

Social Media 2020: Hootsuite veröffentlicht Trends für Marketer und Social-Media-Experten

Der „Social Media Trends Report 2020“ von Hootsuite zeigt: Die Beliebtheit von TikTok steigt weiter an, Unternehmen beziehen aktiv Stellung zu relevanten Themen, Marken finden einen Mittelweg zwischen öffentlicher und privater Kundenkommunikation.

Hamburg, 17. Februar 2020 – [Hootsuite](#), Marktführer für Social-Media-Management, veröffentlicht seine [Social-Media-Trends 2020](#). Die vierte Ausgabe des jährlich erscheinenden Reports dokumentiert die weltweiten Trends in den sozialen Medien und zeigt Marketern und Social-Media-Experten die größten Chancen für eine erfolgreiche Social-Media-Strategie 2020 auf.

„Zu Beginn des neuen Jahres orientieren sich Unternehmen neu und überdenken ihre Strategien für die kommenden Monate“, sagt **Henk Campher, VP Corporate Marketing bei Hootsuite**. „Die Social Trends, die wir bei Hootsuite identifiziert haben, bieten Unternehmen genau die Werkzeuge, die sie benötigen, um 2020 außergewöhnliche Mitarbeiter- und Kundenerlebnisse zu generieren.“

Für Marken steht 2020 der private Dialog mit ihren Kunden – beispielsweise via Messenger – im Vordergrund, ebenso wie geschlossene Gruppen. Die klassische Kommunikation via Social Media Feed rückt in den Hintergrund. Unternehmen müssen hier trotzdem darauf achten, über jeden Kanal ein einzigartiges Kundenerlebnis zu schaffen.

Marken beziehen zudem zu den wichtigsten aktuellen Themen weltweit Stellung und sichern sich so das Vertrauen ihrer Mitarbeiter, was sich wiederum in deren Post-Verhalten in den sozialen Netzwerken widerspiegelt.

Die Video-Sharing-Plattform TikTok wird 2020 die Social-Media-Landschaft durcheinanderwirbeln. Auch wenn die Kernzielgruppe von TikTok, die Generation Z, nicht zur eigentlichen Zielgruppe vieler Unternehmen gehört, sollten Marketer trotzdem darüber nachdenken, ihre Zielgruppen abseits der gängigen sozialen Netzwerke anzusprechen.

„In Kombination bieten diese Trends großartige neue Möglichkeiten für Marken, um 2020 und darüber hinaus eine tiefere, authentischere und nachhaltigere Verbindung zu ihren Kunden aufzubauen – Social Media steht dabei im Mittelpunkt“, fügt Campher hinzu.

Die Hootsuite Social-Media-Trends 2020 im Überblick:

1. Marken finden einen Mittelweg zwischen öffentlicher und privater Kundenkommunikation

Der Anstieg der direkten Kundenkommunikation via Messenger oder in geschlossenen Gruppen hat die Bedeutung des klassischen Social Media Feeds nicht geschmälert. Dieser ist nach wie vor ein essentielles

Instrument zur Kundengewinnung und der Steigerung der Markenbekanntheit. Der Schlüssel liegt jedoch darin, personalisierte und nahtlose Erlebnisse über alle Kanäle hinweg zu generieren und gleichzeitig eine engere Kundenbeziehung durch den Mix aus personalisierter Kommunikation und Automatisierung zu schaffen.

2. Arbeitgeber beziehen Stellung

Mitarbeiter erwarten, dass ihr Arbeitgeber zu aktuellen Themen Stellung bezieht. Weltweit wird der eigene Arbeitgeber als deutlich vertrauenswürdiger angesehen als NGOs, andere Unternehmen, Regierungen oder die Medien. Fortschrittliche Unternehmen nutzen das und schaffen eine starke interne Unternehmenskultur und stärken ihre Position durch ihre Mitarbeiter und entsprechende Customer-Advocacy-Modelle.

3. TikTok verändert den Status Quo

Mit mehr als 800 Millionen aktiven Nutzern pro Monat und einem Durchschnittsalter von 16 bis 24 Jahren setzt TikTok auch in diesem Jahr seinen Aufstieg fort. Die Popularität von TikTok liefert dabei wertvolle Einblicke in die Zukunft von Social Media, Content und der Zusammenarbeit. Marketer sollten TikTok dementsprechend im Auge behalten und diese Erkenntnisse nutzen, um ihre Strategien in den etablierten sozialen Netzwerken anzupassen und sich bereit für die nächste Social-Generation zu machen.

4. Social-Marketing trifft auf Performance-Marketing

Marketer stehen gerade im Social-Media-Bereich unter dem Druck, ihr eigenes Skill Set zu erweitern. Auch Brand-Awareness-Profis und Community-Building-Experten müssen sich künftig stark mit dem Thema Performance-Marketing auseinandersetzen und einen Mittelweg zwischen der täglichen Kundenkommunikation und langfristigen Strategien finden, um die eigene Marke zu stärken, sich vom Wettbewerb abzuheben und die Zufriedenheit der Kunden zu steigern.

5. Social Proof gewinnt an Bedeutung

Neue Social-Commerce-Funktionen komplettieren den Sales Funnel und generieren wertvolle Konvertierungsdaten entlang der Customer Journey. Diese Daten liefern einen holistischen Blick auf die Buyers Journey der Kunden und sorgen so für eine gesteigerte Markenwahrnehmung.

Hootsuits Report *Social Media Trends 2020* wurde im dritten Quartal 2019 erstellt. Er basiert auf einer Umfrage unter 3.100 Marketern und Interviews mit Branchenexperten. Der Report beinhaltet nicht nur die Trends, sondern auch Hootsuits Empfehlungen, um die Chancen der Entwicklungen hinter den Trends zu nutzen. Dazu gehören umfassende Best-Practices-Beispiele. Der Report *Social Media Trends 2020* steht [hier](#) zum Download bereit.

Über Hootsuite

Hootsuite ist die am meisten verwendete Social-Media-Management-Plattform mit weltweit über 18 Millionen Nutzern. Gegründet wurde das Unternehmen 2008 von Ryan Holmes in Vancouver, Kanada. Hootsuite ist heute an



12 internationalen Standorten mit knapp 1.000 Mitarbeitern vertreten. Die Plattform liefert zentral Content aus, misst und analysiert Social-Media-Aktivitäten in Echtzeit und ist um über 250 Business-Applikationen wie Salesforce oder Adobe erweiterbar. Das intuitive Dashboard ermöglicht das einfache Handling von zahlreichen sozialen Netzwerken, darunter Facebook, Twitter, LinkedIn, Pinterest, YouTube, Instagram, WeChat und Wordpress und kann auf die spezifischen Erfordernisse von Unternehmen angepasst werden. So bauen Anwender Kundenbeziehungen auf, analysieren die Bedürfnisse des Marktes und steigern ihren Umsatz.

Weitere Informationen unter <https://hootsuite.com/de/>