

Übersicht: Liste der wichtigsten sozialen Netzwerke

Stand: 29.03.2023

Soziale Netzwerke sind im digitalen Zeitalter unverzichtbar geworden. Sie bieten Nutzern eine **Plattform zur Kommunikation und zum Austausch von Inhalten aller Art, von Bildern und Videos bis hin zu Links und Textnachrichten**. Im Jahr 2022 waren die sozialen Medien so weit verbreitet, dass 4,62 Milliarden Menschen weltweit über Konten auf sozialen Plattformen verfügen. Diese Zahl variiert in Deutschland, wobei die Nutzung bei rund 72 Millionen Menschen liegt. Unabhängig davon, wie aktiv sie sind oder welche Art von Social-Media-Konto sie nutzen, ist es klar, dass soziale Netzwerke heute ein fester Bestandteil des Lebens vieler Menschen sind.

Es ist wichtig, dass sowohl Einzelpersonen als auch Unternehmen die Bedeutung erkennen, die diese Plattformen für die Kommunikation, das Marketing, den Vertrieb und das Networking haben.

Definition soziale Netzwerke

Soziale Netzwerke sind digitale soziale Plattformen, die es Benutzern ermöglichen, zu interagieren, Informationen auszutauschen und Inhalte zu teilen. Sie bringen Menschen **in einer virtuellen Umgebung zusammen**, um Online-Gemeinschaften mit denselben Interessen oder Zielen zu bilden. Zu den beliebtesten sozialen Netzwerken gehören Facebook, Twitter, Instagram und LinkedIn. Jedes von ihnen bietet je nach Verwendungszweck unterschiedliche Funktionen und Dienste.

Soziale Medienseiten wie Facebook bieten Nutzern beispielsweise die Möglichkeit, Bilder, Videos und Status-Updates auszutauschen und andere zu benachrichtigen, während LinkedIn oder Xing speziell für die berufliche Vernetzung konzipiert ist. **Soziale Netzwerke werden von vielen Menschen auf der ganzen Welt zu Unterhaltungs-, Kommunikations- und Kooperationszwecken genutzt.**

Über soziale Netzwerke können Nutzer enge Verbindungen zu anderen Menschen mit ähnlichem Hintergrund oder Interessen knüpfen und interagieren. Dabei spielt die Herkunft keine Rolle. Soziale Netzwerke bieten auch Unternehmen eine große Chance, ihre Botschaften zu verbreiten.

Arten von sozialen Netzwerken

Es gibt sechs Hauptkategorien von sozialen Netzwerken: klassische soziale Netzwerke, Microblogs, Bewertungsportale und Blogs, standortbezogene Dienste und Foren.

Auf Social-Networking-Sites wie Facebook, Twitter oder Instagram können Benutzer ein Profil erstellen, um **sich mit Freunden oder der Familie zu verbinden**. Diese Plattformen verfügen in der Regel über Messaging- und andere Tools zur Verbreitung von Mediendateien. LinkedIn oder Xing sorgen für eine **berufliche Vernetzung und schaffen Synergien zu Gleichgesinnten**. Zudem ist dort auch möglich,

neue Perspektiven in der Arbeitswelt zu entdecken.

Klassische soziale Netzwerke

Soziale Netzwerke sollen Menschen zusammenbringen, die in irgendeiner Weise miteinander verbunden sind, sei es durch **gleiche Interessen oder soziale Aktivitäten**. Dadurch kann ein starkes Gefühl der Gemeinschaft und der sozialen Interaktion zwischen den Nutzern entstehen. Der Schwerpunkt liegt in der Regel darauf, sinnvolle Verbindungen zwischen den Mitgliedern zu schaffen und ihnen eine Plattform zu bieten, auf der sie Ideen, Gedanken, Geschichten und Erfahrungen miteinander teilen können.

Beispiele: Facebook, Instagram, Twitter, TikTok

Bewertungsportale

Bewertungs- und Verbraucherportale ermöglichen es Kunden nicht nur, Produkte und Dienstleistungen zu bewerten, sondern sind auch **relevant für das Online-Marketing** in Unternehmen. Kunden geben darin ihre Erfahrungen mit einem Produkt oder einer Dienstleistung weiter – damit sprechen sie Empfehlungen für andere interessierte Kunden aus.

Beispiele: Yelp, Google My Business, Jameda, ekomi, kununu

Blogs

Blogs haben seit ihren Anfängen an Popularität gewonnen, wobei auch soziale Netzwerke wie Twitter und Instagram eine Rolle spielen. Diese sozialen Netzwerke haben es Bloggern ermöglicht, ein breiteres Publikum zu erreichen und gleichzeitig den schnellen und effizienten Austausch von Inhalten zu erleichtern. Dies hat dazu geführt, dass Blogs zu einem mächtigen Kommunikationsinstrument geworden sind, sowohl auf einer persönlichen Ebene als auch im beruflichen Kontext. Vor allem **Fach- und Nischenthemen können dort mit großer Aufmerksamkeit** behandelt werden.

Microblogs

Microblogs sind soziale Netzwerke, die es Benutzern ermöglichen, **Updates in kurzen, prägnanten Nachrichten** zu veröffentlichen. Diese sozialen Plattformen haben in der Regel eine begrenzte Zeichenanzahl – Twitter, die beliebte Microblogging-Plattform, hat aktuell ein Limit von 280 Zeichen im freien Account. Diese Beschränkung ermöglicht es den Benutzern, schnell und einfach zu kommunizieren. Sie gilt nicht für zahlende Twitter-Kunden.

Beispiele: Twitter, plurk, identica

Standortbezogene Dienste

Local-based-Services ermöglichen es, ihren Nutzern ein persönlicheres Erlebnis zu bieten. Sie verwenden den aktuellen Standort des Users, um **relevante Inhalte zu liefern, die auf diesen Ort zugeschnitten sind**, beispielsweise Ratschläge von lokalen Experten oder Angebote und Rabatte in der Nähe. Dies kann vor allem für Unternehmen nützlich sein, die für ihre Produkte und Dienstleistungen werben möchten, da

sie damit Nutzer in einer bestimmten Region ansprechen können.

Beispiele: Foursquare, Google My Business

Die wichtigsten sozialen Netzwerke im Überblick

Der Informationsaustausch kann auf unterschiedlichen Plattformen stattfinden. Jede hat ihre eigenen Besonderheiten und Eigenschaften.

Soziales Netzwerk	Klassifizierung	Charakteristika
<u>Facebook</u>	privates Netzwerk	<ul style="list-style-type: none"> • zum weltweiten Vernetzen • Nutzer tauschen Nachrichten, Fotos und Videos • Implementierung von kommerziellen Funktionen wie Shopping oder Werbung
<u>Instagram</u>	privates Netzwerk	<ul style="list-style-type: none"> • Fokussierung auf Teilen von Fotos und Videos • beliebt bei Influencern • integrierte kommerzielle Funktionen für direktes Shopping
<u>Twitter</u>	Microblog	<ul style="list-style-type: none"> • Austausch über aktuelle Themen und Trends • Begrenzung der Zeichenzahl auf 280 • das Echtzeitmedium mit verlinkten Schlagwörtern (Hashtags) sorgt für schnelle Verbreitung
<u>LinkedIn</u>	berufliches Netzwerk	<ul style="list-style-type: none"> • für die Entstehung und Pflege geschäftlicher Kontakte • großer Einsatz für das Recruiting

Soziales Netzwerk	Klassifizierung	Charakteristika
<u>TikTok</u>	privates Netzwerk	<ul style="list-style-type: none"> • Präsentation von kurzen Videoclips • Vernetzung mit Freunden und Personen des öffentlichen Lebens • Darstellung des Contents in einer Timeline
<u>Quora</u>	Microblog	<ul style="list-style-type: none"> • Nutzer stellen Fragen an die Community und sollen darauf direkte Antworten erhalten • Vernetzung mit Freunden möglich
<u>Crunchvroll</u>	Microblog	<ul style="list-style-type: none"> • Darstellung und Teilen von Memes • Nutzer können Bewertungen abgeben
<u>Mastodon</u>	Microblog	<ul style="list-style-type: none"> • dezentrales Netzwerk auf mehreren Servern • Nutzer können eigenen Server dafür betreiben • Verbreiten und Teilen von Kurznachrichten
<u>Flickr</u>	privates Netzwerk	<ul style="list-style-type: none"> • Fotos und Videos können im Profil hochgeladen und verbreitet werden • Kommentare und Bewertungen fördern die Interaktion
<u>Ravelry</u>	privates Netzwerk	<ul style="list-style-type: none"> • für DIY-Fans, hauptsächlich Handarbeiten

Soziales Netzwerk	Klassifizierung	Charakteristika
<u>Wattpad</u>	privates Netzwerk	<ul style="list-style-type: none"> • E-Book-Plattform • zum Finden und Teilen von Büchern
<u>Deviantart</u>	privates Netzwerk	<ul style="list-style-type: none"> • zur Veröffentlichung von eigenen Werken aus Kunst und Fotografie
<u>Vk</u>	privates Netzwerk	<ul style="list-style-type: none"> • stammt aus Russland und hat dort eine große Zielgruppe
<u>Tumblr</u>	Blog	<ul style="list-style-type: none"> • Veröffentlichung von Videos, Texten oder Bildern
<u>Discord</u>	Instant Messaging	<ul style="list-style-type: none"> • für Chats und Videokonferenzen • ursprünglich für Gamer geschaffen
<u>Reddit</u>	Social News Aggregator / Forum	<ul style="list-style-type: none"> • Inhalte werden online gestellt, können bewertet oder diskutiert werden
<u>Twitch</u>	Livestreaming-Dienst	<ul style="list-style-type: none"> • zur Übertragung von Videogames oder Events • erfordert viel Interaktion mit dem Publikum
<u>Xing</u>	berufliches Netzwerk	<ul style="list-style-type: none"> • zum Knüpfen und Ausbauen beruflicher Kontakte • integriertes Forum für Gleichgesinnte • interessant für Unternehmen in der Personalbeschaffung

Soziales Netzwerk	Klassifizierung	Charakteristika
<u>Gettr</u>	Microblog	<ul style="list-style-type: none"> • Kurznachrichtendienst als Konkurrenz zu Twitter • lehnt Zensur ab
<u>Jappy</u>	privates Netzwerk	<ul style="list-style-type: none"> • vorwiegend im deutschsprachigen Raum • Inhalte können geteilt werden • Sammelbilder und Sammelkarten sind überall auf der Seite versteckt und können gefunden werden
<u>Tencent QQ</u>	Instant Messaging	<ul style="list-style-type: none"> • zur Vernetzung mit Freunden • hauptsächlich in Ostasien aktiv genutzt
<u>Meetup</u>	privates Netzwerk	<ul style="list-style-type: none"> • zum Finden von neuen Kontakten in der regionalen Umgebung
<u>Weibo</u>	Microblog	<ul style="list-style-type: none"> • gegründet in China • funktioniert ähnlich wie Twitter • erlangte großen Zulauf, als Twitter und Facebook in China verboten wurde
<u>Gab</u>	Microblog / Blog	<ul style="list-style-type: none"> • maximal 3000 Zeichen können veröffentlicht werden • zum Teilen von Nachrichten und Informationen
<u>Vero</u>	privates Netzwerk	<ul style="list-style-type: none"> • Plattform, die ohne Werbung und Algorithmen funktioniert • zum Vernetzen mit Freunden und neuen Bekanntschaften

Soziales Netzwerk	Klassifizierung	Charakteristika
<u>Douyin</u>	Videonetzwerk	<ul style="list-style-type: none"> • Plattform zum Verbreiten von Videos • funktioniert analog zu TikTok • interessant für Influencer-Marketing
<u>We heart it</u>	privates Netzwerk	<ul style="list-style-type: none"> • zum Veröffentlichen und Teilen von inspirierenden Inhalten oder Bildern aus den Bereichen Fotografie, reisen oder Musik
<u>Parler</u>	Microblog	<ul style="list-style-type: none"> • keine vorherrschende Zensur, gilt daher als Sammelbecken für fragwürdige politische Einstellungen
<u>livejournal</u>	Weblog	<ul style="list-style-type: none"> • Erstellen von Online-Tagebüchern • Vernetzung von Gleichgesinnten

Soziales Netzwerk Facebook

Facebook ist eines der ältesten sozialen Netzwerke und nach wie vor bei Nutzern aller Altersgruppen beliebt. Allein in Deutschland nutzen jeden Monat über 47 Millionen Menschen Facebook. Mit einem Durchschnittsalter von etwa 34 Jahren haben diese User in der Regel eine höhere Kaufkraft als andere Gruppen von Verwendern sozialer Medien.

Die Werbemöglichkeiten auf Facebook sind immens. Unternehmen können Ihre Anzeigen auf bestimmte Zielgruppen ausrichten und verfügen über leistungsstarke Tools, mit denen sie den Erfolg Ihrer Kampagnen in Echtzeit messen können. Und mit den regelmäßigen Aktualisierungen neuer Inhalte können Marketer sicherstellen, dass die gewünschten Botschaften die richtige Zielgruppe zur richtigen Zeit erreichen.

Die wichtigsten Fakten zu Facebook im Überblick:

Löwenstark Digital Group GmbH

Geschäftsführung: Hartmut Deiwick • Gerichtsstand: AG Braunschweig • Registernummer: HRB 205088 • Ust-IdNr.: DE 250 332 694 • St.-Nr.: 14/201/16808

Bankverbindung: Volksbank Braunschweig • IBAN: DE61 2699 1066 185 2167 000 • BIC: GENODEF1WOB

- Facebook ist **das größte soziale Netzwerk der Welt** mit über 2,7 Milliarden monatlich aktiven Benutzern.
- Facebook bietet verschiedene Dienste an, darunter die Facebook-Plattform, die Messenger-App, die Instagram-App und die WhatsApp-App.
- Facebook ist auch ein wichtiger Player in der digitalen Werbebranche und bietet Unternehmen und Organisationen gezielte Werbemöglichkeiten auf Basis von Benutzerdaten.

Soziales Netzwerk Instagram

Soziale Netzwerke wie Instagram sind unschätzbare Ressourcen für Unternehmen, die ihr Zielpublikum erreichen wollen. Da mehr als 9 Millionen Deutsche Instagram nutzen, ist diese Plattform eine **großartige Möglichkeit, Marken oder Produkte bekannt zu machen und die Sichtbarkeit zu erhöhen**. Durch die Erstellung ansprechender Inhalte mit einem Schwerpunkt auf Ästhetik können Marken aus sozialen Verbindungen Kapital schlagen und bedeutungsvolle Kooperationen mit potenziellen Kunden herstellen.

Außerdem folgen 90 % der Nutzer mindestens einem Unternehmen. Das bedeutet, dass zwei Drittel der Besucher, die auf einem Unternehmensprofil landen, neue Kunden sind, die die Marke vielleicht noch gar nicht kennen. Daher ist es für Unternehmen äußerst wichtig, fesselnde Inhalte zu erstellen, die sich von der Konkurrenz abheben und diese Besucher in Fans verwandeln.

Die wichtigsten Fakten zu Instagram im Überblick:

- Instagram ist ein soziales Netzwerk für das Teilen von Fotos und Videos, das im Jahr 2010 gegründet wurde.
- Das Unternehmen erzielt Einnahmen durch Werbung, insbesondere durch gezielte Werbung auf Basis von Benutzerdaten.
- Auf Instagram ist eine große Anzahl von Influencern aktiv, die Geld verdienen, indem sie Produkte und Dienstleistungen bewerben und Werbung für Unternehmen machen.
- Es ist möglich, die Plattform Instagram für den Einkauf von Waren und Dienstleistungen zu nutzen, um ein größeres Einkaufserlebnis für Benutzer zu schaffen.

Soziales Netzwerk YouTube

YouTube ist **das soziale Netzwerk schlechthin, wenn es um Videos geht**, und es ist eine großartige Möglichkeit für Unternehmen, ihr gewünschtes Publikum anzusprechen. Diese Plattform bietet eine Vielzahl von Möglichkeiten für Unternehmen, mit potenziellen Kunden in Kontakt zu treten, von Lehrvideos, die den Zuschauern etwas Neues aufzeigen, bis hin zu emotionalen Geschichten. Unternehmen können YouTube auch in andere Formen des digitalen Marketings integrieren, um die Reichweite und das Engagement zu maximieren.

Unabhängig davon, welche Inhalte Unternehmen erstellen, ist YouTube für alle Arten der Videoproduktion unerlässlich. Es bietet eine erstaunliche Möglichkeit, fesselnde Geschichten in einem visuellen Medium zu erzählen, das bei den Nutzern in den sozialen Netzwerken Anklang findet. Mit seiner beeindruckenden

Bandbreite an Funktionen und Möglichkeiten ist YouTube bei weitem eine der wertvollsten Social-Media-Plattformen, die es gibt.

Die wichtigsten Fakten zu YouTube im Überblick:

- YouTube ist eine Videoplattform, die 2005 gegründet wurde.
- YouTube hat über 2 Milliarden monatlich aktive Benutzer und ist damit die zweitgrößte Suchmaschine der Welt.
- YouTube ermöglicht es Benutzern, Videos hochzuladen, anzusehen und zu teilen, und bietet auch Live-Streaming-Funktionen.
- YouTube verdient Einnahmen durch Werbung, die in den Videos angezeigt wird, und bietet auch ein werbefreies Abo-Modell namens YouTube Premium an.
- YouTube hat einen enormen Einfluss auf die Unterhaltungsindustrie und wird oft als wichtige Plattform für Musikvideos, Webserien oder Dokumentationen angesehen.

Soziales Netzwerk TikTok

TikTok ist ein soziales Netzwerk, das sich von anderen abhebt, weil es sich hauptsächlich auf Videos konzentriert. Es ist **bei jungen Menschen im Alter bis zu 24 Jahren beliebt**, die die kreativen und unterhaltsamen Inhalte zu schätzen wissen. Unternehmen mit dieser Zielgruppe sollten die Nutzung von TikTok in Erwägung ziehen, da es die Möglichkeit bietet, mehr Engagement als andere soziale Netzwerke zu zeigen.

Im Gegensatz zu anderen sozialen Netzwerken müssen Unternehmen maßgeschneiderte Inhalte speziell für TikTok produzieren, wenn sie erfolgreich sein wollen. Die klickstärksten Beiträge sind diejenigen mit innovativen Ideen, die den Geschmack der Nutzer treffen und in kürzester Zeit eine große Reichweite erzielen – unabhängig davon, wie viele Follower sie zu Beginn haben. Diese einzigartige Funktion macht TikTok besonders attraktiv für Unternehmen, die ein junges Publikum ansprechen.

Die wichtigsten Fakten zu TikTok im Überblick:

- TikTok hat über 1 Milliarde monatlich aktive Benutzer und ist besonders bei jungen Menschen beliebt.
- TikTok hat Einnahmen durch Werbung und bietet auch ein werbefreies Abo-Modell namens TikTok Premium an.
- Die App ermöglicht es Benutzern, kurze Videos zu erstellen und zu teilen, die Musik, Effekte und Filter enthalten können.
- Unter der großen Anzahl an Usern befinden sich zahlreiche Influencer, die durch ihre Präsenz auf TikTok eine große Anzahl von Followern und damit verbunden Einnahmen erzielt haben.

Soziales Netzwerk Pinterest

Pinterest hebt sich von sozialen Netzwerken wie Facebook, Twitter und Instagram ab. Es ist eine **Suchmaschine, bei der sich die Nutzer inspirieren lassen** – es ist fast wie ein Schaufensterbummel. Die Menschen nutzen Pinterest, um Produkte zu finden, die sie kaufen möchten, zum Beispiel Möbel, Dekorationsartikel, Kleidung oder Urlaubsorte.

Das macht es zu einer idealen Plattform für Einzelhändler und Unternehmen, die Produkte verkaufen: In keinem anderen sozialen Medium sind die Nutzer so kauffreudig. Wenn Unternehmen also kreative Produkte verkaufen, die das Leben schöner machen, ist Pinterest ideal, um die gewünschte Zielgruppe zu erreichen. Onlineshops und Händler können mit potenziellen Kunden in Kontakt treten und ihnen zeigen, was sie im Angebot haben.

Die wichtigsten Fakten zu Pinterest im Überblick:

- Pinterest richtet sich an Menschen, die Inspiration und Ideen suchen, wie DIY-Projekte, Rezepte, Mode, Innendesign und Reiseziele.
- Pinterest ermöglicht Nutzern das Erstellen von Pinnwänden, das Teilen von Bildern und Videos, das Durchsuchen von Inhalten anderer Nutzer und das Speichern von Inhalten für später.
- Pinterest hat mehr als 478 Millionen aktive Nutzer weltweit.
- Pinterest generiert Einnahmen durch Werbung, Partnerprogramme, kostenpflichtige Funktionen für Unternehmen und den Verkauf von Daten und Insights.
- Pinterest ist besonders bei Frauen hoch in der Gunst und wird oft als „visuelle Suchmaschine“ bezeichnet. Es ist auch bei Unternehmen sehr beliebt, um Kunden zu gewinnen und Traffic auf ihre Websites zu leiten.

Soziales Netzwerk LinkedIn

LinkedIn ist mit über 19 Millionen aktiven Nutzern aus der DACH-Region **eines der beliebtesten beruflichen Netzwerke im deutschsprachigen Raum**. Es hat sich zu einer unverzichtbaren Plattform für Unternehmen und Fachleute entwickelt, die auf dem Arbeitsmarkt wettbewerbsfähig bleiben wollen.

Im Gegensatz zu anderen Social-Media-Plattformen wie Facebook oder Twitter liegt der Schwerpunkt von LinkedIn auf Karriere-Networking und beruflicher Weiterentwicklung. Unternehmen können es nutzen, um neue Talente zu rekrutieren, bestehende Mitarbeiter zu schulen und Beziehungen zu Partnern und Geschäftskunden zu pflegen. Für Unternehmen, die in ihren jeweiligen Branchen erfolgreich sein wollen, ist die Präsenz auf LinkedIn heute ein Muss. Indem sie die Vorteile der LinkedIn-Funktionen nutzen, wie Unternehmensseiten erstellen, mit potenziellen Bewerbern durch Beiträge oder Nachrichten in Kontakt treten oder branchenbezogenen Gruppen beitreten, können Firmen sicherstellen, dass sie in ihrer Branche an der Spitze der Trends stehen.

Die wichtigsten Fakten zu LinkedIn im Überblick:

- LinkedIn hat mehr als 774 Millionen Nutzer in über 200 Ländern weltweit.
- LinkedIn richtet sich vor allem an berufstätige Personen, Unternehmer, Arbeitgeber, Studierende und Arbeitssuchende.
- LinkedIn generiert Einnahmen durch Werbung, Premium-Mitgliedschaften, Recruiting-Tools und den

Verkauf von Daten und Insights.

- LinkedIn bietet verschiedene Funktionen an, darunter das Erstellen eines Profils, das Vernetzen mit anderen Nutzern, das Veröffentlichen von Beiträgen und Artikeln, die Suche nach Jobs und die Anzeige von Unternehmensinformationen.
- LinkedIn ist eines der am meisten genutzten sozialen Netzwerke für berufliche Kontakte weltweit und wird von vielen Unternehmen für ihre Personalbeschaffung genutzt.

Soziale Netzwerke für unterschiedliche Bedürfnisse

Das einfache Kontakthalten mit Freunden und Familie, Netzwerken im beruflichen Alltag oder das Ausleben von Kreativität – für alles gibt es unterschiedliche Plattformen. Das wachsende Interesse an dieser Kommunikationsform hat häufig zur Folge, dass sich die Inhalte vermischen. Daher ist bei einer Präsenz in privaten und beruflichen Netzwerken immer verantwortungsvolles Handeln Voraussetzung. Ein falsches Wort kann schnell die Karriere beenden. Im Umkehrschluss können die richtigen Postings natürlich dem Job auch einen Schub verleihen.

In diesem Kontext sei gesagt, private Urlaubsschnapschüsse haben auf Plattformen wie Xing oder LinkedIn nichts verloren. Zu viele Sales-Offerten können aber auch Freunde im privaten Bereich verprellen. Es ist daher wichtig, so zu handeln, dass es für die jeweilige Plattform angemessen ist. Glücklicherweise gibt es für nahezu jedes Bedürfnis eigene Netzwerke.

Relevanz der sozialen Netzwerke für das Online-Marketing

Soziale Netzwerke sind heute ein **fester Bestandteil des Internets**. Sie bieten Nutzern eine Plattform, um zu kommunizieren, Ideen auszutauschen und in verschiedenen sozialen Kontexten miteinander zusammenzuarbeiten. Soziale Netzwerke haben es den Menschen ermöglicht, Beziehungen zu knüpfen und zu pflegen, auf Nachrichten oder Informationen aus aller Welt zuzugreifen und sich an sinnvollen Gesprächen über Themen zu beteiligen, die ihnen wichtig sind. Aufgrund der hohen Reichweiten der einzelnen Plattformen ist Social Media ein unverzichtbarer Baustein im gesamten Marketing-Mix geworden, birgt jedoch auch Gefahren.

Wenn es um soziale Medien geht, ist es wichtig, die richtige Zielgruppe anzusprechen. **Verschiedene Plattformen haben unterschiedliche demografische Merkmale und Funktionen**, die Unternehmen für ihre Zwecke nutzen können. Die Evaluation im Vorfeld und die anschließende Strategieentwicklung ist von großer Bedeutung, um mit ihnen auf diesen spezifischen Plattformen in Kontakt zu treten. Die richtige Auswahl markiert einen großen Unterschied bei der Generierung von Leads und Conversions.

Es ist auch wichtig, Richtlinien für soziale Netzwerke innerhalb eines Unternehmens festzulegen. Durch die Erstellung einer internen Richtlinie für soziale Medien wird sichergestellt, dass alle Beteiligten im Unternehmen die gleichen Vorstellungen davon haben, wie soziale Medien für geschäftliche Zwecke genutzt werden sollten, und dass die Parameter für akzeptable öffentliche Interaktionen festgelegt werden.