

Social Media Trends 2025

Wohin geht es bei Instagram, TikTok, X, LinkedIn, Facebook, BeReal!, Snapchat, OnlyFans und Co?

Ein Sachbuch, Arbeitsbuch, Impulsgeber und eine Ideensammlung für kleine und große Unternehmen, die sich fit machen wollen, für eine Welt, in der der richtige Umgang mit Social Media und Künstliche Intelligenz über den Erfolg entscheiden wird.

Ganz im Sinne eines praxisnahen Arbeitsbuches beinhaltet diese Ausgabe mindestens:

- **57** themenspezifische Zitate mit Quellenangabe
- **86** Leseempfehlungen für das Vertiefen der einzelnen Themen
- **92** Podcast-Empfehlungen, um weiter in die einzelnen Themen hineinzuhören
- **282** praktische Fragen zur Selbstreflexion und Vorbereitung auf die Trends
- **402** Verlinkungen zu Anbietern, Werkzeugen, Online-Tools und digitalen Angeboten

Geschrieben von Daniel Elger de Castro Luís

© 2024 | 2025 Daniel Elger de Castro Luís

Verlagslabel: ELGER PUBLISHING

ISBN Softcover: 978-3-384-43198-1

ISBN Hardcover: 978-3-384-43199-8

ISBN E-Book: 978-3-384-43200-1



Druck und Distribution im Auftrag :

tredition GmbH, Heinz-Beusen-Stieg 5, 22926 Ahrensburg, Germany

Das Werk, einschließlich seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Für die Inhalte ist, sofern nicht anders beschrieben, Daniel Elger de Castro Luís verantwortlich. Jede Verwertung ist ohne vorherige schriftliche Genehmigung unzulässig. Die Publikation und Verbreitung erfolgen im Auftrag von ELGER PUBLISHING, Daniel Elger de Castro Luís, Bahnhofstr. 8, 90537 Feucht, zu erreichen unter: tredition GmbH, Abteilung "Impressumservice", Heinz-Beusen-Stieg 5, 22926 Ahrensburg, Deutschland. Für die Inhalte ist Daniel Elger de Castro Luís verantwortlich.

Inhalt

Vorwort	7
Hole das Beste aus diesem Buch für dich heraus	10
Trend 25-1: KI wird immer mehr zum Social Media Manager	13
<i>Welche Social Media Aufgaben können durch KI delegiert werden?</i>	16
<i>Wie verändert KI die Content-Erstellung für Social Media?</i>	18
<i>KI-Tools für das Social Media Kampagnen Management</i>	28
<i>Praktische Tipps, um KI sinnvoll in die Social Media-Strategie zu integrieren</i>	44
Trend 25-2: Chinas steigender Einfluss – Wie TikTok & Co. die globale Social-Media-Landschaft verändern	50
<i>Wie hat sich der chinesische Social-Media-Markt entwickelt?</i>	52
<i>Welche Rolle spielt KI bei den chinesischen Social-Media-Plattformen?</i>	57
<i>Beispiel: Chinas Social Media Storytelling und die Kontrolle über die Narrative zu Tibet und dem Dalai Lama</i>	67
Trend 25-3: Social Media lässt TV und Google hinter sich	72
<i>Wie können Unternehmen die steigende Beliebtheit von Plattformen wie TikTok und Instagram optimal für ihre Marketingstrategien nutzen?</i>	78
<i>Welche Auswirkungen hat die Verschiebung des Konsumverhaltens auf das Werbebudget von Unternehmen?</i>	80
<i>Was ist der Unterschied zwischen Push- und Pull-Werbung?</i>	85
Trend 25-4: Social Commerce wird auf Social Media immer wichtiger	92
<i>Welche Plattformen eignen sich am besten für Social Commerce?</i>	94
<i>Welche Rolle spielt die Customer Experience bei Social Commerce?</i>	98
Trend 25-5: Nur wer relevant für die Zielgruppe ist, hat Erfolg	117
<i>Was macht Inhalte auf Social Media heute relevant?</i>	118
<i>Die richtige Kommunikation zur richtigen Zeit</i>	119
<i>Wie schafft man authentische Inhalte, die Vertrauen aufbauen?</i>	120
<i>Warum ist Authentizität gerade beim Employer Branding und Social Media Recruiting extrem wichtig?</i>	122
<i>Welche Rolle spielen Mikro- und Nano-Influencer für die Authentizität?</i>	124
<i>Wie lässt sich der Relevanz und Authentizität messen?</i>	126
Trend 25-6: Vertrauen schlägt Reichweite – Der Trend zum Micro Influencer verstärkt sich	138
<i>Was sind Micro- und Nano-Influencer?</i>	139

Trend 25-7: Der Trend geht weiter zum User Generated Content	161
<i>Wie können Unternehmen User Generated Content fördern?</i>	165
Trend 25-8: Der Trend Augmented Reality bleibt	177
Trend 25-9: Der Kampf um Sekunden – Der Trend sinkender Aufmerksamkeit verstärkt sich weiter	190
<i>Wie hat sich die Aufmerksamkeitsspanne der Nutzer verändert?</i>	191
<i>Warum ist gerade der erste Eindruck so entscheidend?</i>	196
<i>Snapchat und BeReal! – Zwei Große in der Welt der besonders kleinen Inhalte</i>	202
<i>Kurze Aufmerksamkeitsspanne – Was passiert im Gehirn?</i>	207
Trend 25-10: Ethik und Nachhaltigkeit setzen sich als Trend immer stärker durch	212
<i>Die aktuelle Herausforderung mit der Plattform X</i>	219
Trend 25-11: Content Ownership – Wem gehört dein Content?	237
<i>Wie können Unternehmen durch Content Ownership zusätzliche Umsatzquellen erschließen?</i>	241
Trend 25-12: Neue Plattformen mit trendigen Features	257
<i>Wie funktioniert OnlyFans?</i>	263
<i>Wie können Unternehmen und Marken von diesen neuen Social Media Plattformen profitieren?</i>	270
Trend 25-13: Ephemeral Content – Vergängliche Inhalte bleiben relevant	275
<i>Was ist Ephemeral Content, und warum hat er sich so rasant in Social Media etabliert?</i>	275
Trend 25-14: Gesundheits- und Awareness-Themen setzen sich durch	289
<i>Wie beeinflusst Social Media das mentale Wohlbefinden?</i>	290
<i>Mental Health für Mitarbeiter – Vorteile für Arbeitgeber</i>	300
Trend 25-15: Der Negativ-Trend Social Media Sucht greift um sich	308
<i>Ab wann ist man süchtig?</i>	310
<i>Wie läuft Onlinesucht im Gehirn ab?</i>	314
<i>Merkmale für eine Online- oder Social Media Sucht</i>	315
<i>Wie beeinflusst das ständige Online-Sein unsere psychische Gesundheit?</i>	322
Anhang 1: Soziale Medien und psychische Gesundheit von Jugendlichen – Das Gutachten des U.S. Surgeon General	344
Trend 25-16: Rechtliche Grenzen werden immer wichtiger – Social Media ist kein rechtsfreier Raum	357

<i>Welche rechtlichen Rahmenbedingungen müssen Unternehmen beachten, wenn sie KI-Tools in der Social Media-Content-Erstellung einsetzen?</i>	360
<i>Das Recht auf Löschung und das „Recht auf Vergessenwerden“</i>	362
<i>Wie sieht es bei Hassrede und Cybermobbing auf Social Media aus?</i>	363
<i>Wie müssen Unternehmen ihre Social Media-Werbung kennzeichnen, um den Anforderungen gerecht zu werden?</i>	365
<i>Was ist bei der Verwendung von Musik, Bildern oder Videos auf Social Media zu beachten?</i>	367
<i>Was man über Creative Commons wissen sollte</i>	372

Trend 25-17: Customer Support 2.0 – Community Management als Schlüssel zum Erfolg	388
Epilog – Trends in der Praxis testen – Ein persönlicher Ausblick	406
Von der Theorie zur Praxis – Deine Chance, durch passende Workshops Social-Media-Trends zu meistern!	411
Social Media Trends 2024 – Immer noch topaktuell und voller Praxistipps	425
Corporate Psychopathy	428
Über den Autor – Daniel Elger de Castro Luís	429
Abenteuer Eltern – Deine Reise zur liebevollen Erziehung	430
Bildung neu gedacht – Die Vision hinter MythriQ	431

Vorwort

Hier sitzen wir nun. Ein Jahr später und Social Media Trends geht in die 2025er Runde. Was bin ich stolz darauf, diese neue Runde dank Eurer positiven Resonanz als Leser drehen zu dürfen. Auch zu dieser Ausgabe möchte ich, bevor wir mit den Social Media Trends für 2025 beginnen, ein paar Worte sagen.

Zunächst möchte ich meine Position zum **Gendern** aus SoMeT2024 wiederholen. Ich finde das Thema extrem wichtig und stehe hinter den Ideen, unsere Sprache weiterzuentwickeln und dementsprechend zu verändern. Ich bin dafür, die Veränderungen zu diskutieren und so wie es bei Sprache üblich ist, Veränderungen auf natürliche Art und Weise zu übernehmen. Der Hype um dieses Thema ist auch eine Art Trend, der aufkommt, teilweise sehr extrem und kontrovers diskutiert wird, wieder abflacht nur um dann wieder aufzukommen. **Ich freue mich persönlich darauf, zu sehen, wohin die Entwicklung unserer Sprache noch geht, an der auch meine Kinder und deren Kinder mitarbeiten werden.** In diesem Buch habe ich die momentanen und aktuellen Genderempfehlungen noch nicht übernommen. Phonetisch und sprachlich entsprechen diese noch nicht der Qualität, die ich in Zukunft noch erwarte. Das bedeutet, dass ich in diesem Buch prinzipiell, trotz der (viel zu oft, weil daran gewöhnt) verwendeten männlichen Form, alle Geschlechtsformen, egal ob männlich, weiblich oder divers meine. Ich hoffe, ich kann das zukünftig besser machen.

Was ich auch erwähnen möchte ist, dass dieses Buch eine **Momentaufnahme** aktueller Trends ist, mit denen ich bei meiner täglichen Arbeit zu tun habe. Ich bin kein Technik-Experte, jedoch ein Technik-Liebhaber. Verzeiht es mir bitte, wenn sich an der einen oder anderen Stelle Verständnisfehler meinerseits eingeschlichen haben. Ihr findet in diesem Buch auch Dutzende Zitate, deren Quellen meist englischsprachige Kanäle sind. Da ich kein Profiübersetzer bin, hoffe ich, dass ich bei der Übersetzung die Inhalte so rüberbringen konnte, wie sie der Autor oder die Autorin gemeint hatten.

Da ich extrem viel auf **Englisch** lese und mich in diesem Sprachumfeld aufhalte, habe ich bei den unzähligen Buchtipps und Podcastempfehlungen in dieser Ausgabe entschieden, eher auf die englischsprachigen Quellen hinzuweisen und weniger deutsche Vorschläge einzuarbeiten. Bitte gebt mir ruhig Feedback, ob das für Euch so in Ordnung ist. Auf meiner Website, www.danielelger.de, wird es in Kürze eine Linksammlung gegen, die sich auch ständig verändern und wachsen wird. Hier hoffe ich dann die Aktualität bieten zu können, die mir ein gedrucktes Buch leider nicht ermöglicht.

Was Ihr beim Vergleich der Trends zur Ausgabe 2024 merken werdet ist, dass sich einige Trends aus dem vorherigen Buch vom Thema her scheinbar wiederholen. Es gibt Trends, die gleich klingen, sich aber inhaltlich weiterentwickelt und verändert haben. In diesem Buch gehe ich bei diesen vermeintlichen Dopplern auf diese Veränderungen im Vergleich zum Vorjahr ein. Gebt mir bitte auch hierzu gerne Euer **Feedback**.

Ihr werdet ebenfalls bemerken, dass es in diesem Buch wieder nicht einfach nur darum geht, technische Trends oder Marketingtrends zu nennen und zu beschreiben. Es geht mir auch in dieser Ausgabe darum, sich entwickelnde **gesellschaftliche Trends** zu zeigen, die sich aus unserem **Medienkonsumverhalten** entwickeln. Diese möchte ich mit euch durchaus bewusst kontrovers hinterfragen. Themen wie die immer auffälliger werdende Social Media Sucht, die Rolle Chinas in der Social Media Welt oder der sich verstärkende rechtliche Aspekt von Social Media sind deshalb genauso spannende Trendthemen wie die allgegenwärtige KI oder Augmented Reality. In den USA ist Donald Trump soeben erneut zum Präsidenten gewählt worden – auch durch die Unterstützung eines Multimilliardärs, der im Besitz einer eigenen KI und eines eigenen Social-Media-Kanals ist. Wie sich das in Zukunft auf Social Media und unsere Kommunikation auswirken wird, bleibt abzuwarten. Auch hierzu oder zu anderen aktuellen Trends dürft Ihr gerne Euer Feedback geben.

Und abschließend möchte ich darauf hinweisen, dass ich auch bei diesem Buch selbst nicht auf die Mitarbeit von **KI-Tools** verzichtet habe. Ideengenerierung, Erstentwürfe, Bilder und Übersetzungen sind mit Hilfe von **chatGPT 4o, deepL, Google Translator, Dall-E, Midjourney, neuroflash** und **grammarly** entstanden. Natürlich habe ich alle Inhalte geprüft und überarbeitet. Noch entspricht der Output der KI-Tools nicht dem Stil und der Tonalität, die ich mir vorstelle. Und nach der Verbindung zwischen openAI und dem Springer-Verlag (BILD) bin ich sehr vorsichtig, was den Output dieser KI angeht. Trotz aller Vorsicht und Korrekturen könnte es jedoch sein, dass mir hier oder da eine Korrektur durchgerutscht ist. In diesen Fällen bitte ich schon vorab um Entschuldigung und würde mich über ein dementsprechendes Feedback freuen, damit ich in Zukunft darauf achten kann.

Die vorherige Ausgabe „**Social Media Trends 2024**“ ist Dank euch, liebe Leser, sehr gut gelaufen. Unter anderem wurde das Buch für den **TIGER AWARD 2024** in der Kategorie „**Business Bestseller des Jahres 2024**“ nominiert und wurde in die Sprachen **Englisch** und **Spanisch** übersetzt. Die Inhalte sind größtenteils immer noch topaktuell. Es lohnt sich für Euch also immernoch, auch in „**Social Media Trends 2024**“ einen Blick hineinzuworfen, was mich natürlich persönlich sehr freuen würde.

Ich wünsche Euch auf jeden Fall bei der Lektüre dieser Ausgabe viel Spaß und viele Impulse für eure Arbeit mit Social Media. Schreibt mir gerne, falls ihr Ideen, Anmerkungen oder Wünsche für zukünftige Ausgaben habt eine Nachricht an **mailto@danielelger.de**.

Euer Daniel

29. Oktober 2024

*„Die Art und Weise wie wir
mit Social Media und künstlicher Intelligenz
als Gesellschaft momentan umgehen,
ist vergleichbar damit,
einen Koffer, der den roten Abschussknopf
für alle Atomwaffen dieses Planeten beinhaltet,
offen und unbeaufsichtigt in einen Kindergarten
voller spielender Kinder zu legen und zu hoffen,
dass alles gut geht.“*

*Daniel Elger de Castro Luís
Oktober 2024*

Hole das Beste aus diesem Buch für dich heraus

Die Welt von Social Media verändert sich schneller, als wir es uns jemals hätten träumen lassen. Was gestern noch als der neueste Hype galt, kann morgen bereits überholt sein. Doch während die Plattformen, Algorithmen und Trends in einem ständigen Wandel sind, bleibt eines gleich: Social Media ist ein zentraler Bestandteil unserer Kommunikation und unserer Geschäftswelt. Social Media beeinflusst, wie Marken und Unternehmen mit ihren Kunden interagieren, wie sie wahrgenommen werden und welche Erfolge sie erzielen.

Die große Frage dabei lautet: Wie kannst du bei diesem rasanten Tempo an Veränderungen den Überblick behalten? Genau darum geht es in diesem Buch. **Es ist keine Ansammlung trockener Theorien, sondern ein Praxisbuch, das dir zeigen soll, wie du die aktuellen Social Media Trends nicht nur erkennst, sondern aktiv zu deinem Vorteil nutzen kannst.** Du hältst hier ein Werkzeug in der Hand, das dir helfen soll, kreative Wege zu finden, dein Unternehmen oder deine Marke auf das nächste Level zu heben. Die Frage ist nicht, ob du diese Trends anwenden solltest, sondern wie du es am besten und effektivsten für dein Unternehmen tust.

Die Chancen, die in den Trends 2025 stecken

Jeder Social Media Trend, den du in den kommenden Kapiteln entdecken wirst, bietet dir eine neue Möglichkeit, dein Business zu transformieren und weiterzuentwickeln. Künstliche Intelligenz (KI) verändert bereits nachhaltig die Art und Weise, wie wir Inhalte erstellen und verbreiten. Algorithmen sind heute so gut programmiert, dass sie nicht nur analysieren, was deine Zielgruppe mag, sondern sogar vorhersehen, was sie in Zukunft interessieren könnte. Doch KI ist nicht der einzige Trend. In den kommenden Kapiteln wirst du auch auf Themen wie Content Ownership, Community Management 2.0 und die immer größer werdende Rolle von Social Commerce stoßen.

Es ist mir jedoch wichtig, dass du bei der Lektüre dieses Buches auf folgende Grundregel achtest: **Nicht jeder Trend passt zu jeder Marke, zu jedem Unternehmen oder jedem Anwender.** Das bedeutet, dass du bitte nicht blind jedem Hype aus diesem Buch folgen solltest. Stattdessen ist es deine Aufgabe, die Trends zu identifizieren, die zu deinem Unternehmen, deiner Zielgruppe und eben auch zu dir ganz persönlich passen. Du kennst deine Marke am besten – und dieses Buch soll dir helfen, die richtigen Entscheidungen zu treffen.

Mut zum Experimentieren – Der Weg zum Erfolg

In einer Geschäftswelt, in der sich alles ständig und immer schneller verändert, besteht meiner Erfahrung nach einer der größten Fehler darin, sich Veränderungen aus Prinzip zu verweigern. „So haben wir das schon immer gemacht“ und der Vergleich mit „früher“ findet sich immernoch allzu oft im Mindset von Führungskräften und Geschäftsführern. Die Kommunikation über Social Media lebt von Kreativität, Mut und dem Willen, neue Dinge

auszuprobieren. Ob die in diesem Buch vorgestellten Trends bei dir erfolgreich sein können, findest du nur dadurch heraus, dass du nicht nur darüber liest, sondern sie zumindest versuchst in die Praxis umzusetzen. Es ist in Ordnung, dabei nicht alles sofort perfekt zu machen – Fehler gehören dazu. Try And Error! Social Media ist ein dynamisches Spielfeld, und gerade die Fehler führen oft zu den besten Erkenntnissen. Dafür benötigst du eine gesunde Fehlerkultur und musst vielleicht den Perfektionismus etwas runterschrauben. Es lohnt sich aber.

Frage dich deshalb: **Bin ich bereit zu experimentieren?** Es geht darum, zu lernen, sich anzupassen und im besten Fall neue Wege zu gehen, die noch niemand, oder keiner deiner Wettbewerber, vor dir betreten hat. Genau das macht Social Media so spannend: Du hast die Freiheit, kreativ zu sein und dabei vielleicht selbst Trends zu setzen.

Welche Trends passen zu mir und meiner Marke?

Bevor du dich jedoch ins Abenteuer stürzt, solltest du dir eine wichtige Frage stellen: **Welche Trends passen zu meiner Marke?** Die Antwort hängt von vielen Faktoren ab: Deiner Zielgruppe, deinem Geschäftsmodell, deiner langfristigen Strategie, den vorhandenen Ressourcen und vor allem von dir und deiner Persönlichkeit. All dies sind Themen, die du vorher, bevor du Social Media Trends ausprobierst, für dich und dein Unternehmen bearbeitet haben solltest. Es ist verlockend, jeden neuen Trend sofort aufzugreifen – doch nicht jeder Trend wird dir den gewünschten Erfolg bringen. Deshalb geht es hier nicht nur darum, alles zu übernehmen, was angesagt ist, sondern gezielt die Trends zu wählen, die deinem Unternehmen den größten Mehrwert bieten.

Fragen, die dir bei der Auswahl der passenden Trends helfen

- Kenne ich meine Zielgruppe? Habe ich eine klare Zielgruppendefinition zur Hand?
- Welche Bedürfnisse hat meine Zielgruppe? Welche Probleme kann ich für sie lösen?
- Auf welchen Kanälen ist meine Zielgruppe unterwegs? Wie kommuniziert sie?
- Passt der Trend den ich ausprobieren möchte zu meiner Markenidentität?
- Bleibe ich mir und meinen Werten treu, wenn ich dem ausgewählten Trend folge?
- Bleibe ich dabei für meine Zielgruppe authentisch und vor allem glaubwürdig?
- Habe ich die notwendigen Ressourcen, um die ausgewählten Trends erfolgreich und nachhaltig umzusetzen (Wille, Zeit, Budget, Manpower)?

Wenn du diese Fragen für dich und dein Unternehmen beantworten kannst, wirst du die Social Media Trends in diesem Buch ausprobieren und finden, die wirklich zu deinem Business passen und es nach vorne bringen können.

Mut zur Lücke: Die leeren Zeilen, die du bei den Fragebeispielen wie hier in diesem Buch findest sind dafür gedacht, dass du deine ganz persönlichen Notizen machst und Antworten erarbeitest. Nutze die Lücken, um die Lücken in deiner Social Media Strategie zu füllen. Dies soll ja ein Arbeitsbuch sein, in dem du immer wieder arbeiten kannst, 😊.

Try – Fail – Repeat!

Dieses Buch ist ein Leitfaden und ein Werkzeugkasten, den du nach Belieben nutzen kannst. Du wirst in den kommenden Kapiteln viele konkrete **Beispiele**, **Tipps** und **Strategien** finden, die dir helfen werden, die vorgestellten Trends in die Tat umzusetzen. Doch wie bei jedem Werkzeug liegt der Erfolg darin, wie du dieses anwendest. Nutze dieses Buch, um darin Notizen zu machen, deine Ideen zu entwickeln und deine eigenen Social Media Experimente zu starten. **Übe, mache Fehler, starte neu!** Es geht wie gesagt nicht darum, alles sofort perfekt zu machen, sondern darum, kontinuierlich besser zu werden. Die Social Media Trends, die du hier findest, sind Momentaufnahmen – sie zeigen, wo wir heute stehen und wohin die Reise gehen könnte. Die Zukunft von Social Media wird von denen bestimmt, die mutig genug sind, neue Wege zu gehen und selbst Trends zu setzen.

Was kommt nach 2025?

Vielleicht fragst du dich jetzt schon, was für Trends nach 2025 kommen? Die Veränderungen werden weitergehen. Aktuelle Trends werden wir verinnerlichen, einige werden verschwinden und neue Trends werden auftauchen. Genau das ist das Spannende am Thema Social Media – es bleibt immer dynamisch, immer in Bewegung, immer in Veränderung. Und du hast die Chance, ein Teil dieser Veränderung zu sein.

Ich lade dich ein, dieses Buch als Wegweiser zu nutzen, aber auch über die hier vorgestellten Trends hinauszudenken. Vielleicht hast du eigene Ideen, wie sich die Social Media-Welt in den kommenden Jahren entwickeln könnte. Oder du entdeckst einen neuen Trend, den du in die nächste Ausgabe dieses Buches aufnehmen möchtest. **Ich freue mich schon jetzt auf dein Feedback und deine Erfahrungen – und darauf, mit dir gemeinsam den Blick auf die Social Media Trends 2026 zu richten.**

Trend 25-1:

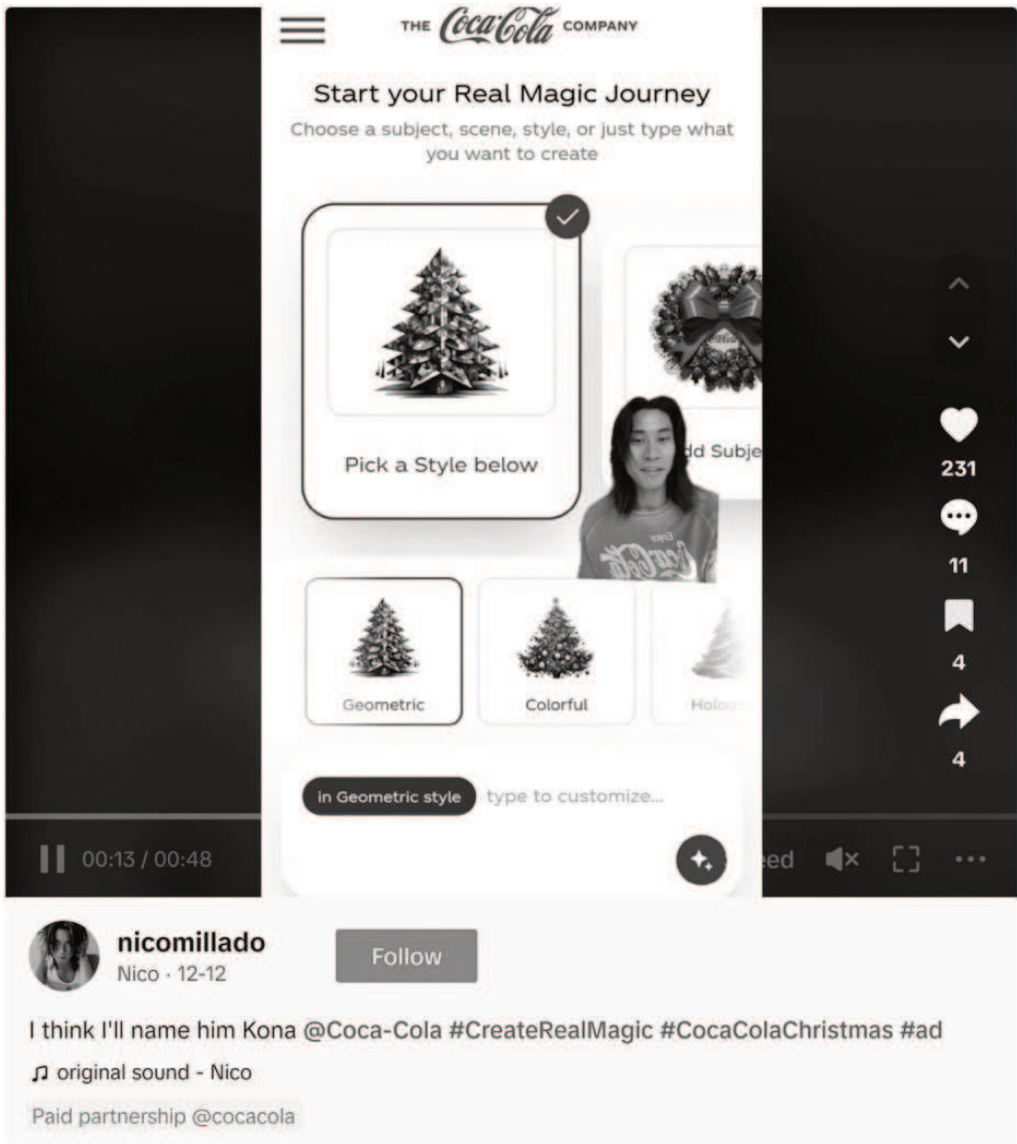
KI wird immer mehr zum Social Media Manager

In den letzten Jahren hat sich die Social Media Landschaft rasant verändert, und einer der stärksten Treiber dieser Veränderung ist die Künstliche Intelligenz. Was vor Kurzem noch wie Science-Fiction klang, ist mittlerweile Alltag in der Welt des Social Media Marketings: KI erstellt nicht nur Inhalte, sondern optimiert sie auch, analysiert das individuelle Verhalten von Nutzern und personalisiert deren Erfahrungen in einem Ausmaß, das man sich noch vor wenigen Jahren kaum hätte vorstellen können. Dabei übernehmen die intelligenten Algorithmen zunehmend Aufgaben, die einst fest in menschlicher Hand lagen – und das nicht nur um einiges schneller, sondern oft auch viel effizienter.

KI ist einer der zentralen Trends, der in den nächsten Jahren die Art und Weise, wie wir unsere Social-Media-Kanäle nutzen und pflegen, revolutionieren wird. Von der **Automatisierung** von Texten und Bildern über die datengetriebene **Personalisierung** von Feeds für deine Zielgruppe bis hin zu automatisierten **Kundeninteraktionen** – der Einfluss der künstlichen Intelligenz ist allgegenwärtig. Marken und Unternehmen setzen bereits auf KI-gesteuerte Social Media Managing Tools wie **Copy.ai**, um in wenigen Sekunden präzise Social Media Posts zu generieren, die perfekt auf die jeweilige Zielgruppe abgestimmt sind.

Die Frage, die sich dabei unweigerlich stellt, lautet: **Wie können Unternehmen, wie kannst du, diesen Trend optimal für sich nutzen?** Denn eines ist klar – wer in der zunehmend automatisierten Welt des Social Media Marketings erfolgreich sein will, muss nicht nur die Technologie beherrschen, sondern auch verstehen, wie man die Balance zwischen Mensch und Maschine findet. Kreativität, menschliche Empathie und strategisches Denken werden weiterhin eine zentrale Rolle spielen. Keine KI, zumindest nach dem Stand heute (November 2024), kann menschliche Beziehungen mit all ihren Nuancen wie Vertrauen, Gefühle, Liebe oder Zweifel herstellen. Die Beziehungsarbeit zu unseren Klienten und Kunden bleibt unser menschliches Ding. Doch KI kann zum Beispiel all jene Aufgaben übernehmen, die repetitiv, zeitaufwendig und oft mühsam sind. So bleibt mehr Zeit für das, was wirklich zählt: Kreative Ideen entwickeln, strategische Zukunftsvisionen erarbeiten, emotionale Authentizität aufbauen und nachhaltige, starke Beziehungen schaffen.

Wie sich das in der Praxis relativ einfach umsetzen lässt, zeigt folgendes Beispiel: **Coca-Cola** hat vor einiger Zeit eine Kampagne gestartet, bei der Nutzer mithilfe von KI ihre eigenen Designs für Coca-Cola-Produkte erstellen konnten. Diese „**Create Real Magic**“-Kampagne war ein voller Erfolg, nicht nur, weil sie kreativ war, sondern auch, weil sie die Kraft der Automatisierung nutzte. Der Algorithmus von **DALL-E**, einem KI-Tool zur Bilderzeugung, generierte in kürzester Zeit Tausende von einzigartigen Designs, die dann in Echtzeit von den Nutzern auf TikTok geteilt wurden. Solche Beispiele zeigen, wie KI nicht nur den Arbeitsaufwand minimieren, sondern auch neue kreative Möglichkeiten eröffnen kann. KI diente hier als Tool für den Menschen, der eine kreative Idee entwickelt hat.



KI wird uns Kreative nicht ersetzen, sondern besser machen!

Was bedeutet dieser Trend für die Zukunft von Social Media?

Die Nutzung von KI geht weit über die Automatisierung einfacher Aufgaben hinaus. Sie verändert grundlegend, wie wir Inhalte erstellen und konsumieren. **Algorithmen werden immer besser darin, vorherzusagen, welche Art von Content bei welcher Zielgruppe am**

besten ankommt – und das in Echtzeit. Diese datengetriebene Präzision ermöglicht es den Mitarbeitenden, die diese Daten richtig auslesen und nutzen können, die Botschaften des Unternehmens genau im für die Zielgruppe richtigen Moment und auf die für die Zielgruppe richtige Weise zu platzieren.

Es ist jedoch wichtig zu betonen, dass KI nicht die Rolle des Menschen ersetzt, sondern ergänzt. Während KI-Aufgaben übernimmt, die auf Mustererkennung und Datenanalyse basieren, bleibt die menschliche Kreativität unverzichtbar. **Erfolgreiche Kampagnen erfordern immer noch eine klare Vision, eine emotionale Ansprache und das Fingerspitzengefühl, das nur Menschen einbringen können.** KI ist dabei ein mächtiges Werkzeug, das uns unterstützt, aber letztlich sind es immer noch Menschen, die die Richtung vorgeben.

Der Trend zur Automatisierung durch KI im Social Media Marketing wird weiter an Fahrt aufnehmen. Ein Bericht von Hootsuite zeigt, dass bereits **75 % der Social Media Marketer planen, KI-basierte Tools für die Textgenerierung bis Ende 2024 einzusetzen** – das sind über 100 % mehr als im Vorjahr. Auch bei der Erstellung von Bildern sehen wir einen deutlichen Anstieg der Nutzung von KI-Tools. Plattformen wie **ADOBE Firefly, Midjourney und Stable Diffusion** ermöglichen es, visuelle Inhalte in Sekundenschnelle zu generieren und anzupassen. Was früher Stunden oder sogar Tage in Anspruch nahm, wird nun in wenigen Augenblicken erledigt – und das bei einer Qualität, die immer besser wird.

Für Unternehmen bedeutet dies, dass sie jetzt die Möglichkeit haben, ihre Social Media Prozesse grundlegend zu überdenken. **Wer heute anfängt, Künstliche Intelligenz smart zu integrieren, wird morgen den entscheidenden Vorteil haben.** Es geht nicht nur darum, schneller und effizienter zu arbeiten, sondern auch darum, durch den gezielten Einsatz von Technologie die Nutzererfahrung auf ein völlig neues Level zu heben und so die Bindung zu ihren Kunden zu stärken. **Menschen haben ein feines Gespür dafür, ob sie von einer KI oder von einem anderen Menschen angesprochen werden.** Deshalb bedeutet die Nutzung von KI nicht, dass so viel wie möglich mit KI gemacht werden soll. Sie sollte punktuell und dort, wo sie dem Erfolgsfaktor Mensch nicht schaden kann, eingesetzt werden.

Der Schlüssel für die Akzeptanz von KI liegt darin, sie als Partner oder als **24/7-Assistenten** zu sehen, der repetitive Aufgaben übernimmt, und so gleichzeitig die kreativen Freiheiten und die strategischen Überlegungen des Menschen verstärkt. In den kommenden Jahren wird sich die Entwicklung verstärken und KI wird nicht mehr nur als ein nettes Zusatztool gesehen, sondern als Technologie, die unverzichtbar geworden ist, um im Wettbewerb mitzuhalten.

Wer KI nicht nutzt, wird im digitalen Wettrennen zurückgelassen –
und zwar schneller, als er denkt.

Künstliche Intelligenz in Kombination mit Social Media

Wenn ich über KI in Kombination mit Social Media spreche, meine ich nicht, dass die KI plötzlich die völlige Kontrolle über Instagram und Co übernimmt, die Kanäle eigenständig automatisiert

mit künstlichen Inhalten zuschüttet und uns alle arbeitslos macht. Ganz im Gegenteil und bitte nicht! Auf Instagram und TikTok vor allem kann man zurzeit beobachten, wie einige Anwender dies zurzeit versuchen zu tun. Nachhaltig wird das keinen Erfolg haben und deshalb, bitte damit aufhören! Das nervt die Kunden, die User und beschädigt am Ende die Marke und dem Unternehmen. KI ist vielmehr wie unser neuer unsichtbarer Helfer, der uns hilft, den täglichen Wahnsinn im Social Media Marketing besser zu bewältigen.

Für mich bedeutet das zum Beispiel, dass ich endlich mehr Zeit habe, mich auf das zu konzentrieren, **was wirklich zählt und mir am meisten Spaß macht – kreative Ideen, Konzepte, Strategien und die menschliche Interaktion und Beziehungen mit meine Kunden und Klienten.** Früher habe ich Stunden damit verbracht, den perfekten Text für einen Post zu schleifen oder herauszufinden, zu welcher Uhrzeit ich am besten posten sollte. Heute übernimmt KI diese Aufgaben für mich, und das nicht nur schneller, sondern ehrlich gesagt oft auch besser. Unterschiedliche Tools machen es möglich, innerhalb von Sekunden mehrere Textvorschläge zu generieren, die auf meiner Idee und dem passenden Prompt basieren und die genau auf meine Zielgruppe abgestimmt sind. Es ist nichts anderes als der clevere Einsatz von Algorithmen, um meine Ideen zu strukturieren und umzusetzen.

KI hilft mir dabei nicht nur bei der Content-Erstellung, sondern auch bei der Analyse von Nutzerdaten. **Wer liked meine Posts? Welche Inhalte kommen besonders gut an?** All diese Fragen beantwortet die KI, indem sie riesige Datenmengen in kürzester Zeit analysiert und mir konkrete Empfehlungen gibt. Früher hätte ich Excel-Tabellen gewälzt (habe ich schon erwähnt, dass ich Excel hasse?) – jetzt reicht ein Knopfdruck, und ich weiß genau, was zu tun ist.

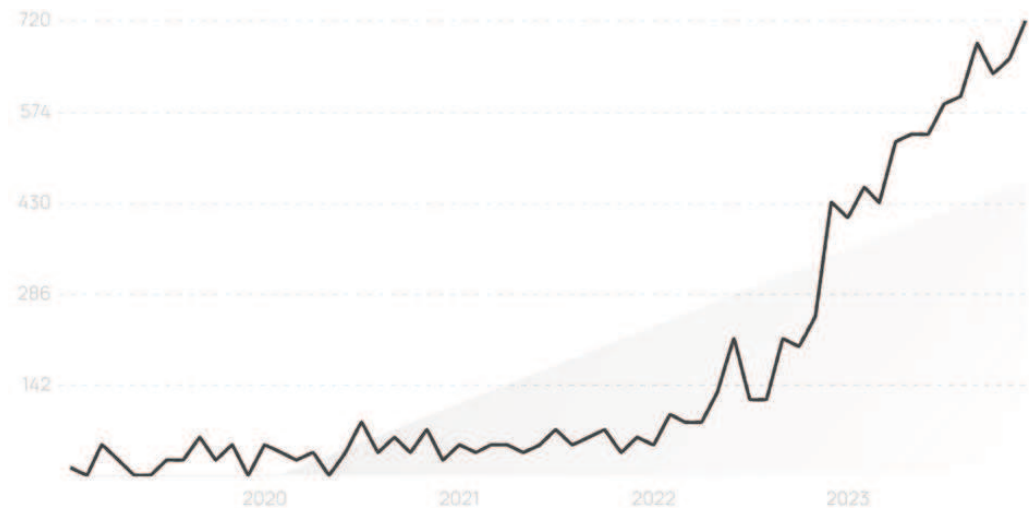
KI-Tools helfen mir bei der **Bildgenerierung und Bildsprache.** Früher musste ich mich bei Werbekampagnen durch Tonnen von Stockfotos mehrerer Agenturen wühlen, die oft nicht einmal ansatzweise das darstellten, was ich wollte. Heute generiert die KI in Sekundenschnelle Bildideen, die manchmal perfekt zu meiner Botschaft passen und für einen ersten Grobentwurf ausreichen. Die Qualität ist dabei oft besser als das, was ich früher auf die Schnelle für einen Entwurf selbst oder mit einem Grafikdesigner in stundenlanger Arbeit erreicht hätte.

Aber keine Sorge, KI übernimmt bei mir bei weitem nicht alles. Es geht mir vielmehr darum, den kreativen Prozess zu beschleunigen und zu unterstützen – Ideen generieren, Skizzen erstellen, Mockups vorschlagen. Ich habe immer das letzte Wort und in der Zwischenzeit kann ich mich voll und ganz auf das Wesentliche konzentrieren, weil die KI nur die Grundlagenarbeit übernimmt. Sie ist sozusagen mein treuer Sidekick, der im Hintergrund werkelt, während ich mich auf die kreativen und strategischen Aufgaben stürze. Und das fühlt sich ziemlich gut an. **KI nimmt uns also nicht die Arbeit ab – sie gibt uns mehr Freiraum für das, was wir als Menschen am besten können: kreativ sein, strategisch denken und Beziehungen pflegen.**

Welche Social Media Aufgaben können durch KI delegiert werden?

Wenn ich an die vielen Stunden denke, die ich früher mit manuellen Aufgaben im Social Media Management verbracht habe, frage ich mich manchmal, wie ich das überhaupt geschafft habe. Zum Glück ist das jetzt vorbei. KI kann fast jede langweilige, repetitive und datengesteuerte Aufgabe übernehmen, die uns früher viel Zeit und Energie gekostet hat. Und das Beste daran? Sie macht es verdammt schnell und sehr effizient.

Lass uns mal mit dem Klassiker anfangen: **Texte schreiben**. Früher habe ich mich oft durch unzählige Entwürfe meiner eigene Texte gearbeitet. Heute gebe ich einfach ein paar Stichworte in Tools wie **Writesonic** ein, und die KI spuckt mir gleich mehrere **SEO-optimierte Vorschläge** aus. Ich wähle dann den besten aus und optimiere ihn, bis er für mich und meine Zielgruppe perfekt ist. Aber die Grundarbeit übernimmt die KI. Besonders für kurze, prägnante Posts auf Plattformen wie Twitter oder Instagram ist das Gold wert. Und das Beste dabei: **Strategisch gut eingesetzte KI spart unfassbar viel Zeit**.



Das Suchinteresse an „KI-Texterstellung“ ist in den letzten Jahren um fast 7.000 % gestiegen (Quelle: HootSuite)

Weiter geht's mit **Bildbearbeitung und -erstellung**. Hier erstellen KI-Tools wie **Stable Diffusion**, **Leonardo AI**, **Dall-E** oder **Adobe Firefly** in Sekundenschnelle beeindruckende Bilder, die genau auf meine Bedürfnisse zugeschnitten sind. Früher habe ich ewig lange gesucht und war oft frustriert, weil das richtige Bild, so wie ich es wollte, einfach nicht dabei war. Jetzt gebe ich der KI einfach eine kurze Beschreibung, einen Prompt, und sie liefert mir Bilder, die oft besser sind als alles, was ich auf den gängigen Plattformen finden würde. Es gilt aber zu beachten, dass das natürlich auch am Anfang Übung bedeutet. Die KI möchte richtig trainiert werden, damit sie mich und meinen Stil versteht. Richtiges Prompten muss deshalb auch erst mal geübt werden. Ganz nach der Devise „Shit In Shit Out“, hängt es von der Qualität unserer Eingabe ab, ob die Qualität des Outputs dann auch passt.

Und wenn ich ein bestehendes Bild nur bearbeiten möchte? Kein Problem! Tools wie **Canva** oder **Photoshop**, selbst die Bildbearbeitungs-Tools in Smartphones wie das des aktuellen **Google Pixel 9 Pro** bieten inzwischen KI-basierte Funktionen wie das Entfernen oder Erweitern von Hintergründen oder das Hinzufügen von Elementen an – alles mit nur wenigen Klicks.

Ein weiterer Bereich, in dem KI unschlagbar ist: **Content-Planung und -Veröffentlichung**. Das perfekte Timing für Posts zu finden, kann eine echte Wissenschaft sein. Doch mit KI-Tools wie

das von **Hootsuite** oder **Postoplan** wird das Ganze zum Kinderspiel. Diese Tools analysieren das Nutzerverhalten, identifizieren die besten Zeiten für Veröffentlichungen und planen die Posts automatisch. Ich muss mich also nicht mehr mit komplizierten Zeitplänen herumschlagen – die KI übernimmt das für mich. Und das Schöne daran: Sie lernt ständig dazu. **Je mehr sie über meine Zielgruppe weiß, desto präziser werden ihre Empfehlungen.**

Aber das ist noch lange nicht alles. KI kann auch für **Social Listening** genutzt werden. Was sagen die Leute über meine Marke? Welche Themen sind gerade im Trend? Früher musste ich stundenlang durch Kommentare, Beiträge und Foren scrollen, um ein Gefühl dafür zu bekommen, was die Community bewegt. Heute analysiert die KI in Echtzeit riesige Mengen an Daten und zeigt mir genau, worüber gesprochen wird. Tools wie **Brandwatch** oder **Sprinklr** geben mir Einblicke in aktuelle Diskussionen und ermöglichen es mir, passend und schneller auf wichtige Themen zu reagieren.

Und dann wäre da noch die **Datenanalyse**. Wer von uns liebt es schon, unzählige KPIs, Diagramme und Tabellen zu durchforsten? Genau, wahrscheinlich niemand. KI-Tools wie **Google Analytics AI** oder **HubSpot** analysieren die Performance meiner aktuellen Social Media Kampagnen und liefern mir konkrete Ergebnisse. Ich sehe sofort, welche Posts gut laufen, welche optimiert werden müssen und wo ich sogar Geld verschwende. **Die KI erstellt dabei automatisch Berichte und gibt mir Empfehlungen, wie ich meine Strategie verbessern kann.**

Ein oft unterschätzter, aber extrem nützlicher Einsatzbereich von KI ist noch das **automatisierte Community Management**. Sobald dein Account wächst, kommen mehr und mehr Kommentare und Nachrichten rein. Irgendwann wird es unmöglich, alles manuell zu beantworten. Hier kommt die KI ins Spiel. Tools wie **Zendesk** oder **ManyChat** helfen dabei, einfache Anfragen automatisch zu beantworten. Die KI erkennt in den Kommentaren bestimmte Schlüsselwörter und liefert passende Antworten und das **rund um die Uhr**. Natürlich kann sie keine tiefen, persönlichen oder emotionalen Interaktionen ersetzen, aber für das Handeln von Standardanfragen ist das eine echte Entlastung.

KI kann somit mittlerweile fast alle operativen Aufgaben im Social Media Management übernehmen. Vom Schreiben und Planen, über die Analyse bis hin zur Interaktion mit der Community. Natürlich gibt es Dinge, die wir selbst tun müssen – die kreative Strategie, der menschliche Touch, das Entwickeln von neuen Ideen. Aber die künstliche Intelligenz nimmt uns den Großteil der repetitiven, monotonen Arbeit ab, sodass wir uns auf das konzentrieren können, was zählt. Und ehrlich gesagt: So macht Social Media doch viel mehr Spaß, oder?

KI ist wie der persönliche Assistent, der uns immer zur Seite steht, uns beobachtet, lernt und uns und unsere Zielgruppe irgendwann besser kennt als wir selbst.

Wie verändert KI die Content-Erstellung für Social Media?

Wenn ich an die Zeit denke, bevor KI-Tools so weit entwickelt waren, muss ich oft schmunzeln. Zu lange saß ich manchmal vor einem weißen Bildschirm und fragte mich: „Wie fange ich diesen

Post an?“ Oder: „Wie bringe ich diese Idee in ein spannendes Bild?“ Kreativität auf Knopfdruck zu liefern, ist nicht immer einfach. Ich mache diese analoge, kreative Arbeit auch immer noch sehr gerne. Kreativität entsteht oder in der Langeweile. Und was ist langweiliger als ein weißes Blatt Papier? So entstehen meiner Erfahrung nach aber immer noch die qualitativ hochwertigsten Ideen. Dieser Prozess ist schön, braucht aber seine Zeit. Leider sind jedoch immer weniger Kunden bereit, für den kreativen Prozess zu zahlen. Bei Auftragsarbeiten, wo es dem Kunden manchmal eher um Masse als um Klasse geht, ist KI eine Option. KI wird dann zur Muse, dem Co-Autor und zum Grafikdesigner an meiner Seite, die keine Pausen brauchen und mir jede Menge Zeit sparten.

Fangen wir beim **Text** an, der Basis jeder guten Social Media Strategie. Hier muss ich mir den Kopf zerbrechen, wie ich die Posts für den jeweiligen Kunden spannend, informativ und gleichzeitig kurz halten kann – eine echte Herausforderung! Ich setze hier unterschiedliche KI-Tools ein. Ich nutze meine ersten Ideen und Entwürfe, gebe einfach ein paar zusätzliche Stichworte oder Ideen ein, wähle einen Tonfall aus (z. B. humorvoll, informativ oder emotional), und die KI generiert in wenigen Sekunden mehrere Textvorschläge. Im Anschluss nehme ich noch Anpassungen vor, bis es endgültig passt, aber ein Großteil der Basisarbeit ist jetzt schon erledigt.

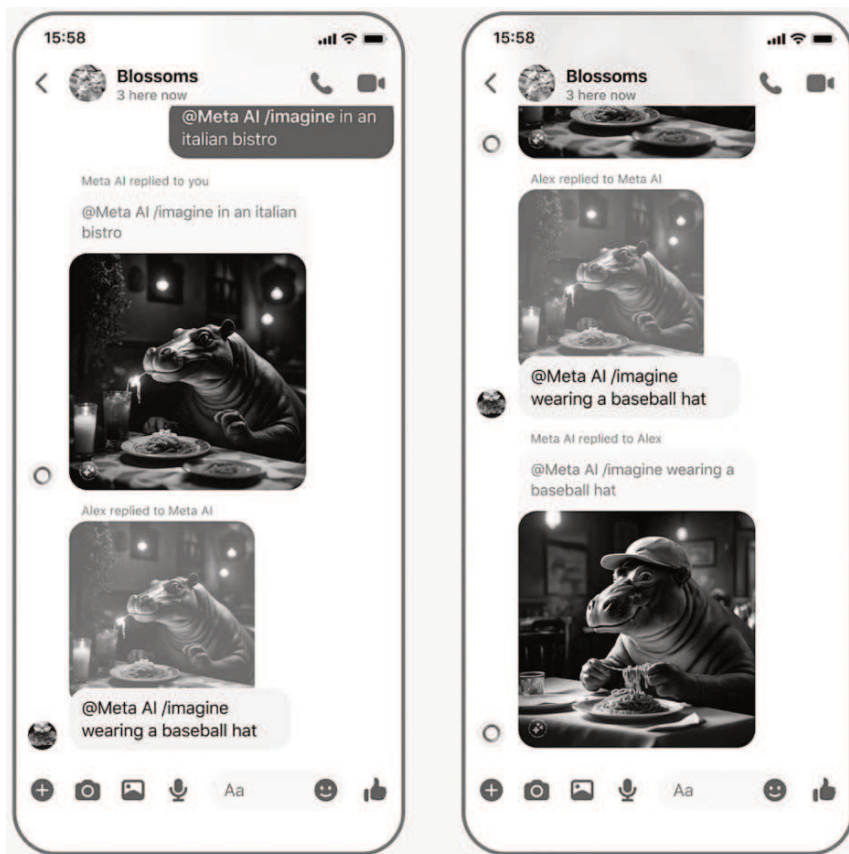
Das gilt nicht nur für Social Media Posts, sondern auch für längere Texte wie Blogbeiträge oder sogar E-Mails. Es ist faszinierend, wie gut die aktuellen KI-Tools inzwischen sind. Die Qualität der Vorschläge ist oft so hoch, dass ich mir denke: „Warum habe ich das nicht selbst so geschrieben?“ Aber genau das ist der Punkt: **KI ist nicht da, um uns zu ersetzen, sondern um uns zu unterstützen.** Sie nimmt uns die monotone, langweilige Grundarbeit ab und gibt uns die Freiheit, uns auf Konzeption, Strategie und Feinschliff zu konzentrieren.

Dann haben wir die **Bildgenerierung**, die für mich ein absoluter Game-Changer war. Die visuelle Komponente von Social Media ist enorm wichtig, und KI hat diesen Bereich wie schon beschrieben, massiv verbessert. Nehmen wir das vorhin erwähnte Beispiel von Coca-Cola: Sie haben mit DALL-E eine Kampagne gestartet, bei der die Nutzer ihre eigenen Coca-Cola-Designs erstellen konnten. Das Ergebnis? Tausende von einzigartigen Bildern und eine virale Kampagne, die auf Plattformen wie TikTok Millionen von Menschen erreicht hat. Vor einigen Jahren wäre so etwas undenkbar gewesen, zumindest nicht in diesem Tempo und Umfang.

Ein weiteres Beispiel ist die **automatisierte Bildbearbeitung**. Früher war Bildbearbeitung eine Sache für Grafikdesigner. Ja, auch ich nutze weiterhin sehr viel und sehr gerne Photoshop und verliere mich oft in den kreativen Möglichkeiten dieses Tools. Heute nutze ich aber auch völlig intuitiv die integrierten KI-basierten Tools. Hintergrund entfernen? Kein Problem. Ein neues Element hinzufügen? In Sekundenschnelle erledigt. Hintergründe erweitern, egal ob horizontal oder vertikal. Null Problemo. Das Schöne daran: Es funktioniert meist sehr gut, und die Ergebnisse sehen professionell aus, ohne dass ich mich stundenlang damit beschäftigen muss. Vor allem bei der Bildbearbeitung zeigt sich jedoch die Qualität in der Erfahrung und dem Wissen des Users. Ich habe von Typografie über Design hin zur Fotografie und Bildkomposition alles gelernt. Ich kenne mich in der Farblehre ebenso aus wie mit dem Goldenen Schnitt oder dem menschlichen Leseverhalten. Dieses Wissen und diese Erfahrung lässt mich schnell entscheiden, ob das, was die KI liefert, qualitativ gut ist oder Murks. Das Werkzeug macht nicht das Meisterwerk. Es braucht immer noch den meisterhaften Umgang damit.

Doch KI-Tools sind nicht nur kreative Werkzeuge. Sie verändern, wie wir Content strategisch einsetzen. KI-Tools analysieren die **Performance** von Inhalten und helfen dabei, die besten Formate, Themen und Zeitpunkte für die Veröffentlichung zu finden. Früher musste ich oft auf mein Bauchgefühl vertrauen oder stundenlang Daten auswerten, um herauszufinden, was funktioniert. Heute gibt mir die KI klare Empfehlungen basierend auf meinem Bauchgefühl, meiner Erfahrung, aber auch auf realen Nutzerdaten. Das macht meine Arbeit nicht nur effizienter, sondern auch effektiver. Und als ob das alles noch nicht genug wäre, sorgt KI auch dafür, dass ich Inhalte schneller **skalieren und für andere Kanäle anpassen** kann. Wenn ich beispielsweise einen Post für Instagram erstellt habe, kann Text und Bild mit einem Klick für andere Social Media Plattformen wie LinkedIn, X oder WhatsApp erstellen lassen. Kurz anpassen und fertig!

Die Content-Erstellung mit KI ist somit nicht nur einfacher, sondern auch smarter geworden. Ich habe mehr kreative Freiheit, weil die KI die mühseligen, repetitiven Aufgaben übernimmt. Texte, Bilder, Analysen – alles wird schneller, effizienter und oft auch besser. KI hat die Art und Weise, wie ich Inhalte erstelle, komplett verändert – und ich möchte es ehrlich gesagt nicht mehr anders haben.



Mit den KI-Tools von Meta kann der User Bilder generieren, bearbeiten und mit der KI chatten
(Quelle: @Blossoms / META AI)