

Übersicht gängiger Social-Media-Plattformen und deren Eignung

Plattform	Typ / Format	Hauptzielgruppe	Alters- schw erpunkt	Geeignet für Business/Branche	Content-Art	B2B / B2C	Besonderheiten
Facebook	Social Network (Text, Bild, Video, Gruppen)	Breite Massenzielgruppe, viele Altersgruppen	30–65+	Lokale Dienstleister, Einzelhandel, Gastronomie, Vereine, Handwerk, Gesundheitswesen	Beiträge, Events, Gruppen, Marktplatz, Bewertungen	B2C (auch B2B via Gruppen)	Starke lokale Reichweite, ausgereifte Ads, gute Community-/Gruppenfunktion
Instagram	Bild- und Video-Plattform (Feed, Stories, Reels)	Jüngere bis mittlere Zielgruppe, visuell orientiert	16–34	Mode, Beauty, Fitness, Gastronomie, Reisen, Design, E-Commerce, Kreativbranche	Fotos, Reels, Stories, Shopping-Tags	B2C	Fokus auf Ästhetik und Influencer-Marketing, integrierte Shopping-Funktion
TikTok	Kurzvideo-Plattform	Sehr junge Zielgruppe, aber wachsend in älteren Segmenten	16–28	Konsumgüter, Mode, Gastronomie, Unterhaltung, Nischen-Content, Recruiting	Kurzvideos, Trends, Challenges	B2C	Hoher viraler Reichweitenfaktor, algorithmusgetrieben statt followerbasiert
LinkedIn	Berufliches Netzwerk	Fach- und Führungskräfte, Entscheider	25–55	B2B-Dienstleister, IT/Software, Beratung, Recruiting, Agenturen, Industrie	Fachartikel, Unternehmens-Updates, Stellenanzeigen	B2B	Wichtigster Kanal für B2B-Leadgenerierung und Employer Branding
X (ehem. Twitter)	Kurznachrichtendienst	Medien, Politik, Tech-affines Publikum	25–49	Medienunternehmen, Tech, Politik, Kundenservice, Journalismus	Kurztexte, News, Threads	B2B & B2C	Schnellebig, gut für Echtzeitkommunikation und Kundensupport
YouTube	Video-Plattform (lang- und kurzformatig)	Sehr breite Zielgruppe, alle Altersgruppen	18–65+	Bildung/Tutorials, Technik, Handwerk, Beratung, Produktvorstellungen, Unterhaltung	Lange Videos, Shorts, Tutorials, Reviews	B2B & B2C	Zweitgrößte Suchmaschine der Welt, sehr gute Auffindbarkeit über SEO
Pinterest	Visuelle Suchmaschine / Moodboard-Plattform	Überwiegend weiblich, planungs- und kaufaffin	25–54	Möbel/Einrichtung, Mode, DIY, Hochzeit, Garten- und Landschaftsbau, Rezepte	Pins, Infografiken, Produktbilder	B2C	Lange Lebensdauer von Inhalten, hoher Kaufabsicht-Traffic
Xing	Berufliches Netzwerk (DACH-Region)	Fachkräfte im deutschsprachigen Raum	30–55	Regionale B2B-Dienstleister, Mittelstand, Recruiting im DACH-Raum	Unternehmensprofile, Stellenanzeigen, Fachbeiträge	B2B	Besonders relevant für deutschsprachigen Mittelstand und regionales Recruiting
Threads	Textbasiertes Social Network (Meta)	Instagram-Nutzer, jüngeres bis mittleres Publikum	20–40	Marken mit bestehender Instagram-Präsenz, Medien, Lifestyle	Kurztexte, Diskussionen	B2C	Eng mit Instagram verknüpft, wachsende Plattform, Ads noch im Aufbau
Snapchat	Kurzlebige Foto-/Video-Nachrichten	Sehr junge Zielgruppe	13–24	Konsumgüter, Mode, Gaming, Veranstaltungen für junge Zielgruppen	Snaps, Stories, AR-Filter	B2C	Starke AR-/Filter-Funktionen, gute Reichweite bei Teenagern
Reddit	Themenbasierte Foren-Community	Nischenpublikum je nach Subreddit, tech-/interessenaffin	18–34	Nischenprodukte, Software/Tech, Gaming, Community-Aufbau	Diskussionsbeiträge, AMAs, Nischen-Content	B2B & B2C	Sehr community- und authentizitätsgetrieben, Werbung muss subtil sein
WhatsApp Business	Messenger	Bestandskunden, lokale Kundschaft	20–65+	Lokale Dienstleister, Handwerk, Einzelhandel, Kundenservice	Direktnachrichten, Kataloge, Broadcasts	B2C	Direkter 1:1-Kundenkontakt, hohe Öffnungsraten, keine klassische Feed-Reichweite