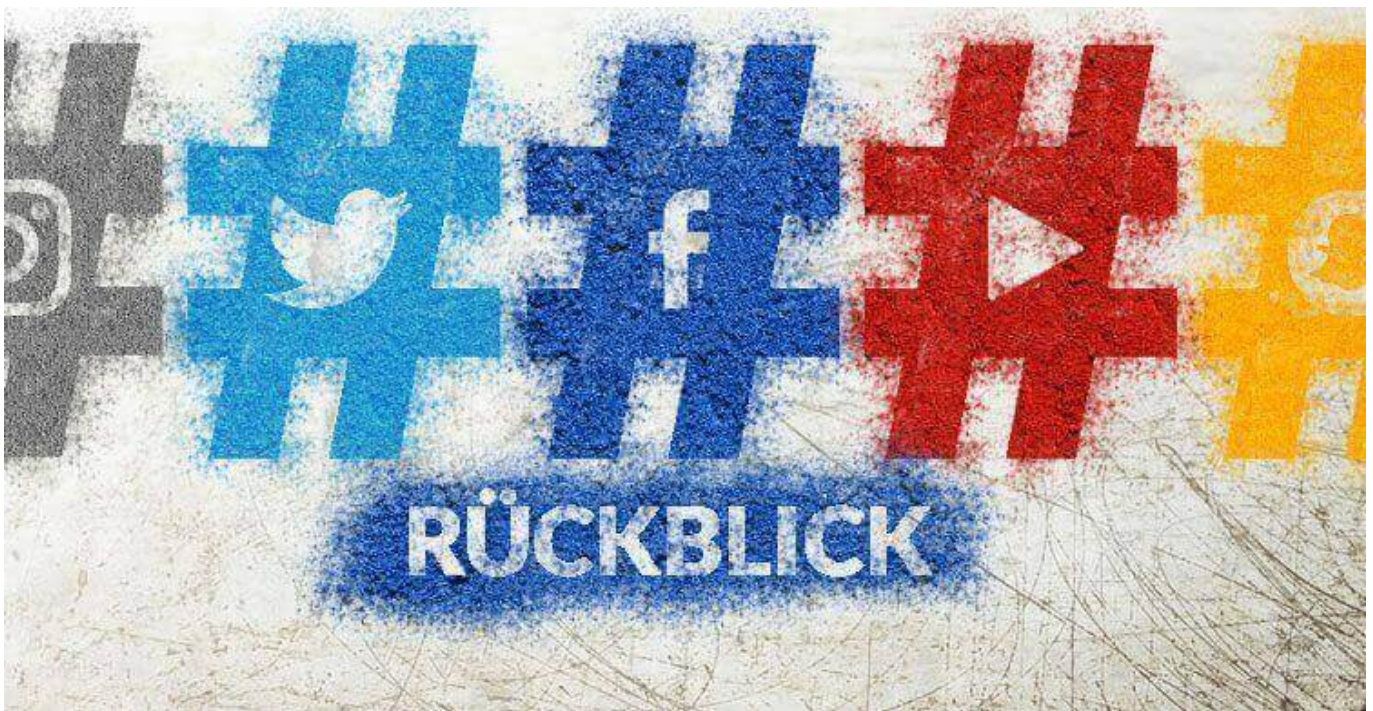


Der Social Media Rückblick für Mai und Juni 2020

Social Media News Mai & Juni 2020:

Mai und Juni waren für uns alle besonders turbulente Monate. Und nicht nur das, zusätzlich hat sich auch noch besonders viel in den sozialen Medien getan. Alle Plattformen wollten mit neuen Funktionen und angepassten Features auf die steigenden Nutzerzahlen, aber auch auf aktuelle Geschehnisse, wie die Corona-Krise reagieren. Wie immer könnt ihr die wichtigsten News in unserem Social Media Rückblick nachlesen.



Was tut sich auf Pinterest?

Shoppable Product Pins mit Shopify

Die Inspirationsplattform wird immer mehr zum Marktplatz und dient schon lange nicht mehr nur den DIYs. Shopify und Pinterest starten eine Kooperation und haben eine Pinterest App für Shopify-Händler herausgebracht. Diese können nun vereinfacht ihre Produktkataloge hochladen und mit wenigen Klicks ihre Produkte als shoppable Pins bei Pinterest platzieren. Außerdem kann ein entsprechender Tag auf der Webseite des Händlers eingebaut werden, damit die aktuellen Produkte automatisiert als vorrätig bei Pinterest angezeigt werden.

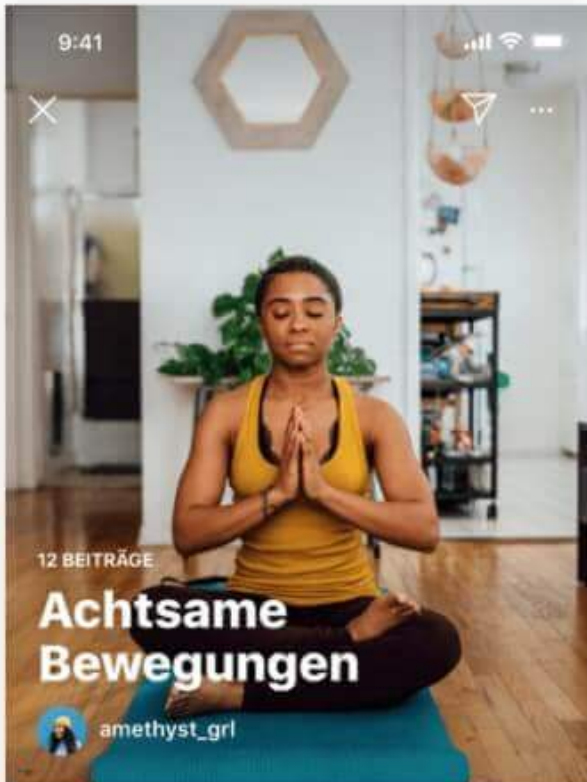
Neue Features und Formate – Was gab es Neues bei Instagram?

Ads im IGTV

Seit Juni ist bei Instagram ein neues Placement möglich. Werbung kann nun auch vor den IGTVs geschaltet werden. Hier möchte Instagram, ähnlich wie bei Youtube, die Creator der Videos beteiligen. Derzeit startet der Test vorerst in den USA, wann das Placement in der DACH-Region verfügbar sein wird, ist noch nicht klar.

Instagram Guides

Besonders spannend ist auch die neue Funktion “Guides” die Instagram schon länger angekündigt hatte. Hierbei handelt es sich um ein eigenes Inhalts-Format, das wohl am ehesten mit einer Unterseite oder einem Blogbeitrag zu vergleichen ist. Hier könnt ihr je “Guide” einen Titel und ein Headerbild einfügen und dann individuell Texte, Abschnitte und auf Instagram veröffentlichte (eigene und fremde) Beiträge einbinden. Quasi wie eine Art Blogbeitrag aus Instagram Postings. Noch ist die Funktion nur für wenige ausgewählte Profile verfügbar, denn Instagram möchte hier besonders den Fokus auf das Wohlbefinden der Nutzer legen. Wir sind gespannt, wann Guides für alle nutzbar sind – selbstverständlich halten wir euch hier auf dem Laufenden! Mehr infos zu Instagram findet Ihr in unseren [Instagram Trends 2020](#).



Ich arbeite mit Experten zusammen, um euch einige einfache Übungen zu zeigen, mit denen ihr euch entspannen könnt.

NR. 1

Einfache Dehnübungen

Sieh dir dieses Video an. Dort siehst du einige Dehnübungen, die du ganz einfach zuhause ausführen kannst.



Mit Instagram Guides bringt ein neues Inhaltsformat.

Instagram Reels

Instagrams Antwort auf den großen Boom von TikTok: Es wird ebenfalls eine neue Videofunktion eingeführt, mit der kurze Videos direkt in der App bearbeitet werden können. Dabei gibt es viele Parallelen zur beliebten App TikTok. Ob Instagram mit dem neuen Format aufholen kann, wie damals mit den Storys gegen Snapchat, wird sicher spannend zu beobachten.

Neue Features für leichteres Community Management

Gleich drei neue Features machen den Usern auf Instagram das Community Management leichter. So können jetzt mehrere Kommentare unter dem eigenen Post auf einmal gelöscht und wichtige Kommentare oben angepinnt werden. User können außerdem selber einstellen, wer Sie in anderen Beiträgen vertaggen kann und unerwünschte Markierungen können leichter gelöscht werden.

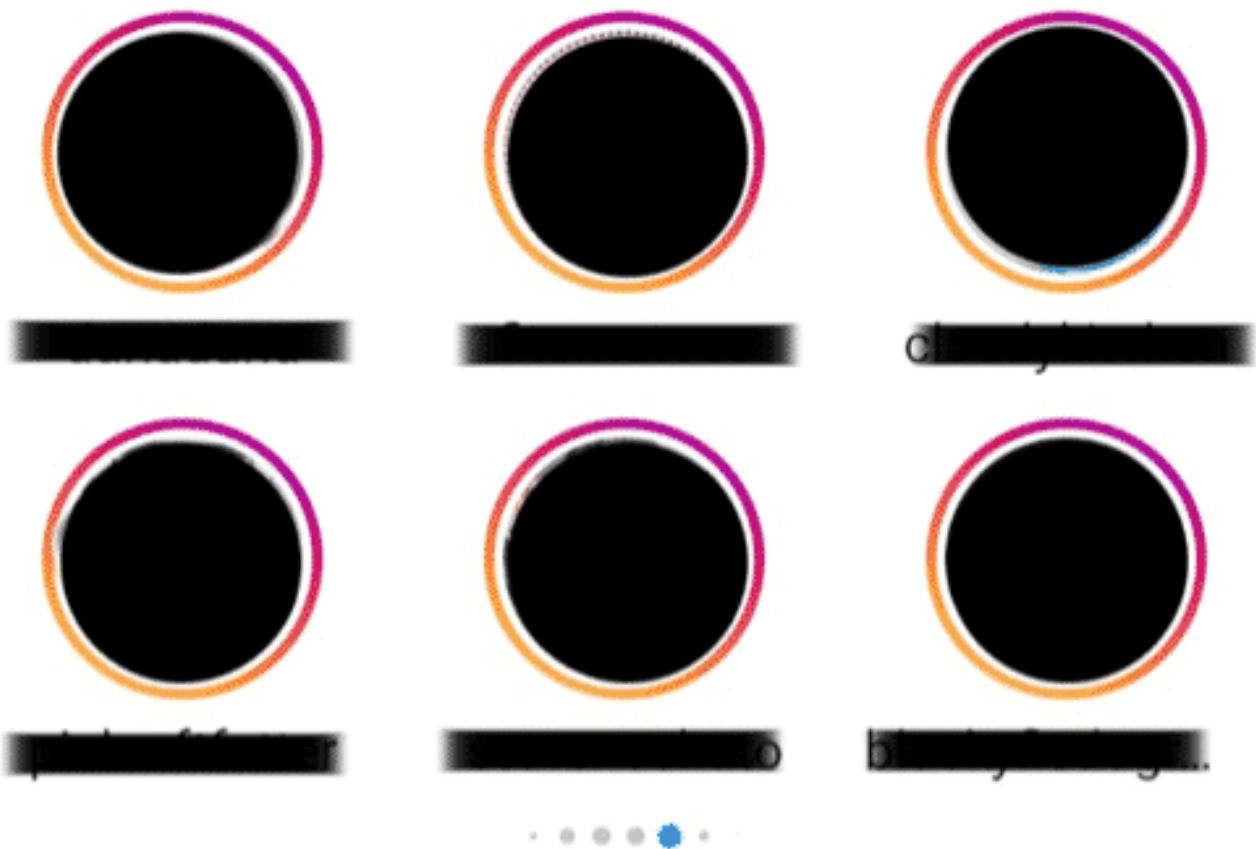
Ein shoppable Link im Post

Ein Manko der Plattform Instagram ist, dass man außer dem Link in der Biografie keine Verlinkungen zu Postings hinzufügen kann. Besitzer eines Instagram Shops können sich aber freuen, denn bald soll hier eine zusätzliche Produkt Verlinkung in der Caption eines Posts möglich sein. Das Instagram Links zu fremden Plattformen zulässt, bleibt weiterhin unwahrscheinlich.

Neue Ansicht der Instagram Storys

Ende Mai berichteten schon die ersten User von einer neuen Ansicht ihrer Instagram Storys. Auch bei mir werden die Storys nun in zwei Reihen angezeigt. Hier zeigt Instagram, dass die Gewichtung der Storys immer weiter zunimmt, kein Wunder, auch bei Nutzern sind die Storys ein besonders beliebtes Format.

 Instagram



Eigener Screenshot – Neue mobile Story-Ansicht in zwei Reihen bei Instagram

Neue Sticker “LocalSupport”

Um kleine lokale Unternehmen zu unterstützen, gibt es bei Instagram jetzt einen Sticker, den Nutzer in

ihrer Story verwenden können, wenn sie ein lokales Unternehmen erwähnen möchten. Die Storys mit dem Sticker bekommen dann auch einen Ehrenplatz vorne in den Story Slides. Zusätzlich gibt es auch einen Sticker für Geschenk Gutscheine und einen zum Essen bestellen.

NEUE AR-Filter die auf Musik reagieren

Die Augmented Reality Filter auf Instagram erfreuen sich großer Beliebtheit. Diesen Monat gab es hier für die Instagram-Fans eine Neuheit: Filter, die auf Musik und Sound reagieren. Vorerst sind diese nur für Android Nutzer verfügbar, aber auch mit iOS sollten sie bald nutzbar sein.

Swipe-up Link zu Instagram Shopping

Ab 10.000 Follower können Instagram Accounts man einen Swipe-up-Link in der Story einbauen. Dieser führt entweder zu einer anderen Seite oder zu einem IGTV-Video. Nun für alle Unternehmen, die Instagram Shopping nutzen die freudige Nachricht: Instagram bietet bald die dritte Anwendung, eine Verlinkung zum Instagram Shopping.

Und was passierte Mai & Juni 2020 auf Facebook?

Einführung von Facebook & Instagram Shops

Am 19.Mai wurden die neuen [Facebook und Instagram Shops](#) vorgestellt!

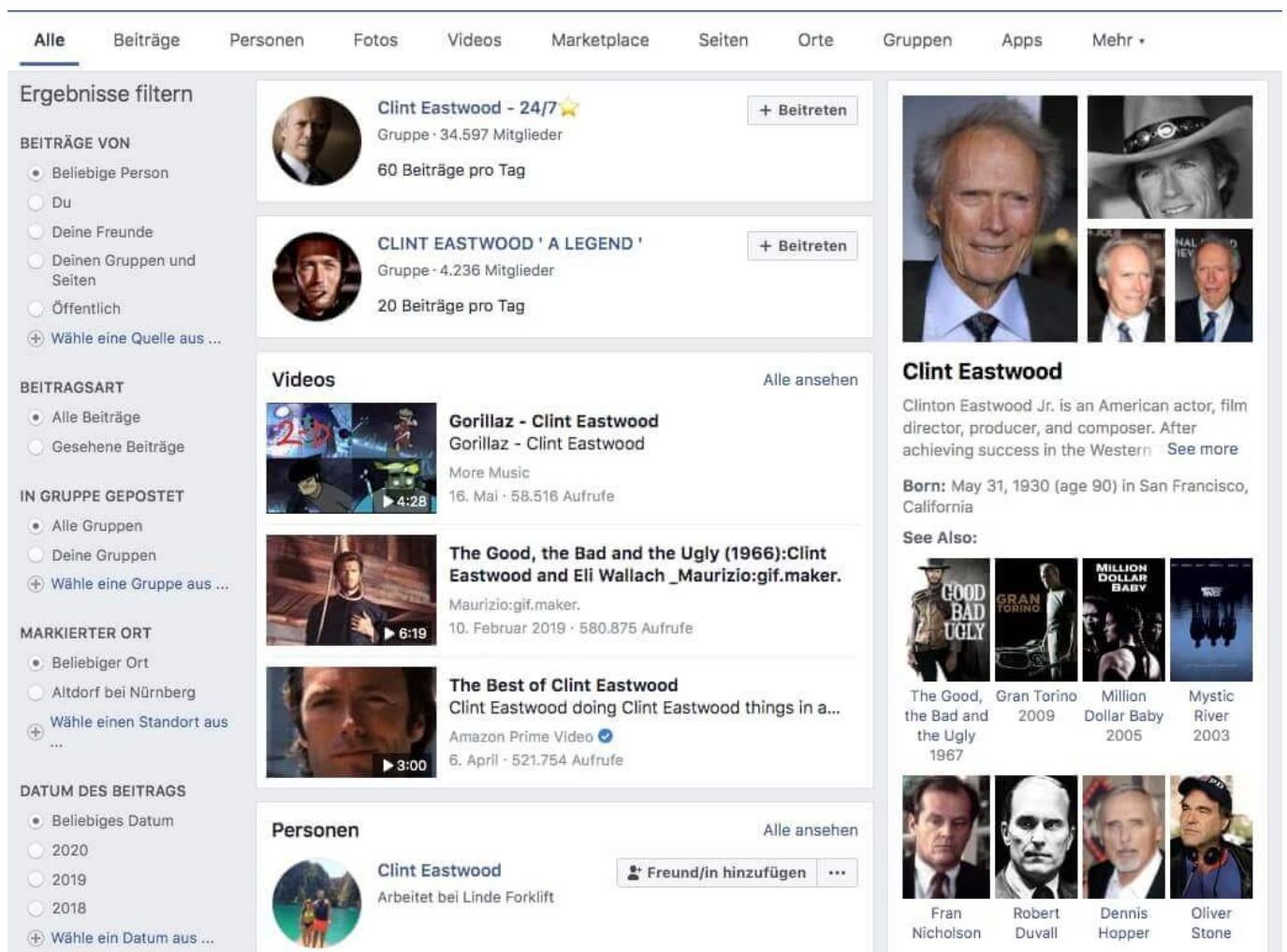
Zwar sind die Shops an sich nichts neues, jetzt können Unternehmen sie aber viel freier gestalten – ob Header, Kategorien, Farben und Texte. Hier kann wirklich jeder in einfachen Schritten seinen eigenen Shop gestalten. In Zukunft soll die Auspielung dieser sogar personalisierbar werden – dann könntet ihr den männlichen oder weiblichen Zielpersonen beispielsweise unterschiedliche Versionen ausspielen. Derzeit haben noch nicht alle die Möglichkeit, Facebook rollt die neue Gestaltung nach und nach aus – wer also bereits einen Shop hat, erhält demnächst das neue Design. Wir sind sehr gespannt wie hier die Entwicklung weitergeht.

Shopping via Facebook Live

Wer einen solchen Shop angelegt hat, hat seit Mai 2020 jetzt auch die Möglichkeit, eine bestimmte Anzahl seiner Produkte im Live-Feed hervorzuheben. Praktisch, dann müssen interessierte Zuschauer den Livestream nicht verlassen, um die Produkte genauer anzusehen.

Wikipedia Snippets in Facebook Suchergebnissen

Facebook versteht sich offensichtlich immer mehr als Suchmaschine und zeigt Nutzern neben dem Profil vermehrt Informationen zu gesuchten Namen an. Die Daten hierfür stammen von Wikipedia.



The screenshot shows a Facebook search interface for 'Clint Eastwood'. At the top, there are navigation tabs: Alle, Beiträge, Personen, Fotos, Videos, Marketplace, Seiten, Orte, Gruppen, Apps, Mehr. Below this, there are filter sections for 'Ergebnisse filtern', 'BEITRÄGE VON', 'BEITRAGSART', 'IN GRUPPE GEPOSTET', 'MARKIERTER ORT', and 'DATUM DES BEITRAGS'. The main content area displays search results, including two groups: 'Clint Eastwood - 24/7' (34,597 members, 60 posts/day) and 'CLINT EASTWOOD ' A LEGEND '' (4,236 members, 20 posts/day). Below the groups, there are video results: 'Gorillaz - Clint Eastwood' (16. Mai, 58.516 Aufrufe), 'The Good, the Bad and the Ugly (1966):Clint Eastwood and Eli Wallach_Maurizio:gif.maker.' (10. Februar 2019, 580.875 Aufrufe), and 'The Best of Clint Eastwood' (6. April, 521.754 Aufrufe). On the right side, there is a detailed profile card for 'Clint Eastwood' with a bio: 'Clinton Eastwood Jr. is an American actor, film director, producer, and composer. After achieving success in the Western', a birth date of 'May 31, 1930 (age 90) in San Francisco, California', and a 'See Also' section with movie posters for 'The Good, the Bad and the Ugly' (1967), 'Gran Torino' (2009), 'Million Dollar Baby' (2005), and 'Mystic River' (2003). At the bottom of the profile card, there are four smaller portraits labeled 'Fran Nicholson', 'Robert Duvall', 'Dennis Hopper', and 'Oliver Stone'.

Facebook zeigt nun in der Suche noch mehr Informationen an.

Fan-Abonnements und Stars für Kreative auf FB

Gleich zwei Möglichkeiten der Monetarisierung sind nun endlich für mehr Content-Produzenten nutzbar. Bei den Fan-Abonnements zahlen Fans einen monatlichen Betrag für exklusiven Content ihrer Lieblings-Creator, die "Stars" bei Facebook Videos können einzeln von Fans gekauft und in der Kommentarsektion versendet werden. Für beide Monetarisierung-Optionen können sich Creator bei Facebook anmelden, solange sie die Richtlinien einhalten. Die Features bieten vielen Kreativen im Videobereich neue Möglichkeiten neben den Werbeeinnahmen Geld mit Ihren Inhalten auf Facebook zu verdienen.

Unser Überblick über die LinkedIn Neuerungen

Neues Format: Storys bei LinkedIn verfügbar

Im Mai standen zuerst nur in Brasilien die neuen Story-Formate zum Test zur Verfügung. Nun können seit Juni auch einzelne Accounts in Europa die Story-Funktion nutzen und mit Stickern, Erwähnungen und Co testen. Wann die Stories für alle verfügbar sind, und wie sich diese Funktion auf der Business-Plattform entwickeln wird, bleibt weiterhin spannend.

Neue Retargeting-Funktionen

Von Facebook kennen wir viele Funktionen des Remarketing bereits. Nun holt LinkedIn auf und hat beispielsweise das Video-Retargeting eingeführt, mit dem User angesprochen werden können, die bereits mit Videos der Marke interagiert haben. Zusätzlich sind außerdem neue Gebotsstrategien und Kennzahlen verfügbar.

Virtual Live Events

Als Antwort auf die Corona-Krise gibt es jetzt auch bei LinkedIn eine Kombination aus LinkedIn Live und Events. Hier können Teilnehmer des Events dann direkt über einen Livestream erreicht werden. Außerdem hat LinkedIn einen [Guide](#) für seine Nutzer herausgebracht, in dem detailliert auf die Nutzung von LinkedIn Live und LinkedIn Events eingegangen wird.



Events, Meetings, Veranstaltungen und Treffen fanden vermehrt online statt.

Twitter reagiert: Das kam neu im Mai und Juni 2020 dazu

Twitter weist auf Beleidigungen hin

Bevor ein Kommentar mit beleidigendem Inhalt abgeschickt wird, weist Twitter nun darauf hin, dass dieser noch einmal bearbeitet werden sollte. Dabei werden Phrasen identifiziert, die potentiell beleidigend sein könnten, Angst oder Panik verbreiten. Erneut beweist Twitter, dass der Umgang und das Wohlbefinden der Nutzer auf der Plattform eine hohe Relevanz hat.

Antworten auf eigene Tweets einschränken

Twitter hat es im Mai bereits auf dem offiziellen Twitter Account angekündigt. Derzeit wird eine Funktion getestet, bei der Nutzer auswählen können, wer auf ihre Tweets antworten kann. So können Konversationen beispielsweise nur mit markierten Personen geführt werden.

You can Tweet a Tweet. But now you can Tweet your voice!

Rolling out today on iOS, you can now record and Tweet with audio. pic.twitter.com/jezRmh1dkD

— Twitter (@Twitter) [June 17, 2020](#)

Sprachnachrichten auf Twitter?

Twitter kündigte im Juni an, dass man nun bei iOS kurze Audiodateien tweeten kann. Durch die gesprochenen Tweets soll das Twittern von unterwegs vereinfacht werden. Wann auch Android Nutzer Audionachrichten twittern können, ist noch nicht bekannt.

Was tut sich auf TikTok?

API Öffnung und In-Feed Video Ads

Mit Sprinklr als ersten API-Partner der App TikTok nehmen die Werbemöglichkeiten enorm zu. So können nun In-Feed Video Ads erstellt und gemanaged werden, die letztlich auf der "For You"-Page enorme Reichweiten erreichen können.

Wie funktioniert TikToks Algorithmus?

Um den wachsenden Kritiken zur Transparenz der App entgegenzuwirken, hat TikTok erstmals Informationen preisgegeben, wie der Algorithmus der App funktioniert. Hauptsächlich werden Nutzerinteraktionen wie Likes und Shares beachtet, aber auch ob Videos zu Ende angesehen werden, Videoinformationen wie Hashtags, Title und Co und Suchanfragen sind Faktoren.

Snapchat NEWS

Viele neue Features für Snap-Fans

Die neuen Funktionen bei Snapchat überschlagen sich geradezu: Werbung in der Snap-Map ist jetzt möglich, es gibt Fragen und Antworten-Sticker für Creator und einen AR-Graffiti Filter, mit dem lokale Gebäude mit bunten Farben bemalt werden können. Viele weitere Scan-Möglichkeiten mit der Kamera wurden eingeführt, die in Zukunft noch weiter ausgebaut werden sollen. So können unter anderem eine große Anzahl an Baum und Pflanzenarten mit der Kamera gescannt oder fast 400 Hunderassen identifiziert werden. Außerdem führt Snapchat den Sprach-Scan ein, so können die verschiedenen Filter/Linsen per Sprachbefehl ausgewählt werden.

Auch bei YouTube gibt es Neues

Uploadzeiten an Nutzer angepasst

Zuvor war das Feature nur für ausgewählte Youtube-Accounts verfügbar, jetzt können alle Creator in den Youtube Insights sehen, wann ihre Nutzer bevorzugt online sind. Auch wenn die Uploadzeiten erfahrungsgemäß nicht allzu viel Einfluss auf die Performance der Videos nimmt, sind diese Informationen zum Beispiel interessant, um Livestreams zu planen.

Fazit

Während die Welt Kopf stand, reagierten die Netzwerke auf Nutzerwünsche, Konkurrenten und auch Kritik. Viele Netzwerke passen sich der besonderen Situation an, bieten Möglichkeiten wie Zusammenhalt und Vernetzung auch online funktionieren kann. Letztlich bleibt es wie immer spannend, wohin sich die sozialen Medien entwickeln und was in der zweiten Hälfte von 2020 alles passieren wird.

Wenn ihr nochmal nachlesen wollt, wie die sozialen Netzwerke auf den Beginn der Krise im April 2020 reagiert haben, schaut doch auf unserem vorherigen [Social Media Rückblick](#) vorbei.

Beitragsbild © Nattakorn / stock.adobe.com