

Pinterest als neuer Kanal der Social Media Strategie

Von Oliver Schmitt



Mit Pinterest hat sich ein weiterer Social Media-Dienst hervorgetan, der für Marken und Unternehmen äußerst interessant ist. In Deutschland noch nicht so bekannt wie Facebook oder Twitter, ist Pinterest aber auf dem besten Weg auch hierzulande immer bekannter und relevanter zu werden. Und das aus gutem Grund: denn es gibt schon zahlreiche Websites, die inzwischen mehr Traffic über Pinterest Pins erhalten, als über Facebook Shares oder Twitter Tweets. Doch was genau ist Pinterest und für wen ist es interessant?

Kennen Sie Pinterest?

Pinterest ist eine Online-Community „zum Sammeln und Organisieren liebenswerter Dinge“ in Form von Bildern und Videos – so Pinterest über sich selbst. Auf persönlichen Pinnwänden („Boards“) gesammelt, können Bilder und Videos von anderen „Pinnern“, also den Nutzerinnen und Nutzern, kommentiert, in Form von „Repins“ weitergepinnt und via „Gefällt mir“ gemocht werden. Den Pinnwänden oder Pinnern kann natürlich auch gefolgt werden („Follower“). Für Unternehmen und Marken stehen zudem spezielle Business-Accounts zur Verfügung.

Beliebige Bilder und Videos aus dem Web lassen sich ebenso wie eigene Bilder und Videos auf einfache Weise mit Beschreibung und Link auf einer Pinnwand platzieren. Dabei sind Onlinebilder und -videos stets automatisch mit der eigentlichen Quelle verlinkt. Zahlreiche Websites und E-Shops nutzen inzwischen bereits das kleine Pinterest-Icon, damit die eigenen Produkte und Bilder bequem in Pinterest geteilt – ähm – gepinnt werden können. Soweit kommen uns die Funktionen aus anderen Social Media-Diensten bekannt vor.

Schöne Inhalte sind die Stärke von Pinterest

Das Besondere an Pinterest ist allerdings schon auf den ersten Blick sichtbar: der Content. Denn die Inhalte auf Pinterest bestehen fast ausnahmslos aus wunderschönen Bildern und Fotos. Anders als bei anderen Social Media-Diensten verwenden die Pinterest-Nutzer auch die meiste Zeit darauf, Inhalte zu erzeugen: 83,9% der Pinterest-Zeit wird auf das Pinnen verwandt. 15,5% der Zeit wird geliked und lediglich mickrige 0,6% der Zeit wird zum Kommentieren genutzt.

Gerade für Unternehmen bieten sich hier wunderbare Möglichkeiten für erfolgreiches Content Marketing.

Frauen als ideale Zielgruppe

Laut TechCrunch ist der typische Nutzer auf Pinterest übrigens eine Nutzerin: eine 18- bis 34-Jährige, gutverdienende Frau.

- 87% der Nutzer sind Frauen
- 80% der Nutzer sind zwischen 25 und 54 Jahre
- 50% der Nutzer haben Kinder
- 28% der Nutzer haben ein Haushaltseinkommen von mehr als 100.000 US\$

Das macht Online-Marketer natürlich neugierig und bildet ein äußerst interessantes Zielgruppenfundament für Marken. Der hohe Anteil weiblicher Nutzer für Social Media ist dabei geradezu einzigartig und auch die Kaufkraft überzeugt: Gegenüber Onlinekäufern, die nicht über einen Social Media Dienst auf einen Shop gelangen, geben Personen, die über Pinterest auf einen Shop gelangen, 70% mehr Geld aus.

Für wen sich Pinterest eignet

Intuit hat eine nette Infografik erstellt, die dabei hilft zu entscheiden, ob das eigene Unternehmen auf Pinterest sein sollte. Im Kern zeigt sich, dass B2C-Unternehmen mit der Zielgruppe Frauen insbesondere dann auf Pinterest vertreten sein sollten, wenn sie im Bereich Mode, Kochen oder Handgemachtes agieren. Auch wenn Ihr Unternehmen über visuell ansprechende Produkte verfügt, kann ein eigener Pinterest-Auftritt sehr erfolgreich sein.

Die Relevanz von Pinterest lässt sich für bekanntere Marken oder Unternehmen auch ganz einfach dadurch testen, dass Pinterest nach Pins zu eigenen Produkten durchsucht wird. Je zahlreicher bereits Pins vorhanden sind, desto interessanter wird das eigene Engagement. Und ganz nebenbei finden sich so die ersten Multiplikatoren, die durch Interaktionen als Follower und Influencer für die eigene Pinterest-Präsenz gewonnen werden können.

Aber auch wer keine visuell ansprechenden Produkte bietet, kann via Pinterest einen Einblick in Inspirationen, Anwendungsbeispiele, Trends, Infografiken oder einfach Dinge geben, die das eigene Unternehmen bzw. die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter lieben.

Fazit

Pinterest bietet für Unternehmen interessante Zutaten für ein erfolgreiches Social Media-Marketing und kann dabei ganz neue Zielgruppen erschließen. Zwar ist Pinterest bislang in Deutschland noch nicht der ganz große Durchbruch gelungen, aber es dürfte nur noch eine Frage der Zeit sein, bis Pinterest sich ähnlich wie in den Vereinigten Staaten neben Facebook und Twitter als Social Media-Plattform etabliert. Kein anderer Social Media-Dienst ist so auf Visuelles ausgerichtet, begeistert so sehr die Zielgruppe Frauen und ermöglicht in Kombination mit dem eigenen E-Shop so gute Konversionsmöglichkeiten. Dabei kommt Unternehmen, die bereits auf Pinterest sind oder in Kürze ihr Pinterest-Engagement starten, das Nischendasein in Deutschland auch ein Stück weit zu Gute. Denn bislang tummelt sich dort noch eine überschaubare Anzahl an Marken und Unternehmen. Die fehlende Konkurrenz macht es so einfacher die Aufmerksamkeit der Pinterest-Nutzer auf die eigenen Inhalte zu lenken. Und: Anders als bei anderen Social Media-Plattformen, sind die Inhalte in Form von hochwertigem Bildmaterial in vielen Fällen schon im Unternehmen vorhanden. Lassen Sie es auf einen Versuch ankommen: Sie werden Pinterest lieben.

Sie wollen mehr erfahren? Dann lassen Sie uns gemeinsam über Pinterest und Ihre Social Media-Strategie sprechen.

Interessante Infografiken zu Pinterest und anderen Social Media-Diensten finden Sie übrigens – wie sollte es anders sein – in unserem Pinterest-Auftritt unter <http://pinterest.com/relounge>.

Weitere Quellenangaben

- Pinterest
<http://www.pinterest.com>, <http://business.pinterest.com>
- Should Your Business Be on Pinterest?
<http://blog.intuit.com/trends/should-your-business-be-on-pinterest-find-out-infographic>
- How Users Interact on Pinterest
<http://blog.wishpond.com/post/44155339712/infographic-how-users-interact-on-pinterest>
- Pinterest: Viel zu tun für deutsche Online-Marketer
<http://blog.searchmetrics.com/de/2012/10/23/pinterest-viel-zu-tun-fur-deutsche-online-marketer>
- Pinterest in Deutschland: Noch viel Potential
<http://www.socialmediastatistik.de/pinterest-in-deutschland-noch-viel-potential>