

Social Media 2021: Hootsuite veröffentlicht die fünf wichtigsten Social-Media-Trends 2021

Der „Social Media Trends Report 2021“ von Hootsuite hilft Marketern, das kommende Jahr neu für sich zu definieren

Hamburg, 8. Dezember 2020 [Hootsuite](#), Marktführer für Social-Media-Management, veröffentlicht seinen [Social Trends Report 2021](#). Die fünfte Ausgabe des jährlich erscheinenden Reports unterstützt Marketer dabei, sich 2021 in der sich schnell verändernden Konsumlandschaft zurechtzufinden. Die Trends zeigen, worauf es nach einem Jahr der Neudefinition der sozialen Medien und des digitalen Wachstums – mit 4,1 Milliarden Social-Media-Nutzern weltweit – jetzt ankommt.

„Zwar würden wir alle das Jahr 2020 am liebsten vergessen, doch hat es sowohl die Gesellschaft als auch die Unternehmenswelt nachhaltig verändert. In einem Jahr, das von einer globalen Krise, sozialen Unruhen und weitverbreitetem Misstrauen geprägt ist, bietet der Social-Media-Trends-Report von Hootsuite einen positiven Ausblick auf die Zukunft der sozialen Medien“, **sagt Henk Campher, VP Corporate Marketing bei Hootsuite**. „Täglich erstellen 14 Menschen pro Sekunde einen neuen Social-Media-Account. Durch Social Distancing haben sich der Lebensstil und die Erwartungen der Verbraucher verändert. Um damit Schritt halten zu können, müssen Unternehmen auch ihre Marken neu aufstellen.“

Die fünf Social-Media-Trends von Hootsuite für das Jahr 2021:

1. Das Rennen um den ROI: Social Media schlägt die Brücke zu einer neuen Customer Experience

Während Unternehmen darum kämpfen, durch die Pandemie entgangene Umsätze wieder gut zu machen, setzen Marketer auf Social Media, um zwei gleichermaßen dringlichen Anforderungen gerecht zu werden. Sie können zum einen mit gezielten Performance-Marketing-Taktiken einen kurzfristigen ROI erzielen und zum anderen innovative digitale Erlebnisse entwickeln, die für langfristige Kundenloyalität sorgen.

2. Schweigen ist Gold: Marken finden ihren Platz in der Konversation

Der deutliche Anstieg in der Social Media-Nutzung eröffnete Marken in diesem Jahr eine Vielzahl neuer Möglichkeiten. Doch etliche haben das Ziel verfehlt, weil sie zu früh eingestiegen sind. Smarte Marken hören erst einmal zu, bevor sie mit kreativen, originellen und angemessenen Ideen in die Social Media-Konversation einsteigen und so Aufmerksamkeit auf sich ziehen.

3. Eine Generation, die von vielen Marketern außer Acht gelassen wird, boomt auf Social Media

Durch intelligente Segmentierung und eine durchdachte Darstellung können Marketer die Baby Boomer in ihre Social-Media-Strategie integrieren und sichern sich damit gegenüber Marken, die immer noch in Sterotypen denken, einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil.

4. Die Verbindung von Engagement und Identität liefert fortschrittlichen Marken neue Impulse

Jahrelang erwies sich die Verknüpfung von Social-Media-Interaktionen mit Kundenidentitäten für Marketer als schwer fassbares Ziel. Mit neuen Impulsen und dem Augenmerk

der Führungskräfte auf Social Media als Instrument zur Aufrechterhaltung relevanter Kundenbeziehungen, wird es nun Zeit, die Kluft zwischen Engagement und Kundenidentität zu schließen.

5. Mutige Marken beweisen sich nicht erst an der Social-Media-Front, sondern bereits in der Vorstandsetage

In einem von sozialen Umwälzungen geprägten Jahr sahen sich Marketer immer wieder genötigt, öffentlich Themen anzusprechen, mit denen sich ihre Unternehmen bisher nie ernsthaft befasst hatten. Anstatt Social Media als Sprachrohr für leere Versprechungen zu nutzen, greifen effiziente CMOs nun auf die von ihrem Social-Media-Team zusammengestellten Informationen zurück, um das Unternehmen und deren Strategie an die neuen Ansprüche der Verbraucher, die neuen Wege des Commerce und den neuen Wachstumskurs anzupassen.

Weitere Ergebnisse des Reports im Überblick:

- **Das oberste Ziel von Social Marketern ist die Kundenakquise:** 73 Prozent aller befragten Marketer gaben an, dass die Akquise von Neukunden 2021 höchste Priorität hat, während es letztes Jahr lediglich von 46 Prozent der befragten Marketer als wichtigste Aufgabe angesehen wurde.
- **Instagram gibt den Ton an:** 60 Prozent der Unternehmen planen ihr Budget für Instagram zu erhöhen. Doch auch für Facebook, YouTube und LinkedIn will die Hälfte der befragten Unternehmen ihre Ausgaben erhöhen.
- **Social Data schafft Selbstvertrauen:** 85 Prozent der Unternehmen, die Social Data in andere Systeme integrieren, vertrauen darauf, dass sie den ROI ihrer sozialen Medien exakt quantifizieren können.

„2020 haben unsere Kunden phänomenale Arbeit geleistet, indem sie ihre Strategien schnell angepasst und einen kreativen integrierten Ansatz für ihre Social-Media-Aktivitäten entwickelt haben. Mit den Social-Media-Trends hoffen wir, ihnen das Selbstvertrauen zu geben, das sie brauchen, um 2021 eine neue dynamische Phase des Social-Media-Wachstums zu meistern“, sagt Campher.

Hootsuites Report *Social Media Trends 2021* wurde im dritten Quartal 2020 erstellt und basiert auf einer Umfrage unter 11.189 Marketern sowie Interviews mit Branchenexperten und Daten von Deloitte, Edelman, eMarketer, Forrester, GlobalWebIndex, The CMO Survey und anderen. Der Report kombiniert wertvolle Ergebnisse mit Quick Wins und Branchenbeispielen. Der vollständige Report 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/>