

SOCIAL MEDIA STUDIE 2025: DIE WICHTIGSTEN ERKENNTNISSE UND STRATEGIEN



Veröffentlicht am 2. Juni 2025 von Maya

Die neueste Studie des Unternehmens [Metricool](#) mit dem gleichnamigen Social Media Management Tool liefert spannende Einblicke in die Entwicklung der wichtigsten Plattformen im Jahr 2024 – und gibt wertvolle Hinweise darauf, wie Unternehmen und Marken ihre Social-Media-Strategie anpassen sollten. Durch die Analyse von über 3 Millionen Profilen und mehr als 40 Millionen Posts ergeben sich klare Trends und [Empfehlungen für 2025](#).

Wir haben die Studie genau unter die Lupe genommen, um Dir die wichtigsten Erkenntnisse zusammenzufassen.

WAS DIE STUDIE ZEIGT: DAS WICHTIGSTE IN ZAHLEN

TikTok bleibt die Plattform mit der größten Dynamik. Die durchschnittliche Reichweite stieg im Jahr 2024 um **70%**, während sich die durchschnittliche Wiedergabezeit um **71%** erhöhte.

YouTube bleibt die Plattform mit der größten absoluten Reichweite. Mit mehr als **2,7 Milliarden aktiven Nutzern** und einem Wachstum der Views von **7,59%** ist YouTube eine feste Größe.

LinkedIn erlebt einen echten Aufschwung: Interaktionen stiegen um **99%**, die Klickzahlen auf externe Links sogar um **122% im Vergleich zu 2023**. LinkedIn entwickelt sich immer stärker von einer reinen Karriereplattform zu einem sozialen Netzwerk für hochwertigen Content.

Facebook zeigt ein gemischtes Bild: Während die Nutzerzahl leicht auf **3 Milliarden** anwuchs, gingen Reichweiten und Interaktionen um bis zu **41%** zurück.

Instagram bleibt eine zentrale Plattform, die verschiedenen Formate performen aber unterschiedlich stark. **Reels erzielen weiterhin die besten Ergebnisse** – im Vergleich zu 2023 zeigen sie allerdings eine rückläufige Leistung.

TRENDS UND EMPFEHLUNGEN

Für kleine Accounts – also Seiten mit unter 2.000 Followern – empfiehlt die Studie den klaren Fokus auf **TikTok** und **YouTube**. Diese Plattformen bieten organisch die meisten Impressionen pro Follower, während **Instagram-Posts** und **X (Twitter)** wenig Chancen für organisches Wachstum bieten.

Beim Engagement hat **LinkedIn** die Nase vorn: Mit einer durchschnittlichen Engagement-Rate von **14,78%** bei kleinen Accounts schlägt LinkedIn alle anderen Plattformen. Ob die **Änderungen am Instagram Algorithmus** zu Beginn des Jahres dem Konkurrenz machen können bleibt abzuwarten. **YouTube** ist zudem weiterhin die Plattform mit den meisten Interaktionen pro Follower.

Wer Klicks auf seine Website oder Landingpages generieren möchte, sollte ebenfalls auf LinkedIn setzen: Dort sind die Klickzahlen am höchsten. Auch **Facebook** bleibt durch seine hohe Linkklick-Rate (durchschnittlich 413 Klicks pro Beitrag) ein wichtiger Kanal für Traffic-Generierung.

Weitere Trends: **Pinterest** wächst kontinuierlich (+55% mehr externe Klicks), **Twitch** verliert stark an Nutzern und Interaktionen, während **X** zwar mehr Impressionen erzielt, aber an Engagement verliert.

ALSO KONKRET: WELCHE PLATTFORM PASST ZU WELCHEM ZIEL?

- **Reichweite aufbauen:** TikTok, YouTube
- **Engagement steigern:** LinkedIn, Instagram (Reels)
- **Traffic und Leads generieren:** LinkedIn, Facebook
- **Visuellen Content und Inspiration verbreiten:** Pinterest

GRAFISCHE ÜBERSICHT: ZU ERWARTENDE

PLATTFORM-PERFORMANCE 2025

Plattform	Reichweite	Engagement	Klicks / Konversion	Anmerkung
TikTok	sehr hoch	gut	mittel	Ideal für Reichweite & Viralität (+70%)
YouTube	hoch	sehr gut	mittel	Beste Skalierung bei Longform-Content
LinkedIn	mittel	sehr hoch	sehr hoch	Top für B2B, Personal Branding
Facebook	sinkend	okay	sehr hoch	Größte Nutzerbasis, gute Klickzahlen
Instagram	leicht sinkend	stabil	mittel	Reels bleiben dominant trotz leichter Verluste (- 20%)
Pinterest	wachsend	moderat	gut	B2C-Chancen, Traffic-Boost möglich
X (ehemals Twitter)	unsicher	schlecht	gering	Vorsicht wegen Image und Reichweite
Twitch	stark rückläufig	schlecht	sehr gering	2025 nicht mehr erste Wahl

POSTING-STRATEGIEN

Mithilfe der Studienergebnisse lässt sich für Unternehmen ableiten, dass eine **stärkere Anpassung** an die jeweilige Plattform und ihre Besonderheiten der Schlüssel zum Erfolg ist. Wir haben das einmal für Dich zusammengefasst:

TIKTOK

Kurze, authentische Videos mit **klarem Storytelling** und **hoher Emotionalität**. Beispiel: Ein lokaler Bäcker zeigt die Entstehung eines Croissants in Zeitraffer, ergänzt durch einen aktuellen TikTok-Trend-Sound. Call-to-Action: „Morgen frisch bei uns!“

YOUTUBE

Kombination aus kurzen YouTube Shorts und längeren How-to- oder Storytelling-Videos.

Beispiel: Ein Fitnessstudio postet regelmäßig Shorts mit 1-Minuten-Workouts und jeden Monat ein längeres Video mit Tipps für Trainingspläne.

LINKEDIN

Fachbeiträge, Studienzusammenfassungen, Einblicke ins Unternehmen und aktive Diskussionseinladungen.

Beispiel: Eine Softwarefirma teilt eine Studie zur Digitalisierung im Mittelstand und fragt in einem Beitrag: „Wie geht Ihr Unternehmen mit diesen Herausforderungen um?“

FACEBOOK

Fokus auf Linkposts und Eventpromotion, weniger auf klassische Bildposts.

Beispiel: Ein Reisebüro postet einen Link zu einer Landingpage für Frühbucherangebote und bewirbt gleichzeitig ein Facebook-Event für einen Reiseinformationsabend.

INSTAGRAM

Plattformübergreifender **Mix aus Reels, Karussell-Posts und ergänzenden Stories**. Schnelle, unterhaltsame Clips, die auch komplexe Inhalte leicht konsumierbar machen.

Beispiel: Ein Modelabel zeigt in einem kurzen Reel die Highlights einer neuen Kollektion, postet ergänzend ein Karussell mit Detailaufnahmen der Produkte und nutzt Stories, um auf limitierte Angebote hinzuweisen.

PINTEREST

Inspirierende Pins mit direkter Verlinkung zu Produktseiten oder Blogs.

Beispiel: Ein Möbelunternehmen erstellt Moodboards („Wohntrends 2025“) und verlinkt jedes Bild direkt zu passenden Shop-Angeboten.

X (EHEMALS TWITTER)

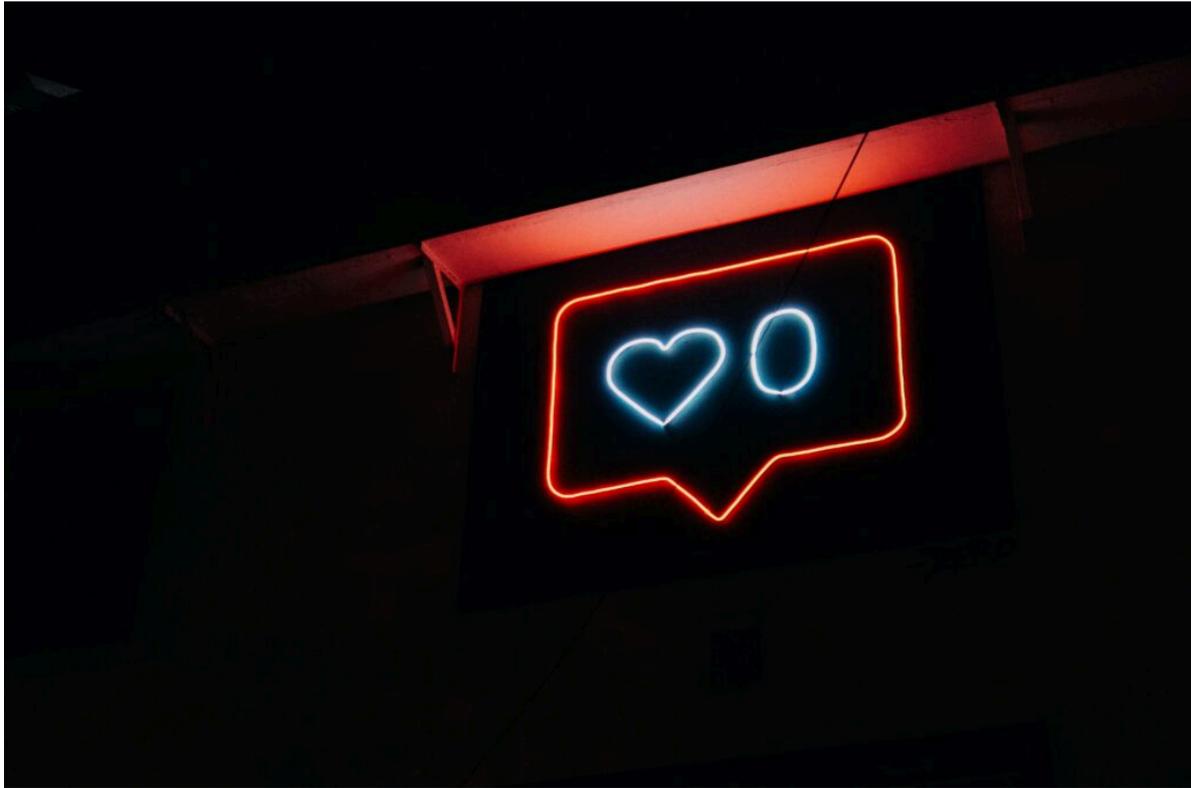
Fokus auf schnellen News-Content, weniger auf Interaktionserwartung.

Beispiel: Ein Finanzdienstleister twittert kurz und knapp aktuelle Zinserhöhungen und verlinkt auf ausführliche Blogartikel.

TWITCH

Aufgrund des starken Rückgangs 2024/2025 ist Twitch derzeit nur noch für spezielle Gaming- oder Live-Event-Formate sinnvoll. Neueinsteiger haben es aber auch hier eher schwer, sich gegen etablierte Streamer durchzusetzen – vor allem wenn der Einstieg ohne bestehende Reichweite von anderen Plattformen erfolgt.

Plattform	Bestes Format	Empfohlene Posting-Frequenz	Kurzer Tipp
TikTok	Kurzvideos mit Trend-Sounds	2–4 Posts pro Woche	Authentisch bleiben, Trends schnell aufgreifen
YouTube	Shorts + ergänzend Longform-Videos	1–3 Shorts + 1 Langvideo pro Woche	Shorts zur Reichweite nutzen, Longform für Community-Bindung
LinkedIn	Fachbeiträge, Karussell-Posts	1–3 Beiträge pro Woche	Relevante Insights teilen, aktiv Diskussionen starten
Facebook	Linkposts, Event-Posts	2–4 Posts pro Woche	Links prominent platzieren, Inhalte auf Zielgruppen ausrichten
Instagram	Reels, Karussell-Posts	2–3 Reels/Posts, 1–2 Karussells pro Woche, täglich 1-2 Stories	Reels priorisieren, Karussells für Mehrwert-Content, Stories gezielt einsetzen
Pinterest	Infografiken, Moodboards mit Links	5–10 Pins pro Woche	Keywords in Pin-Beschreibungen verwenden, saisonale Themen nutzen
X (ehemals Twitter)	Kurznachrichten, Linkposts	1–2 Posts pro Tag	Fokus auf News & Meinungen, Hashtags gezielt einsetzen
Twitch	(Nur für Streaming)	2–4 Streams pro Woche (bei Aktivität)	Wenn Twitch genutzt wird: feste Sendezeiten etablieren



FAZIT: ENTSCHEIDEND SIND DIE RICHTIGEN KANÄLE FÜR DIE RICHTIGEN INHALTE

Die Social-Media-Landschaft wird 2025 **anspruchsvoller**. Erfolg entsteht nicht zufällig, sondern durch eine **gezielte, plattformgerechte Strategie** – wer erfolgreich sein möchte, muss **plattformspezifisch denken**, Zielgruppen genau ansprechen und den **Content clever anpassen**.

Unternehmen, die 2025 auf TikTok und YouTube auf Reichweite setzen, auf LinkedIn und Facebook Leads generieren und auf Instagram kreative Reels veröffentlichen, sichern sich **wertvolle Sichtbarkeit und nachhaltiges Wachstum**.

Gleichzeitig wird klar: Inhalte müssen heute stärker denn je an die Erwartungen und Gewohnheiten der jeweiligen Plattform angepasst werden – ein einmaliger Postplan **reicht längst nicht mehr aus**.

Wer Trends frühzeitig erkennt, Content kreativ aufbereitet und seine Ressourcen effizient einsetzt, wird auch in einem zunehmend wettbewerbsintensiven Umfeld erfolgreich sein.

Du möchtest Deine Social-Media-Strategie auf das nächste Level heben und weißt nicht, wie oder

wo Du anfangen sollst? Dann [melde Dich gerne bei uns!](#) Als erfahrene Social Media Agentur unterstützen wir Dich dabei, Deine **Markenbotschaft optimal zu platzieren, Reichweite aufzubauen und Ziele messbar zu erreichen.**