

# Pinterest

## Tipps und Tricks für mehr Reichweite

Pinterest wird oftmals privat genutzt, um sich schöne, interessante, spannende, informative oder kreative Pinnwände und Bilder anzusehen. Auch eigene Pins sind beliebt, um die eigene Kreativität zu zeigen und Ideen mit der Welt zu teilen. Auch Unternehmen, Freiberufler und Selbstständige nutzen Pinterest immer häufiger als zusätzlichen Kommunikationskanal, um mehr Menschen zu erreichen, sich selbst zu präsentieren und möglichst im Gedächtnis zu bleiben. Eine sinnvolle Social Media Strategie, die allerdings nur dann aufgehen kann, wenn die Reichweite auf Pinterest groß genug ist. Wir haben einige Tipps gesammelt, die Ihnen dabei helfen können, mehr Reichweite auf Pinterest aufzubauen...

### Pinterest: Wann und für wen lohnt es sich?

Der Einstieg in Pinterest – oder zumindest die Analyse dieses Schrittes – lohnt sich vor allem dann, wenn Inhalte und Kommunikationsstil des Unternehmens zum Netzwerk passen und Fans sowie Kunden über die Plattform erreicht werden können.

Klingt ein wenig kryptisch, bedeutet jedoch in erster Linie, dass Unternehmen und Marken, die starke Bilder oder optische ansprechende Produkte und Szenen zeigen können, sich mit Pinterest auseinandersetzen sollten.

Ob das Unternehmen im Business to Customer (B2C) oder im Business to Business (B2B) Bereich tätig ist, spielt dabei nur eine untergeordnete Rolle. Für den Erfolg entscheidet am Ende in beiden Bereichen die richtige Positionierung.

Allerdings gilt: Ein Pinterest Engagement ist für Unternehmen erst dann sinnvoll, wenn die wichtigsten Social Media Kanäle bereits etabliert sind und die Betreuung problemlos läuft. Zwar können Sie auch auf Pinterest eine große Reichweite aufbauen, mit Facebook oder auch [Instagram](#) kann die Reichweite aber meist nicht mithalten.

Ein Fehler wäre es deshalb, den Pinterest Einstieg zu wagen, wenn die Mitarbeiter des Social Media Teams noch voll und ganz mit dem Aufbau der anderen Kanäle beschäftigt oder mit deren Betreuung bereits komplett ausgelastet sind. Ein solch verfrühter Einstieg kann...

- die Kommunikation auf den anderen Social Media Plattformen negativ beeinflussen.

- das Pinterest Engagement von vornherein einschränken.
- dazu führen, dass Fans und Kunden von der mangelnden Qualität der Kommunikation enttäuscht sind.
- die Belastung für das Social Media Team unnötig erhöhen.
- im Social Media Team zu Stress, Frustration und Burnout führen.
- die erarbeitete Reputation gefährden.

All diese Punkte gelten generell für den Einstieg in neue soziale Netzwerke, kommen bei einem Pinterest Engagement – das die Kommunikation in anderen Netzwerken meist ergänzt – jedoch besonders zur Geltung.

## So können Sie Ihre Reichweite steigern

Wie in jedem sozialen Netzwerk gilt auch auf Pinterest: Reichweite kommt nicht von allein, Sie müssen schon etwas dafür tun. Das A und O ist dabei natürlich Ihr Inhalt und die Bilder, die Sie auf Pinterest teilen. Doch auch drum herum gibt es einige Tipps und Tricks, mit denen Sie Ihre Reichweite steigern können, um mehr Menschen auf Pinterest zu erreichen.

Mit diesen Tipps können Sie noch mehr von Pinterest profitieren:

### • *Nutzen Sie Rich Pins*

Rich Pins sind Pins mit besonderen Funktionen, wodurch sie Ihre Beiträge und Inhalte genauer auf Ihre Bedürfnisse anpassen können. So gibt es beispielsweise für die auf Pinterest sehr beliebten Rezepte entsprechende Rezept-Pins, auf denen Zutatenlisten und Dauer angezeigt werden. Doch auch für Blogs gibt es passende Rich Pins, die auf Artikel zugeschnitten sind. So zeigt der Beitrag auf Pinterest die Überschrift und einen kurzen Teaser-Text.

Auf der Hilfe-Seite von Pinterest finden Sie genauere Erklärungen, wie Sie Rich Pins für Ihre Webseite aktivieren.

### • *Entwickeln Sie ein möglichst einheitliches Design*

Ihr Auftritt auf Pinterest sollte einem einheitlichen Design folgen, so dass Besuchern direkt klar ist, wessen Inhalt sie gerade betrachten. Bis dieser Status erreicht ist, dauert es zwar einige Zeit, doch kann es nur gelingen, wenn Sie dauerhaft auf eine gleichbleibende Gestaltung setzen. Hierzu zählt vor allem die Farbe, die am besten zu Ihrem Corporate Design passen sollte, aber auch Schriftarten und Motive.

- ***Inspirieren Sie mit Ihren Pins***

Pinterest wird von vielen vor allem zur Inspiration genutzt. Do It Yourself, Kochen, Reisen, Design, Innenausstattung... Dies sind die Themen, die auf der Plattform besonders gut funktionieren und am häufigsten gesucht werden. Gelingt es Ihnen, Ihre Pins und Inhalte so zu gestalten, dass sie die Menschen inspirieren, wird sich Ihre Reichweite fast von alleine weiter steigern.

- ***Machen Sie nicht einfach nur plumpe Werbung***

Natürlich ist der Gedanke hinter Ihren Pinterest-Beiträgen, dass Sie ein wenig Werbung in eigener Sache machen, Produkte oder Dienstleistungen vorstellen und Ihre Marke präsentieren. Allerdings darf dies auf Pinterest niemals plump rüber kommen. Hat der Betrachter den Eindruck, er würde einfach nur einen Werbeblock sehen, kommt er garantiert nicht wieder, teilt Ihre Inhalte nicht weiter und Sie stagnieren – oder verlieren sogar an Reichweite.

- ***Legen Sie Wert auf die Beschreibungen Ihrer Pinnwände***

Für Ihre Reichweite auf Pinterest ist es ein entscheidender Faktor, dass Ihre Beiträge überhaupt von jemandem gefunden werden. Wird in der Suchleiste ein verwandter Begriff eingegeben, sollen Ihre Beiträge auch auftauchen. Nutzen Sie dafür die Beschreibungen Ihrer Pinnwände und Beiträge. Dabei sollten Sie den Inhalt Ihrer Pinnwände genau wiedergeben und passende Titel wählen.

- ***Vergessen Sie die Alt-Tags nicht***

Sollten Sie Bilder auf Ihrer Homepage oder Ihrem Blog einbauen und von dort aus bei Pinterest teilen, sollten Sie unbedingt daran denken, die Alt-Tags mit den relevanten Keywords zu füllen. Diese werden für die Suche herangezogen – die Sichtbarkeit Ihrer Beiträge auf Pinterest steigt somit, wenn Sie die Informationen zum Bild einpflegen.

- ***Nutzen Sie das perfekte Bild***

Um bei Pinterest erfolgreich zu sein, müssen die Bilder stimmen, die Sie zu Ihren Pinnwänden hinzufügen. Es darf ruhig auffällig sein, aber sollte natürlich trotzdem stilvoll sein und zu Ihnen passen. Mehrere gut aufeinander abgestimmte Farben, die am besten noch zu Ihrer Corporate Identity passen, sind besonders vielversprechend für viele Klicks.

- ***Achten Sie auf das Format***

Pinterest ist vor allem auf Bilder im Hochformat ausgelegt, weshalb diese oftmals besser funktionieren als querformatige Pins. Als beste Bildgröße wird dabei ein Verhältnis von 2:3 (genauer gesagt 735px x 1102px) angegeben. Wenn Sie Content gezielt für Pinterest erstellen, kann es daher sinnvoll sein, sich an diese Vorgaben zu halten und sich so einen kleinen Vorteil zu verschaffen.

- ***Fügen Sie Text in Ihre Bilde***

Neben reinen Bildmotiven setzen sich immer mehr auch Bilder durch, auf denen ein kurzer Text zu finden ist. Das kann eine Art Überschrift sein, aber auch Sprüche oder Zitate werden auf Pinterest sehr gerne geteilt und so verbreitet.

- ***Bedenken Sie den Zeitpunkt Ihrer Pins***

Ihre Follower bekommen als erstes Ihre neuen Inhalte angezeigt. Abhängig davon, wie diese darauf reagieren, wird der Content auf Pinterest auch für andere leichter sichtbar und angezeigt. Reagiert Ihre Zielgruppe nicht oder nur wenig, verringert sich die gesamte Reichweite. Wenn Sie durch eine Analyse Ihrer Zielgruppe wissen, dass viele zwischen 8 und 10 Uhr morgens auf Pinterest unterwegs sind, sollten Sie zu diesem Zeitpunkt neue Inhalte teilen, damit diese gleich entsprechend positive Reaktionen bekommen.

- ***Unterteilen Sie Ihre Pinnwände***

Lassen sich Ihre Beiträge auf Pinterest in verschiedene Bereiche unterteilen, sollten Sie dies unbedingt tun. So werden diese leichter gefunden und der Betrachter kann sich genau das ansehen, wofür er sich auch wirklich interessiert. Ein solches Ordnungssystem sollte von Anfang an eingeführt werden, das erspart später lästige Sortierarbeiten.

- ***Repinnen Sie die Inhalte anderer***

Pinterest ist ein soziales Netzwerk und wie bei Facebook oder auch Twitter müssen nicht alle Beiträge von Ihnen selbst kommen. Mindestens genauso wichtig ist das sogenannte Repinnen, also das Teilen von anderen Inhalten. Damit positionieren Sie sich nicht nur, sondern erhöhen auch die Wahrscheinlichkeit, dass Ihre Beiträge von anderen geteilt und verbreitet werden.

- ***Bleiben Sie immer aktuell***

Wenn Sie Pinterest nutzen, sollten Sie es regelmäßig nutzen und am besten täglich neuen Content auf Ihre Pinnwände verteilen. So sind Ihre Themen immer aktuell, Ihre Follower können jeden Tag etwas Neues bestaunen und

auf Ihrer Seite wird es nie langweilig – eine gute Mischung für mehr Reichweite auf Pinterest.

## Pinterest für Teams

Zu guter Letzt können Unternehmen Pinterest nicht nur für die Unternehmenskommunikation, sondern auch für die Arbeit im Team nutzen. Hier spielt Pinterest sowohl als Inspirationsquelle als auch als Ideenspeicher eine Rolle. Im Folgenden haben wir elf kreative und teilweise ungewöhnliche Ideen zusammengetragen, mit denen sich Pinterest sinnvoll und effektiv in Teams nutzen lässt. Wie immer gilt: Unternehmensinterna haben in sozialen Netzwerken nichts zu suchen – auch nicht auf Pinterest.

### 1. Whiteboard

Private Boards oder Gruppenboards mit beschränktem Zugang können von Teams als Whiteboard genutzt werden. Entwürfe und Konzeptvorschläge können – beispielsweise als Diagramm oder Entwurfszeichnung – visualisiert und in den Kommentaren diskutiert werden. Diese Anwendung kann vor allem für Teams, die primär virtuell zusammenarbeiten, sinnvoll sein.

### 2. Inspirationsquelle

Das Pinterest eine wunderbare Inspirationsquelle sein kann, haben wir bereits ausführlich dargestellt. Teams können sich diese Eigenschaft zunutze machen und eigene Boards anlegen, in denen inspirierende Infografiken oder Bilder gesammelt werden. So können alle Teammitglieder von den Fundstücken anderer profitieren und neue Ideen und Ansätze entwickeln.

### 3. Themensammlung

Auf solchen Gruppenboards mit eingeschränktem Zugang können auch ganz konkrete Themen und Vorschläge für neue Beiträge gesammelt werden. Dazu werden die Infografiken oder Bilder ins Board gepinnt und die damit möglichen Formate und Beiträge für die verschiedenen Netzwerke als Kommentar ergänzt. So entsteht nach und nach ein umfangreicher Themenpool, an dem sich alle Teammitglieder beteiligen können.

### 4. Lesezeichen

Bookmarking-Dienste gibt es viele, doch wenn ein Team Pinterest ohnehin aktiv nutzt, kann ein entsprechendes Gruppenboard einen zusätzlichen Dienst überflüssig machen. Wichtig ist, dass sich alle Teammitglieder im Vorfeld auf ein klares Schlagwort-Schema einigen und bei Bedarf mehrere Boards für verschiedene Themen anlegen.

## 5. Bildsprache

Bei der Entwicklung eines neuen Projektes oder bei der Betreuung eines Blogs kann ein spezielles Pinterest-Board zur Entwicklung der Bildsprache eingesetzt werden. Hier werden verschiedene Vorschläge zum Projekt gepinnt und in den Kommentaren diskutiert. Der Vorteil: Es ist auf den ersten Blick sichtbar, wenn sich ein einheitlicher Stil abzeichnet, den alle mittragen können.

## 6. Videosammlung

Ähnlich wie Artikel und Lesezeichen lassen sich auch Videos in speziellen Boards sammeln. Das ist vor allem für Teams interessant, die selbst Videos erstellen und ihre Inspiration aus verschiedenen Videoportalen beziehen. Für optimale Ergebnisse können die Videos auch mit Schlagworten und Kommentaren versehen werden, in den erklärt wird, welche Eigenschaft des Videos für das Team relevant ist.

## 7. Bildauswahl

Ein naheliegender Anwendungsfall ist die Auswahl von Bildern für Artikel oder Fotoserien. In einem privaten Board können dafür die Vorschaubilder verschiedener Stock-Fotos gesammelt und dann vom Team ausgewählt werden. Auch hier ist ein einheitliches Schlagwort- und Bewertungssystem für die einfache Nutzung entscheidend.

## 8. Feedbackplattform

Design- und Kommunikationsteams können Pinterest auch als unternehmensinterne Feedbackplattform nutzen. Dazu sollten Mitarbeiter verschiedener Abteilungen – die mit Pinterest vertraut sind – zu einem internen Gruppenboard eingeladen und um Feedback zu den aktuell verwendeten Bildern und Kampagnen gebeten werden. So können ganz unterschiedliche Sichtweisen und Wahrnehmungen abgefragt werden.

## 9. Testfeld

Ein ähnlicher Ansatz kann Pinterest auch zum Testfeld für neue Bilder und Kampagnen machen. In diesem Fall werden noch unveröffentlichte Bilder und Designs Mitarbeitern anderer Abteilungen in einem Gruppenboard vorgestellt. Das Feedback kann dann dazu dienen, die Projekte und Konzepte noch vor der Veröffentlichung zu optimieren.

## 10. Ideenaustausch

Ein unternehmensinternes Gruppenboard kann auch den Ideenaustausch zwischen verschiedenen Abteilungen beflügeln. Auf Gruppenboards können Mitarbeiter verschiedener Abteilungen Bilder und Kommentare austauschen und so das kreative Potenzial des Unternehmens optimal nutzen.