

Social-Media-Trends

Fünf Social Media-Trends, bei denen es sich lohnt, Gehirnschmalz zu investieren

Sagt uns künftig ein Sales-Bot, welche Produkte wir in einer Migros einkaufen sollten? Kommunizieren wir bald über WhatsApp mit dem Sparschwein «Miggy»? Oder jagen wir mit unserem Smartphone «Miggy» in den Filialen und streamen diese Jagd auch noch gleichzeitig auf Facebook? Und: Zerstört sich dieses Jagderlebnis nach 24 Stunden automatisch?

TEXT

Sven Ruoss

Wann waren Sie das letzte Mal einen ganzen Tag nicht auf irgendeiner Social-Media-Plattform? In wenigen Jahren hat sich Social Media so stark mit unserem Alltag verknüpft, dass ein grosser Teil der Menschen tagtäglich viele Minuten darin verbringt. Für die junge Generation der 18- bis 24-Jährigen ist Social Media die wichtigere Newsquelle als TV, Print und Radio. Wohin auch immer sich die Mediennutzung verlagert, fliessen

mit zeitlicher Verzögerung auch die Werbeausgaben hin. Werbung in den sozialen Medien ist die am schnellsten wachsende Sparte der Internetwerbung. Die durchschnittliche jährliche Wachstumsrate beträgt gemäss Studien¹ rund 20 Prozent bis ins Jahr 2019. Geht diese Entwicklung so weiter, werden die Werbeausgaben für Social Media 2019 eine Höhe von 55 Milliarden US-Dollar erreichen und damit die Werbeausgaben für Printmedien (rund 50 Milliarden US-Dollar) überholen. Kurz und gut: Im Bereich Social Media spielt auch 2017 die Musik. Daher lohnt sich für alle – egal ob Marketingleiter, Business Developer, Sales Experte, Branding-Spezialist oder PR-Profi – ein Blick auf folgende fünf Social-Media-Trends, die uns in Zukunft noch stark beschäftigen werden.

1. Stories

Posts, die sich nach einer bestimmten Zeit selber zerstören, waren vor einigen Jahren noch undenkbar. Und dann kam Snapchat mit Stories. Social-Media-Nutzer lieben dieses neue Feature. Es macht Spass, vergängliche Inhalte zu teilen. Im digitalen Zeitalter gilt sonst die Devise: Alles ist für die Ewigkeit. Jeder Tweet und jedes gepostete Video wird auch noch Jahrzehnte danach im Internet gefunden. Nicht so bei den Stories. Bei Snapchat bleiben die Stories 24 Stunden verfügbar und zerstören sich danach selbst. Der Erfolg dieser Snapchat-Stories wurde auch beim blauen Riesen im Menlo Park wahrgenommen. Zuerst versuchte Mark Zuckerberg, Snapchat zu kaufen. Nach missglücktem Kaufversuch war das Motto bei Facebook bezüglich Stories einfach: «Wir kopieren Stories für unsere Produkte.» So gibt es Stories mittlerweile auch bei Facebook, WhatsApp, Instagram und Facebook Messenger. Insbesondere bei Instagram sind die Stories wichtig. Denn: Die App lebt von der visuellen Inszenierung und dem optisch ansprechenden Storytelling. Im April 2017 nutzten täglich rund 200 Mio. Instagram-Nutzer Stories. Der Trend für Stories bei Social Media wird weiter anhalten.

2. Live-Streaming

Wer kann sich noch an den rasanten Aufstieg der Live-Streaming-App Meerkat erinnern? Diese App sorgte im März 2015 an der Tech-Konferenz SXSW für den Live-Streaming-Hype. Inzwischen ist viel passiert. Alle grossen Social Media Player haben neue Features und Produkte rund um Live-Streaming lanciert. Die bekanntesten Services sind



Foto: Fotolia

heute Periscope, YouTube Live und Facebook Live. Live-Streaming ist ein wichtiger Pfeiler für die Zukunft der Social-Media-Plattformen. Einerseits wächst die Nutzung von Videos stark. Live-Videos haben eine deutlich längere Verweildauer als vorproduzierte Videos. Bei Facebook soll die Verweildauer bei Live-Videos dreimal länger sein als bei normalen Videos. Andererseits wächst auch der Werbemarkt für Videos rasant. Für Facebook ist Video ein wichtiger Umsatztreiber. Um mehr Video Views zu realisieren, eignet sich Live-Streaming optimal. Denn bis jetzt konsumieren die meisten Social Media User die Videos bloss, produzieren selbst jedoch keine. Live-Streaming kann dies ändern. Das bisherige Stigma, dass Videos gut gefilmt und geschnitten werden müssen, damit Menschen diese schauen, löst sich auf. Jeder kann heute mit Live-Streaming eigene Live-Inhalte produzieren und so dazu beitragen, dass die täglichen Video Views auf den Social-Media-Plattformen weiterhin stark wachsen.

3. Augmented Reality

Im Sommer 2016 wurde dank der PokémonGo-App der Begriff «Augmented Reality» einer breiten Bevölkerung bekannt. Die Millennials kennen die kotzenden Regen-

¹ werbewoche.ch/werbung/werbemarkt/2017-03-27/werbeausgaben-im-internet-werden-2017-200-milliarden-dollar