Denn KI hat die Veränderungsgeschwindigkeit im Social-Media-Bereich noch einmal erhöht. Über neue Trends auf dem Laufenden zu bleiben, lohnt sich, auch wenn du nicht jeden mitmachst.

Social Media Report 2025

DAS MÜSSEN MARKETINGVERANTWORTLICHE FÜR DIE
PLANUNG WISSEN

WEITERE RESSOURCEN FINDEST DU AUF:
WWW.SWAT.IO

