**PRESSEMITTEILUNG**

**Swat.io: Das sind die Top 5 Social Media Trends 2022**

**Auf diese Entwicklungen sollten Unternehmen achten: Video first, AR, VR, Metaversum, Social Commerce**

**Wien, am 6. Dezember 2021. Auf welche Entwicklungen im Social Media Marketing sollten Unternehmen und Agenturen ihre Aufmerksamkeit 2022 richten? Die Expert:innen von Swat.io haben die wichtigsten Trends zusammengefasst.**

Das ablaufende Jahr hat, durch die Auswirkungen der Pandemie beschleunigt, zu einer Verstärkung der Social Media Nutzung im Marketing geführt. Mit Social Media konnten Kundenerlebnisse angeboten werden, die in der Offline-Welt teilweise nur eingeschränkt oder gar nicht möglich waren.

„In den letzten zwei Jahren verstärkten die Unternehmen ihre Aktivitäten in den Social Media Kanälen deutlich. Sie haben nicht nur die Anzahl ihrer Kanäle erhöht, sondern auch die Zahl der Posts. Laut unseren Messungen vervierfachten sich in dieser Zeit die LinkedIn Kanäle. Die Anzahl der Kommentare stieg um 145 Prozent und jene der Facebook-Posts um 156 Prozent. Dieser Wachstumstrend wird sich 2022 fortsetzen“, weiß Johannes Nagl, Geschäftsleitung von Swat.io, einem der führenden Social Media Management Tools im deutschsprachigen Raum.

Diese fünf Trends werden Social Media in 2022 besonders prägen:

1. **Die Ära der 3rd-Party-Cookies läuft ab**

Alle Browser, außer Google Chrome, haben bereits damit begonnen, Restriktionen für die Nutzung von 3rd-Party-Cookies und zum Teil auch von 1st-Party-Cookies einzuführen. Google Chrome wird die 3rd-Party-Cookies Mitte 2023 abschalten. Die Entwicklungen, die mit den individuell einstellbaren Cookies ihren Anfang genommen haben, werden sich dadurch weiter verstärken: Durch fehlende Daten wird nicht nur das Tracking, sondern auch die detailgenaue Segmentierung der Zielgruppen sowie die Personalisierung der Werbung erschwert. Darüber hinaus entstehen durch die wachsenden Streuverluste auch höhere Werbekosten. Organischer und hoch qualitativer Content wird im kommenden Jahr somit eine wichtige Rolle beim Erreichen der Zielgruppen spielen.

1. **Live-Content legt an Bedeutung zu**

Mit Live-Videos und Audio-Chatrooms können Marken direkt mit ihrem Publikum in Kontakt treten. Die Authentizität und Dynamik dieser Formate sind unübertroffen, da die persönlichen Gespräche mit Expertenmeinungen, Fragen und Antworten, Anleitungen und Unterhaltung vermischt werden können. Im B2B-Bereich liefert LinkedIn mit LinkedIn Live die nötige Funktionalität zur Steigerung der Interaktion und bietet zudem detaillierte Einblicke in das Nutzerpublikum. Generell legen die Social Media Plattformen einen immer größeren Schwerpunkt auf Videos und werden mit neuen Video-Tools starten. Die stetig kürzer werdende Aufmerksamkeitsspanne der Zielgruppen führt dazu, dass Unternehmen vermehrt auf Short-Videos setzen.

1. **AR, VR, Metaversum**

Das Metaversum ist eine Verschmelzung der physischen Welt mit Augmented und Virtual Reality. Metaversen werden die nächste Verbindung zum Verbraucher sein. Die sukzessive Verlagerung der Social-Media-Plattformen in Richtung AR und Metaverse-Funktionen zeigt sich bereits jetzt. Von VR- und AR-Spielen und -Geräten bis hin zu AR-Filtern, -Brillen und -Linsen wird alles angeboten werden, was das Eintauchen in die Metaversen ermöglicht. Denn sie bieten einzigartige Erlebnisse, z. B. das Probieren von Kleidung, ohne eine physische Umkleidekabine betreten zu müssen.

1. **Social Commerce**

Die Plattformen, allen voran Facebook, Instagram und Pinterest, investieren in den Ausbau der Shoppingmöglichkeiten. In-Stream- und Live-Shopping haben sich in China bereits zu wichtigen Trends entwickelt. Auch in der westlichen Welt werden sich diese Einkaufsmöglichkeiten sowie verschiedene weitere Shopping-Optionen durchsetzen.

1. **Social Media Communities**

Die Bedeutung und der Einfluss von Social Media Communities wird massiv steigen. Die von den Nutzer:innen generierten Inhalte genießen hohes Vertrauen innerhalb der Community und können so z. B. Käufe fördern. Immer mehr Unternehmen setzen auf die direkte Interaktion innerhalb dieser Communities.

**Bild:** Johannes Nagl analysiert die Social Media Trends 2022.

Bildquelle: Daniel Willinger

**Über Swat.io**

[Swat.io](https://swat.io/de/) ist seit über zehn Jahren eines der führenden Social Media Management Tools im deutschsprachigen Raum. Die professionelle Social Media Management Lösung bringt Effizienz, Struktur und Übersicht in die tägliche Arbeit mit diversen Social Media Plattformen. Das Tool umfasst Content-Planung, Content Publishing, Community Management, Markenbeobachtung, Kundenservice und Analyse. Zu den über 17.000 Nutzer:innen von Swat.io zählen renommierte Kunden wie z. B. ORF, ARD, RTL, ZDF, DerStandard.at, Burda Verlag, Red Bull Media House, ÖBB, Drei Hutchison, Raiffeisen sowie zahlreiche Agenturen aus dem deutschsprachigen Raum.

**Pressekontakt:**
Thomas Reiter, Reiter PR
Tel: +43 676 66 88 611
thomas.reiter@reiterpr.com