

---

# ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb. 1: Social Media-Nutzung nach Altersgruppen in Deutschland im Jahr 2017 <sup>4</sup>	8
Abb. 2: Vertrauen in Social Media-Kanäle nach Bildungsabschluss in Deutschland <sup>6</sup>	9
Abb. 3: Nutzung Sozialer Netzwerke in Deutschland ab 14 Jahren	10
Abb. 4: Monatlich aktive Facebook-Nutzer weltweit (in Millionen) <sup>24</sup>	14
Abb. 5: Nutzerzahlen von Facebook in Deutschland im Mai 2017 (in Millionen) <sup>28</sup>	15
Abb. 6: Facebook-Nutzung nach Altersgruppen und Geschlecht in Deutschland <sup>31</sup>	16
Abb. 7: Nutzung Social Media durch Unternehmen weltweit im Januar 2018 <sup>35</sup>	17
Abb. 8: Facebook-Kampagne Abseits Germany	21
Abb. 9: Facebook-Kampagne Apropos	23
Abb. 10: Facebook-Kampagne Breuning	25
Abb. 11: Facebook-Kampagne Foot Locker	27
Abb. 12: Facebook-Kampagne Kastner & Öhler	29
Abb. 13: Facebook-Kampagne Le Pop Lingerie	31
Abb. 14: Facebook-Kampagne Macy's	33
Abb. 15: Facebook-Kampagne Marks and Spencer	35
Abb. 16: Facebook-Kampagne Oberrauch& Zitt	37
Abb. 17: Facebook-Kampagne Want	39
Abb. 18: Visuelle Darstellung für die Standard Facebook Ads <sup>52</sup>	41
Abb. 19: Instagram-Nutzung nach Altersgruppen in Deutschland <sup>75</sup>	45
Abb. 20: Künftiges Engagement auf Social Media-Präsenzen <sup>79</sup>	45
Abb. 21: Instagram-Auftritt gioiacologne	51
Abb. 22: Instagram-Kampagne Abseits Germany	53
Abb. 23: Instagram-Kampagne Apropos	55

Abb. 24: Instagram-Kampagne engelhorn sports	57
Abb. 25: Instagram-Kampagne Foot Locker	59
Abb. 26: Instagram-Kampagne Konen.de	61
Abb. 27: Instagram-Kampagne lepoplinterie	63
Abb. 28: Instagram-Kampagne Iodenfrey	65
Abb. 29: Instagram-Kampagne Marks and Spencer	67
Abb. 30: Instagram-Kampagne wantshoescologne	69
Abb. 31: Instagram-Kampagne Wormland	71
Abb. 32: Social Media-Nutzung durch Unternehmen weltweit im Januar 2018 <sup>113</sup>	76
Abb. 33: Häufigkeit der Nutzung von YouTube <sup>114</sup>	77
Abb. 34: Monatliche aktive Nutzer auf YouTube 2013, 2017, 2018 (in Milliarden) <sup>116</sup>	78
Abb. 35: YouTube-Tutorial „Kofferpacken“ von Breuninger	79
Abb. 36: YouTube-Kampagne Breuninger	81
Abb. 37: YouTube-Kampagne Engelhorn	83
Abb. 38: YouTube-Kampagne Foot Locker	85
Abb. 39: YouTube-Kampagne Konen	87
Abb. 40: YouTube-Kampagne LeffersMode	89
Abb. 41: YouTube-Kampagne Macy’s	91
Abb. 42: YouTube-Kampagne Marks and Spencer	93
Abb. 43: YouTube-Kampagne Nordstrom	95
Abb. 44: YouTube-Kampagne ReischmannModeSport	97
Abb. 45: YouTube-Kampagne Topshop	99
Abb. 46: Overlay-Anzeigen <sup>121</sup>	100
Abb. 47: Displayanzeigen <sup>122</sup>	100
Abb. 48: Überspringbare/nicht überspringbare Videoanzeigen <sup>123</sup>	101

---

---

Abb. 49: Bumper-Anzeigen <sup>124</sup>	101
Abb. 50: Gesponserte Infokarten <sup>126</sup>	102
Abb. 51: Monatliche aktive Nutzer auf Twitter in Millionen <sup>152</sup>	106
Abb. 52: Twitter-Nutzung nach Altersgruppen in Deutschland im Jahr 2017 <sup>154</sup>	106
Abb. 53: Beispiel Verlinkung Twitter zu Instagram	109
Abb. 54: Twitter-Kampagne engelhorn	111
Abb. 55: Twitter-Kampagne Foot Locker	113
Abb. 56: Twitter-Kampagne mit Jonas Kaufmann von Ludwig Beck	115
Abb. 57: Twitter-Kampagne Macy's	117
Abb. 58: Twitter-Kampagne Marks & Spencer	119
Abb. 59: Twitter-Kampagne Modehaus Kutsam	121
Abb. 60: Twitter-Kampagne Reischmann Fashion	123
Abb. 61: Twitter-Kampagne Topshop	125
Abb. 62: Twitter-Kampagne Unger Fashion	127
Abb. 63: Twitter-Kampagne Urban Outfitters	129
Abb. 64: Twitter Analytics-Aktivierung der Statistiken	132
Abb. 65: Verlinkung von Twitter zur Facebook-Eventseite	134
Abb. 66: Aktivierung der Verlinkung mit Facebook über die Twitter Einstellungen	135
Abb. 67: Pinterest-Kampagne Fashion	136
Abb. 68: Marktanteil von Social Media-Seiten nach Seitenabrufen weltweit <sup>181</sup>	137
Abb. 69: Pinterest-Nutzung nach Altersgruppen in Deutschland im Jahr 2017	138
Abb. 70: Pinterest-Kampagne Urban Styles	139
Abb. 71: Pinterest-Kampagne Mode Männer Winter	140
Abb. 72: Beispiel Rich Pin Zalando Deutschland <sup>189</sup>	141
Abb. 73: Beispiel Pinterest-Präsenz von Garhammer	141

---

Abb. 74: Pinterest-Kampagne Breuninger	143
Abb. 75: Pinterest-Kampagne Galeria Kaufhof	145
Abb. 76: Pinterest-Kampagne Galeries Lafayette	147
Abb. 77: Pinterest-Kampagne Karstadt sports	149
Abb. 78: Pinterest-Kampagne Kastner & Öhler	151
Abb. 79: Pinterest-Kampagne Kohl's	153
Abb. 80: Pinterest-Kampagne Macy's	155
Abb. 81: Pinterest-Kampagne Marks & Spencer	157
Abb. 82: Pinterest-Kampagne Nordstrom	159
Abb. 83: Pinterest-Kampagne Topshop	161
Abb. 84: IFTT <sup>194</sup>	163
Abb. 85: Corporate Blogging Wormland	165
Abb. 86: Corporate Blog Want, Köln	165
Abb. 87: Marktentwicklung Influencer-Marketing in DACH	170
Abb. 88: Post von Influencerin vanezia_blum <sup>214</sup>	175
Abb. 89: OOH-Kampagne <sup>216</sup>	175
Abb. 90: Post von Influencerin roxisecke	176
Abb. 91: Faktoren der Erfolgsmessung laut BVDW-Studie <sup>219</sup>	177
Abb. 92: Visuelle Darstellung Social Media Recruiting <sup>226</sup>	183
Abb. 93: Nutzung sozialer Kanäle und Apps zur Arbeitgeber-Profilierung <sup>229</sup>	183
Abb. 94: KPI-Auswertung Social Media-Plattformen <sup>230</sup>	185
Abb. 95: Influencer-Kooperation: Engelhorn mit regionaler Influencerin Franziska Nazarenus	193