

HASHTAGS UND IHRE BEDEUTUNG FÜR DIE REICHWEITE

Veröffentlicht am 9. April 2025 von Maya



Hashtags waren insbesondere auf Instagram lange ein wichtiger Bestandteil erfolgreicher Social Media Strategien. Und auch auf Plattformen wie X (ehemals Twitter), LinkedIn und Facebook kann man Beiträge mit Hashtags versehen, **um so vermeintlich die Reichweite zu erhöhen und Zielgruppen effektiv zu erreichen.**

Allerdings **häuft sich die Vermutung**, dass die Raute in sozialen Medien **nicht mehr so effektiv ist wie früher**. In diesem Artikel haben wir uns die aktuellen Entwicklungen genauer angeschaut, um die Frage zu beantworten: Sind Hashtags 2025 noch relevant?

WIE HAT SICH DER EINSATZ VON HASHTAGS VERÄNDERT?

Gängige Ratgeber haben über die Jahre stets eine strategische Mischung aus beliebten und Nischen-Hashtags empfohlen, um sowohl ein bereits Publikum als auch eine spezifische Zielgruppe anzusprechen.

In der Regel bewegte sich die Anzahl dabei in einem Bereich zwischen 10-15 Hashtags, wobei die genaue Kombination individuell auf Unternehmen und Ziel abgestimmt werden sollte.

Instagram Chef [Adam Mosseri](#) erwähnte allerdings bereits 2023, dass **Hashtags zunehmend eher zur Kategorisierung als zur Reichweitensteigerung dienen**. Das liegt daran, dass der Instagram-Algorithmus, ebenso wie die Algorithmen anderer Plattformen wie TikTok oder LinkedIn, **den Fokus auf natürliche Sprachverarbeitung (NLP) legen**.

Beiträge werden nicht mehr vorrangig über Hashtags kategorisiert, sondern anhand des tatsächlichen Inhalts und Nutzerverhaltens eingeordnet. Durch Interaktionen sollen so die Interessen der Nutzer auch unabhängig von kategorischen Einblendungen aus Hashtags zugeordnet und passende Beiträge ausgespielt werden.

“HASHTAG-FOLGEN“-FUNKTION SOLL EINGESTELLT WERDEN

Ein deutliches Signal für den Bedeutungsverlust von Hashtags auf Instagram ist die **geplante Abschaffung der „Hashtag-Folgen“-Funktion**. Die erlaubte es Nutzern bestimmten Hashtags zu folgen und gezielt Inhalte dazu im Feed zu sehen.

Mit dem Fokuswechsel verliert diese Funktion an Relevanz und soll deshalb abgeschafft werden. Angekündigt wurde das bereits für den 13. Dezember 2024, allerdings wurde die Änderung **bisher noch nicht flächendeckend ausgerollt**.

INSTAGRAM SETZT SEINE PRIORITÄTEN NEU

Durch die Anpassungen des Algorithmus werden diverse Veränderungen angepriesen. Laut Mosseri sollen **kleinere Accounts** von einer Priorisierung **profitieren**, die es ihnen erlaubt, schneller eine Community aufzubauen. Ebenso sollen unerlaubt **kopierte Inhalte (Duplicate Content)** in ihrer Reichweite **eingeschränkt** werden, um Originalität zu fördern.

Zudem steht die Diskussion im Raum, das Limit für Hashtags auf fünf zu senken. Dadurch soll die Quantität gesenkt und die Qualität gefördert werden.

HASHTAGS AUF LINKEDIN, TIKTOK & CO. – WIE SIEHT ES DORT AUS?

Die Meinung zu Hashtags und ihre Verwendung scheint, je nach Plattform, sehr unterschiedlich gehandhabt zu werden.

LinkedIn

Hashtags sind auf LinkedIn weiterhin ein wichtiger Bestandteil für Themen - und Branchenzuordnungen. Beiträge mit passenden Hashtags werden in themenspezifischen Feeds angezeigt. Sie sind auch nach wie vor relevant für die Sichtbarkeit.

Allerdings spielt auch hier **Content-Relevanz über Keywords** in Kombination mit Interaktion (Kommentare, Reaktionen, Shares) eine zunehmend größere Rolle.

TikTok

TikTok nutzt Hashtags vor allem zur Initial-Kategorisierung von Inhalten. Im Gegensatz zu Instagram **entscheidet der Algorithmus primär anhand von Nutzersignalen** (Verweildauer, Interaktionen, Shares), welche Inhalte ausgespielt werden. Hashtags wie #fyp (For You Page) verlieren zunehmend an Einfluss. **Keywords in Captions** und **gesprochener Text** im Video (durch Spracherkennung) sind wichtiger geworden.

Facebook & X (ehem. Twitter)

Auf [Facebook](#) bleiben Hashtags eher eine Ergänzung, spielen aber **keine zentrale Rolle mehr im Reichweitenmechanismus**.

Auf X/Twitter sind Hashtags weiterhin ein **zentrales Mittel zur Teilnahme an Diskussionen und zur Trendverfolgung**. Das gilt besonders bei Live-Events oder aktuellen Themen (#BreakingNews, #Events).

BEDEUTUNGSZUWACHS ANDERER RANKING-FAKTOREN

Das Zauberwort heißt: **Interaktionen**.

Je mehr Kommentare, Likes und Shares oder je länger die Verweildauer, desto größer die Reichweitenchance.

Und je mehr Interaktionen mit einem Typ und Thema von Content man sammelt, desto mehr Beiträge werden dazu ausgespielt. Also punkten Inhalte, die genau **auf die Bedürfnisse der Zielgruppe abgestimmt** werden.

Den Content identifiziert der Algorithmus nicht mehr primär durch Hashtags, sondern schon durch Keywords in der Caption. Dadurch gewinnt das Thema SEO **zunehmend an Bedeutung** – also die gezielte Platzierung von Schlüsselbegriffen im Text.



Hashtags werden auf allen Plattformen zum Kategorisieren von Inhalten verwendet.

SIND HASHTAGS NOCH SINNVOLL?

Die kurze Antwort: **Ja – aber anders als früher.**

Statt Masse zählt gezielte Auswahl, die den Content **thematisch sinnvoll ergänzt**. Hashtags sind weiterhin nützlich, um Inhalte in bestimmten Nischen auffindbar zu machen oder sich an

Diskussionen zu beteiligen.

WELCHE ARTEN VON HASHTAGS GIBT ES UND WIE VIELE SOLLTE MAN VERWENDEN?

Die Frage, wie viele Hashtags man konkret verwenden sollte, lässt sich leider nicht pauschal beantworten. Instagram Chef Adam Mosseri betont, man solle **nicht mehr als 5 Hashtags** verwenden. Aber je nachdem welche Nische und welches Thema Du behandelst, können auch durchaus ein paar mehr sinnvoll sein. Daher fährst Du am besten mit einer Strategie, die an das Unternehmen und die gesteckten Ziele angepasst ist.

Wichtig ist in jedem Fall, dass Hashtags in der Caption stehen, die den Kontext des Beitrags sinnvoll einordnen. Dabei gibt es folgende Kategorien:

1. Allgemeine oder generische Hashtags (#Kochen, #Marketing)
2. Nischen-Hashtags (#VeganKochen, #FemaleEntrepreneurs)
3. Marken- und Kampagnen-Hashtags (#EatFresh, #ShareACoke, #Canva)
4. Branchen-Hashtags (#DigitalMarketing, #RecruitingTrends)
5. Community-Hashtags (#FoodieCommunity, #PhotographersLife)
6. Saisonale- und Event-Hashtags (#ChristmasCountdown, #BlackFriday)
7. Trending-Hashtags (#MondayMotivation, #MemeOfTheDay)
8. Lokale Hashtags (#BerlinStartUp, #KölnFoodie)
9. Fun- und Lifestyle-Hashtags (#CoffeeAddict #DogMom)

Außerdem kann man nach der Beliebtheit unterscheiden: Zum einen gibt es Hashtags mit vielen Beiträgen, die oft verwendet werden (High Density). Sie haben eine Chance für hohe Sichtbarkeit, sind aber auch stark umkämpft. Und zum anderen gibt es Hashtags mit wenigen Beiträgen, die nur gelegentlich verwendet werden (Low Density). Diese eröffnen die Möglichkeit, in spezifischen Nischen entdeckt zu werden.

FAZIT

Hashtags sind 2025 kein Reichweiten-Booster mehr, aber nach wie vor ein nützliches Tool, um Inhalte gezielt zu strukturieren und sichtbar zu machen. Entscheidend ist wie der Einsatz von **einigen wenigen, geschickt gewählten Hashtags, in eine ganzheitliche Strategie** eingebunden wird. Diese muss auch Faktoren wie SEO, Engagement-Steigerung und Content-Formate einbeziehen.

Du benötigst Hilfe dabei? Dann [kontaktiere uns](#) gerne!