

# KEIN SNAPCHAT IST AUCH EINE LÖSUNG



## Warum nicht jeder Social Media Kanal zu Ihrer Marke passt

Die Social Media Landschaft im Jahre 2017 ist groß. Seit Facebooks Eintritt in den deutschen Markt 2008 haben sich zahlreiche neue Plattformen etabliert, die Zahl der deutschen Social Media-Nutzer ist signifikant gestiegen und der einzelne User besitzt heute im Durchschnitt 4,5 Devices und 3,8 verschiedene Accounts, die regelmäßig genutzt werden.

### Die One-fits-all-Plattform für alle gibt es nicht mehr

Die „eine“ Social Media Plattform, die alle Bedürfnisse erfüllt, gibt es heute nicht mehr. Dafür gibt es aber für nahezu jedes Nutzer-Bedürfnis eine eigene Plattform. Marken müssen sich also die Frage stellen, mit welcher Motivation ihre Zielgruppe die einzelnen Plattformen nutzt und welche Erwartungen sie dabei an die Kommunikation stellt. Davon ausgehend ergibt sich die Herausforderung, passende Inhalte über die jeweiligen Kanäle zu spielen.

### Die Vielfalt an Social Media kann Werbetreibende überfordern

Kaum ein Unternehmen besitzt heute die nötigen Kapazitäten, um alle Social Media Plattformen regelmäßig und mit spezifisch aufbereitetem Content zu bespielen. Gleichzeitig steigt mit zunehmender Komplexität im Social Media Markt auch die Verwirrung auf Seiten der Werbetreibenden, wie dieser Entwicklung möglichst erfolgreich begegnet werden kann. Über einen detaillierten Blick darauf, welche Bedürfnisse die Plattformen für ihre Nutzer erfüllen, kann man erkennen, welche Inhalte, Marken und Themen zu welchen Social Media Kanälen passen. Und welche Zielgruppen über welche Plattformen erreicht werden können und über welche eben nicht.

### Seien Sie kein „Social-Media-Hans-Dampf“

Das bedeutet, dass Unternehmen guten Gewissens eine fokussierte Auswahl für ihren Social Media Mix treffen können. Der Anspruch, auf allen populären Kanälen vertreten zu sein, ist nicht nur unbegründet, sondern aus kommunikationsstrategischer Sicht auch nicht empfehlenswert. Ein „Hans Dampf in allen Social Media Gassen“ birgt die Gefahr von Unglaubwürdigkeit und hohen Streuverlusten. Erfolgsversprechender ist eine ehrliche Bewertung der Passung zwischen Marke, Zielgruppe und Plattform und ggf. der Verzicht auf einzelne Kanäle, um sich auf passendere zu konzentrieren.

### UMs WAVE9 liefert die nötigen Insights

Bevor Sie also über die Aufnahme von Plattformen in Ihren Social Media Mix nachdenken, sollten Sie sich folgende Fragen stellen:

1. Nutzt meine Zielgruppe die Plattform tatsächlich?
2. Passen die Nutzungsmotive der Plattform zu meiner Marke / meinem Produkt?
3. Erfüllt mein Content die plattformsspezifischen Anforderungen?

Unsere weltweite Social Media Studie **WAVE** liefert aktuelle Daten, um diese Fragen zu beantworten. Insights zur aktuellen WAVE 9 finden Sie auf unserer Website: [www.umww.de/wave9](http://www.umww.de/wave9)



**Kontakt:**

**Anna Zmuda**

Head of Research UM Deutschland  
[anna.zmuda@umww.com](mailto:anna.zmuda@umww.com)