

WHITE PAPER

INSIDE SOCIAL

Social Media
im Überblick

2025

Raphael Kaiser

INHALT

1. Facebook
2. Instagram
3. TikTok
4. LinkedIn
5. Snapchat
6. Pinterest
7. X
8. YouTube

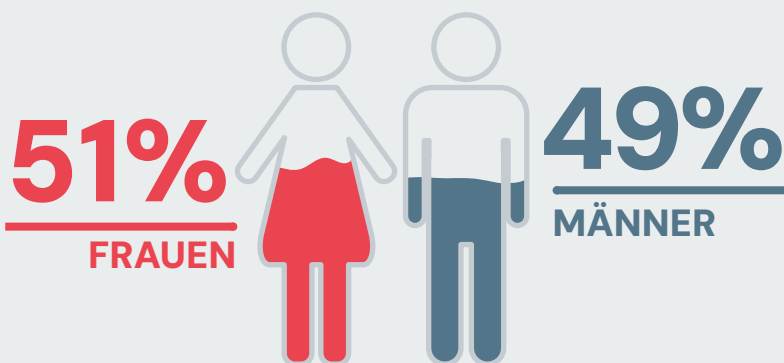


Facebook
(the classic)



Nutzerstruktur Schweiz

2.7 Mio
MAU*



KAMPAGNENZIELE

Awareness

Brand-Awareness,
Reichweite,
Video Views

Consideration

Traffic, Interaktionen,
App-Installationen,
Leadgenerierung

Conversion

Conversions,
Katalogverkäufe

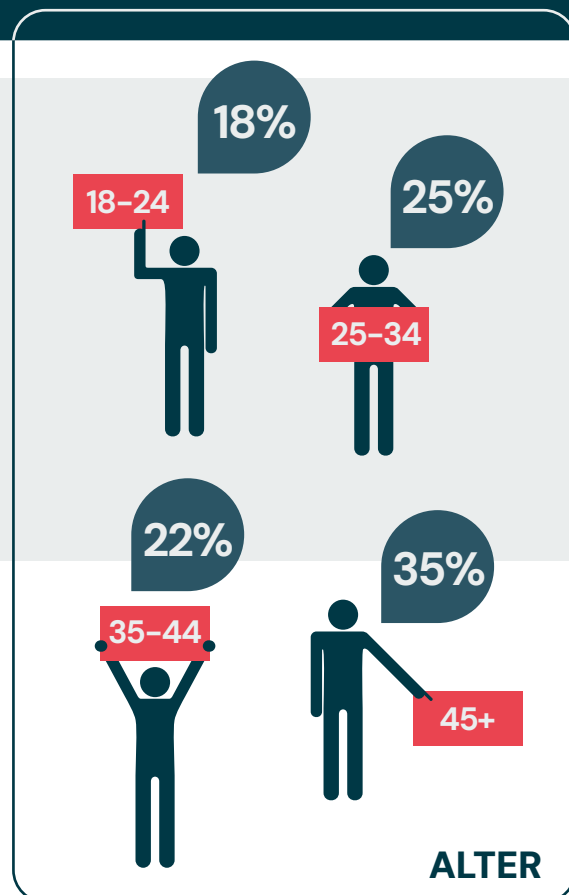


Image Ads

Anzeige mit
statischem Bild



Video Ads

Anzeige mit
Bewegtбилdelementen



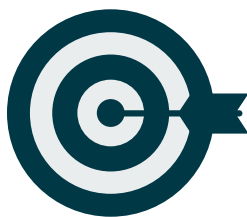
Carousel Ads

Anzeige mit bis zu
10 Videos oder Bildern



Collection Ads

Titelbild oder -video und
bis zu 4 Produktbilder



TARGETING & AUDIENCES

Standort

Umkreis (1 bis 80 km), Postleitzahlen, Städte, Kantone, Regionen, Länder

Demografie

Geschlecht, Alter (ab 18), Sprache, Ausbildung, Arbeit, Lebensereignisse, finanzielle Lage und mehr

Audiences

Custom Audiences, Lookalike Audiences

Interessen

Geschäft & Industrie, Freizeit, Familie & Beziehungen, Fitness & Wellness, Essen & Trinken, Hobbys & Aktivitäten, Einkaufen & Mode, Sport & Outdoor, Technologie

Verhalten

Reisen, digitale Aktivitäten, Kaufverhalten, Mobilgeräte und mehr

BESONDERHEITEN

Click-to-Message Ads

Direkt mit Unternehmen via
Messenger, WhatsApp oder
Instagram DM interagieren

Dynamic Ads

Dynamische Ausspielung
von Werbemitteln mithilfe
eines Produktkatalogs

Experimente

A/B Tests und Branding-
und Conversion-Lift
Studien

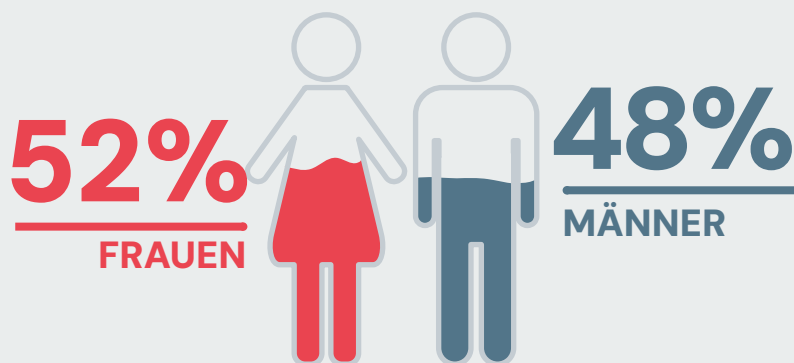
*MonthlyActiveUsers

Instagram
(must-have)



Nutzerstruktur Schweiz

4.1 Mio
MAU*



KAMPAGNENZIELE

Awareness

Brand-Awareness,
Reichweite,
Video Views

Consideration

Traffic, Interaktionen,
App-Installationen,
Leadgenerierung

Conversion

Conversions,
Katalogverkäufe

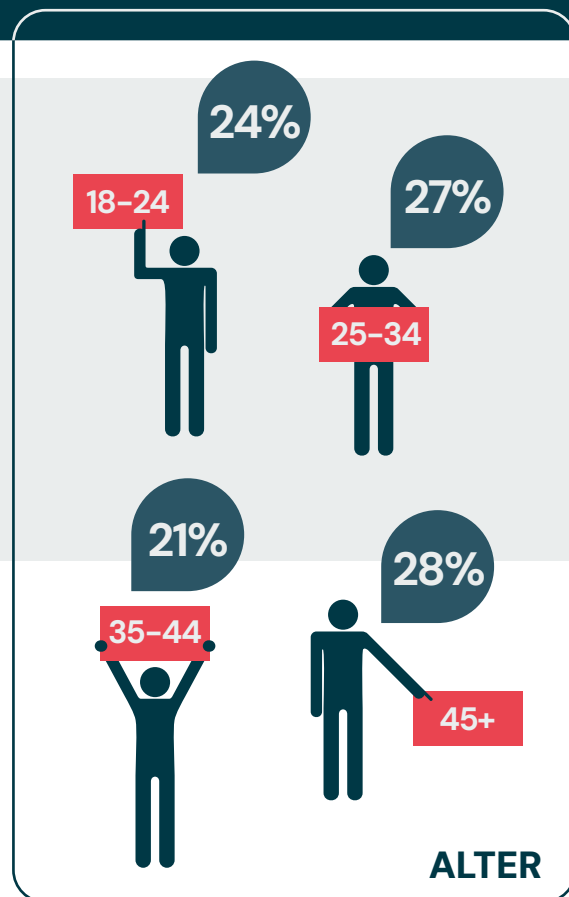
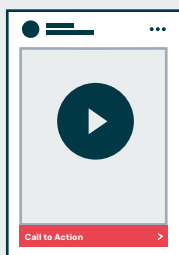


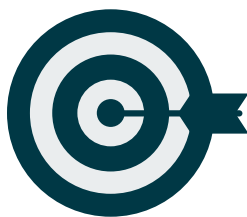
Image Ads

Anzeige mit
statischem Bild



Video Ads

Anzeige mit
Bewegtibilelementen



TARGETING & AUDIENCES

Standort

Umkreis (1 bis 80 km), Postleitzahlen, Städte, Kantone, Regionen, Länder

Demografie

Geschlecht, Alter (ab 18), Sprache, Ausbildung, Arbeit, Lebensereignisse, finanzielle Lage und mehr

Audiences

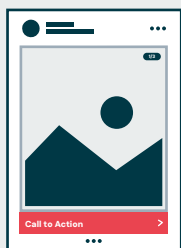
Custom Audiences, Lookalike Audiences

Interessen

Geschäft & Industrie, Freizeit, Familie & Beziehungen, Fitness & Wellness, Essen & Trinken, Hobbys & Aktivitäten, Einkaufen & Mode, Sport & Outdoor, Technologie

Verhalten

Reisen, digitale Aktivitäten, Kaufverhalten, Mobilgeräte und mehr



Carousel Ads

Anzeige mit bis zu
10 Videos oder Bildern



Collection Ads

Titelbild oder -video und
bis zu 4 Produktbilder

BESONDERHEITEN

Partnership Content

Gemeinsame Beiträge,
die den Nutzergruppen
beider Partner-Accounts
ausgespielt werden (auch als
bezahlte Anzeige möglich)

Broadcast Channels

Exklusive One-to-Many-
Kommunikation für Creator
und Marken

Experimente

A/B Tests und Branding-
und Conversion-Lift
Studien

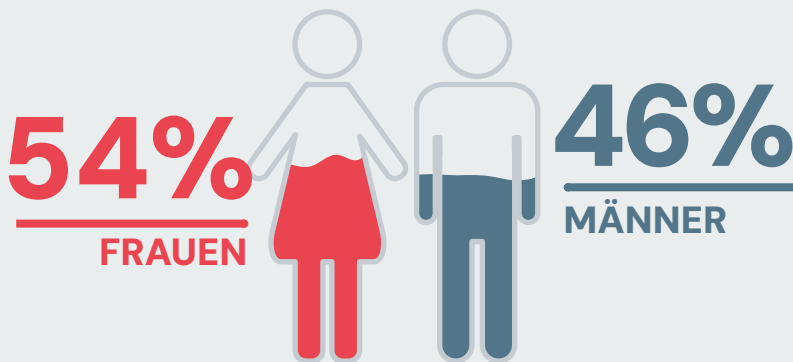
*MonthlyActiveUsers

TIKTOK
(go viral)



Nutzerstruktur Schweiz

2.5 Mio
MAU*



KAMPAGNENZIELE

Awareness

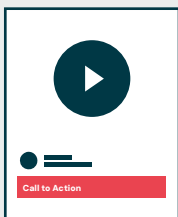
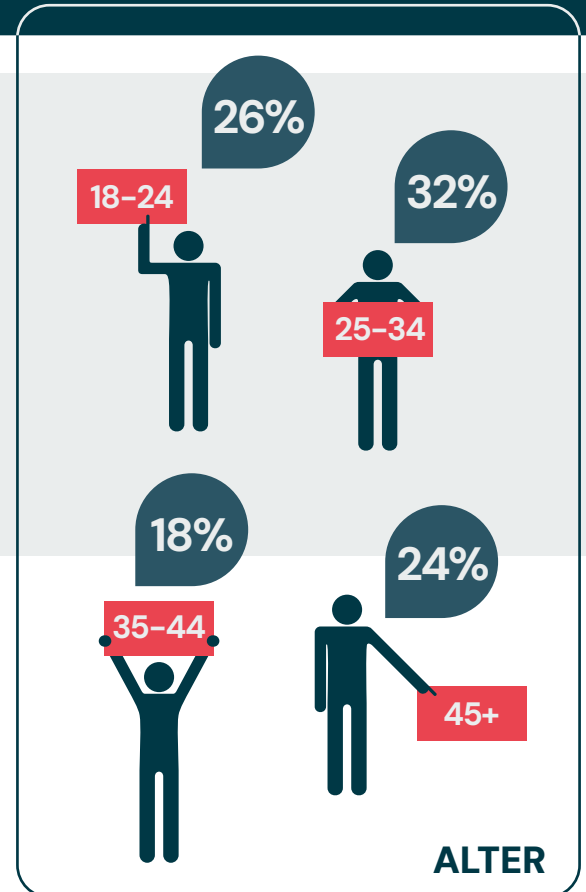
Reichweite

Consideration

Traffic,
Videoaufrufe,
Community Interaction

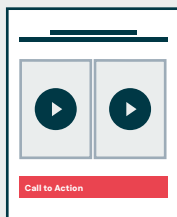
Conversion

Sales,
App-Promotion,
Leadgenerierung



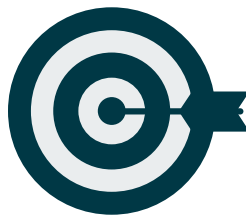
Video Ads

Anzeige mit Elementen von Bewegung und Ton. Ist auch als Fixplatzierung «Top View» buchbar



Story Selection

Interaktive Videoanzeige mit Hauptvideo und anschliessender Auswahl zwischen Video A & Video B



TARGETING & AUDIENCES

Standort

Länder, Kantone, Städte

Demografie

Alter, Geschlecht, Sprache, Ausbildung, Beziehungsstatus, Lebensereignisse und mehr

Audiences

Custom Audiences, Lookalike Audiences

Interessen

Education, Automobiles, Baby/Kids/, Maternity, Financial Services, Beauty & Personal Care, Tech & Electronics, Travel, Pets, Apparel & Accessories, News & Entertainment, Games, Food & Beverage, Sports & Outdoors und mehr



Foto Ads

Anzeige mit Bild



Carousel Ads

Bis zu 35 Bilder in einer Anzeige möglich

BESONDERHEITEN

Besondere Werbeformen

Möglichkeit seine Werbepräsenz anhand von Top View und Top Feed Buchungen nachhaltig zu erhöhen

Interactive Add-Ons

Die Nutzerinteraktion durch beispielsweise Umfragen, Display Cards oder integrierte Gift Codes steigern

Alterscluster

Möglichkeit Werbung an User ab 13 Jahren auszuspielen

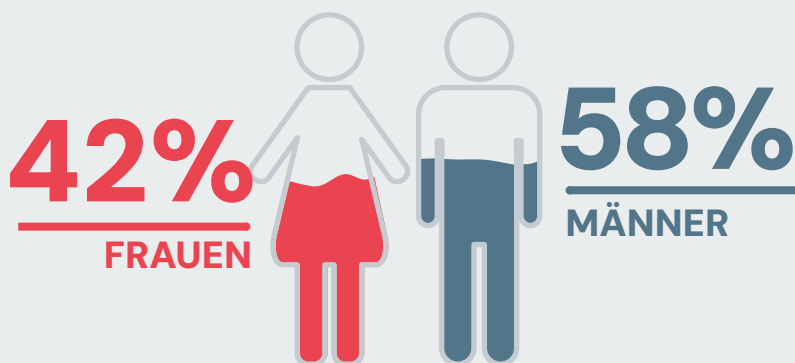
*MonthlyActiveUsers

LINKEDIN
(business)



Nutzerstruktur Schweiz

4.5 Mio
MAU*



KAMPAGNENZIELE

Awareness

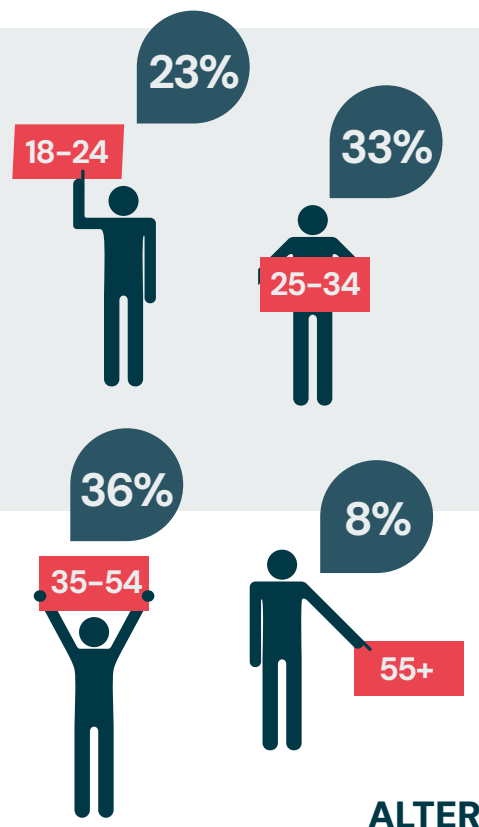
Brand-Awareness

Consideration

Website-Besuche,
Engagement,
Videoaufrufe

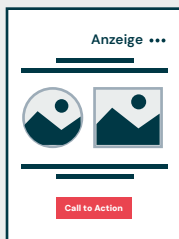
Conversion

Leadgenerierung,
Conversions (Website),
Bewerbungen



Sponsored Content

Bild-, Video- oder
Carousel-Anzeige



Spotlight Ads

Personalisierte Anzeige
auf der rechten Seite des
Desktop Feeds, die auf
externe Seiten leiten



Conversation/ Message Ads

Direkte Nachricht im
LinkedIn Postfach mit
vorgegebenen
Antwortoptionen oder
klarem CTA



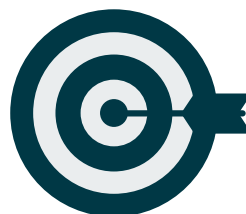
Text Ads

Textanzeige auf der rechten
Seite des Desktop Feeds



Event Ads

Anzeige zur Bewerbung von
Events und Veranstaltungen



TARGETING & AUDIENCES

Standort

Länder, Regionen, Kantone, Städte

Demografie

Alter, Geschlecht, Sprache

Audiences

Custom Audiences, Predictive Audiences

Attribute

Branchen, Unternehmensgrösse,
Ausbildung, Berufserfahrung,
Jobbezeichnungen, Karrierestufen,
Kenntnisse, Tätigkeitsbereiche und mehr

BESONDERHEITEN

Vertrauen

Die Werbung wird auf
LinkedIn als besonders
glaubwürdig empfunden

Targeting

Detailliertes Targeting
nach Berufsbezeichnung,
Branche, Karrierestufe,
Unternehmensgröße,
Skills uvm.

B2B

Besonders geeignet
für B2B Kampagnen

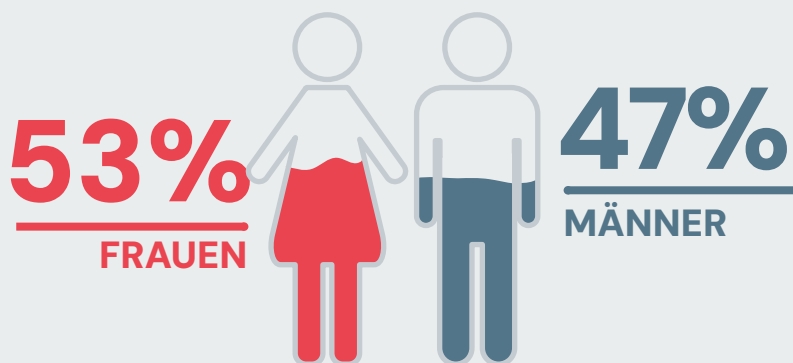
*MonthlyActiveUsers

Snapchat
(camera first)



Nutzerstruktur Schweiz

2.6 Mio
MAU*



KAMPAGNENZIELE

Awareness

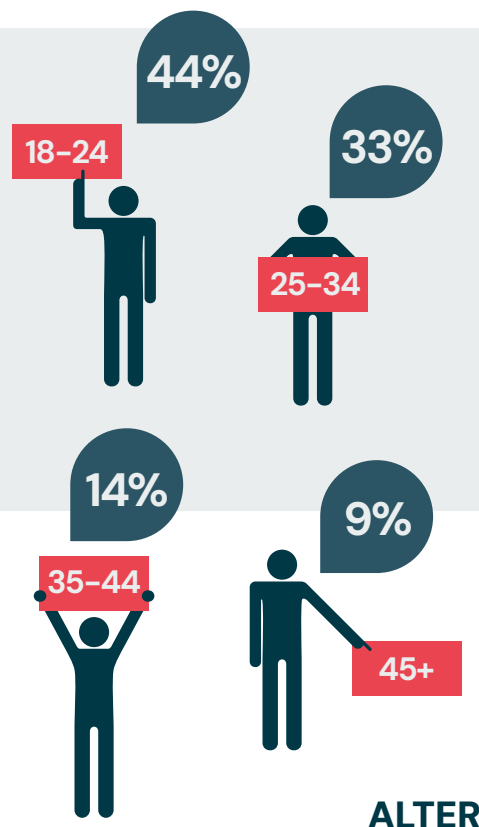
Brand-Awareness

Consideration

Traffic (Website & App),
Interaktionen,
App Installationen,
Videoaufrufe,
Leadgenerierung

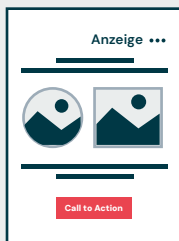
Conversion

Conversions
(Website & App),
Katalogverkäufe



Snap Ads

Bild- oder Videoanzeige



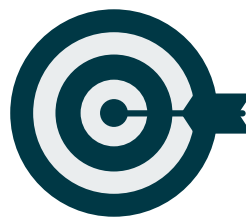
Commercials

Non-skippable
6 Sekunden
Videoanzeige



Story Ads

Mehrere
aufeinanderfolgende
Bild- oder Videoanzeigen



TARGETING & AUDIENCES

Standort

Länder, Kantone, Umkreis (0.1 bis 100 km)

Demografie

Alter, Geschlecht, Sprache

Audiences

Custom Audiences, Lookalike

Lifestyles

Film & TV Fans, Fitness Enthusiasts,
Foodies, Gamers, Musikfans, Pet & Animal
Lovers, Shoppers, Sports Fans, Travel
Enthusiasts und mehr



AR Lenses

Interaktives Format
mit Augmented Reality
Elementen



Collection Ad

Titelbild oder -video und
bis zu vier Produktbilder

BESONDERHEITEN

National Takeover

Hohe Sichtbarkeit durch
Buchung von First Lense
und First Story
Werbeplatzierungen

Kreativität

Innovative Lenses wie
AR-Games oder Quizze
ermöglichen eine besonders
hohe Engagement-Rate.

Alterscluster

Es gibt die Möglichkeit
Werbung an User
ab 13 Jahren auszuspielen

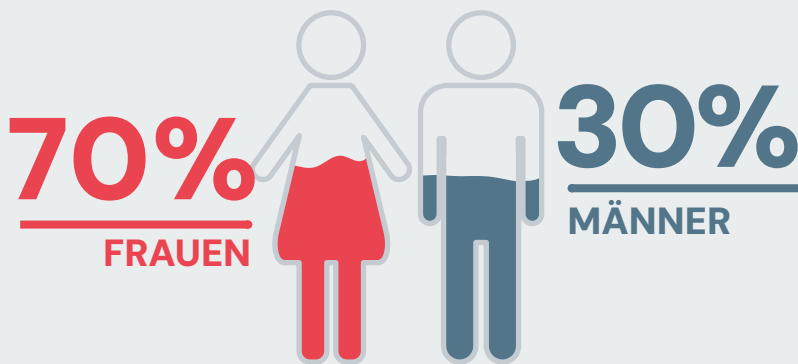
*MonthlyActiveUsers

PINTEREST
(inspiration)



Nutzerstruktur Schweiz

2.3 Mio
MAU*



KAMPAGNENZIELE

Awareness

Brand-Awareness,
Videoaufrufe

Consideration

Traffic

Conversion

Conversions,
Katalogverkäufe

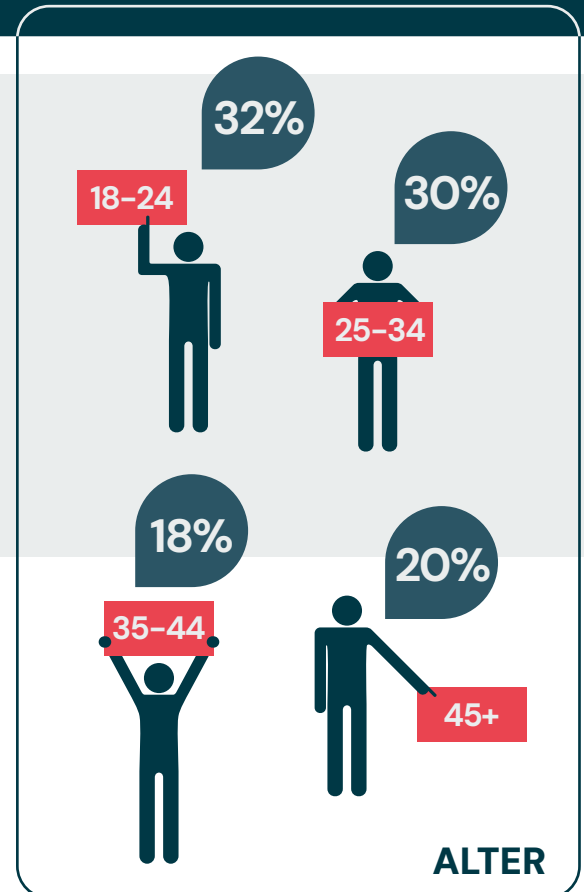


Image Pins

Anzeige mit
aussagekräftigem Bild



Video Pins

Anzeige mit Elementen
von Bewegung und Ton



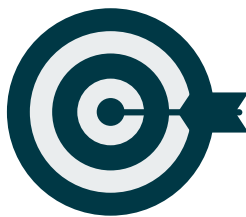
Carousel Pins

Bis zu 5 Bilder
in einer einzigen Anzeige



Quiz Pins

Multiple-Choice Fragen,
die Nutzer zu einem
personalisierten Ergebnis
führen



TARGETING & AUDIENCES

Standort

Länder, Kantone, Postleitzahlen

Demografie

Alter, Geschlecht, Sprache

Audiences

Webseitenbesucher, Kundenlisten, Interaktion, Actalike

Interessen

Architektur, Beauty, Bildung, Einrichtungsideen, Elektronik, Entertainment, Erziehung,
Essen & Trinken, Eventplanung, Fahrzeuge, Finanzplanung, Gesundheit, Gärtnern,
Handwerk & Basteln, DIY, Hochzeit, Kunst, Mode, Sport, Tiere und mehr

Keywords

Ein- und Ausschluss relevanter Keywords

BESONDERHEITEN

Inspiration & DIY

Mitglieder nutzen Pinterest,
um sich inspirieren
zu lassen und kommen
mit einer Kaufabsicht
auf die Plattform

Offenheit

97 % der Suchanfragen
auf Pinterest sind nicht
markenspezifisch, was zeigt,
dass Nutzer*innen offen
für neue Produkte und
Marken sind

Weiblich

Auf dieser Plattform ist die
Zielgruppe im Vergleich zu
anderen Plattformen
überdurchschnittlich
weiblich

*MonthlyActiveUsers

X
(discuss)



Nutzerstruktur Schweiz

1.2 Mio MAU*



KAMPAGNENZIELE

Awareness

Reichweite

Consideration

Traffic, Interaktionen,
App Installationen,
Videoaufrufe,
Pre-Roll-Aufrufe

Conversion

Erneute App
Interaktionen, Sales,
Keywords

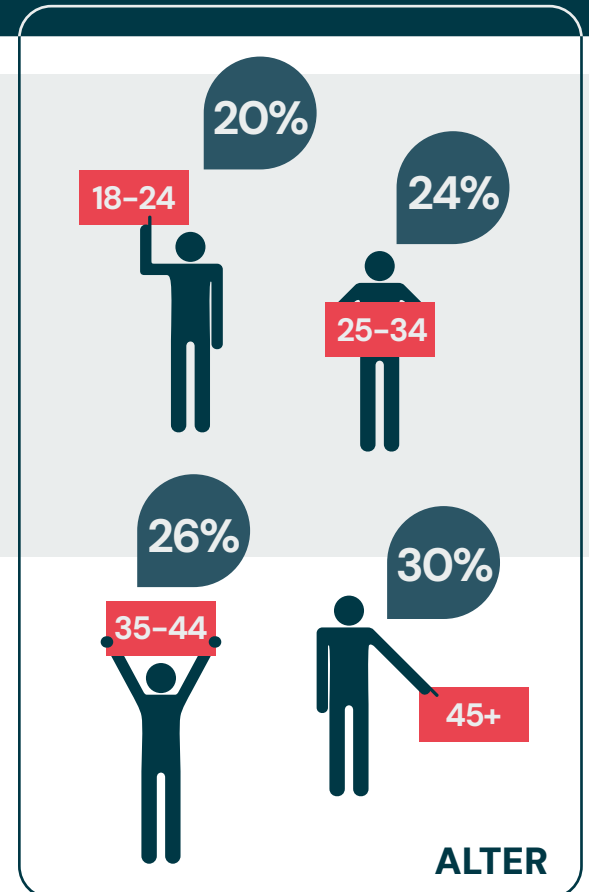


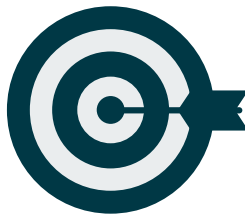
Image Ads

Anzeige mit
aussagekräftigem Bild



Video Ads

Anzeige mit Elementen
von Bewegung und Ton



TARGETING & AUDIENCES

Standort

Länder, Städte, Postleitzahlen

Demografie

Alter, Geschlecht, Sprache

Audiences

Custom Audiences, Lookalike Audiences, Followers, Premium Nutzer

Interessen

Bildung, Events, Filme & Fernsehen, Gesellschaft, Gesundheit, Musik & Radio, Finanzen,
Recht, Regierung & Politik, Sport, Style & Mode, Wissenschaft und mehr

Keywords

Ein- und Ausschluss relevanter Keywords

Follower Lookalikes

Nutzer mit ähnlichen Interessen wie die Follower eines Kontos



Carousel Ads

Bis zu 6 Bilder oder Videos
in einer einzigen Anzeige



Collection Ads

Titelbild oder -video und
bis zu vier Produktbilder

BESONDERHEITEN

Real-Time Pulse

Ideal zur Platzierung von
Markenbotschaften bei
aktuellen Ereignissen, viralen
Trends und
gesellschaftlichen Diskursen

Timeline Takeover

Maximale Sichtbarkeit
durch Platzierung als erste
Anzeige des Tages im Feed

Alterscluster

Es gibt die Möglichkeit
Werbung an User
ab 13 Jahren auszuspielen

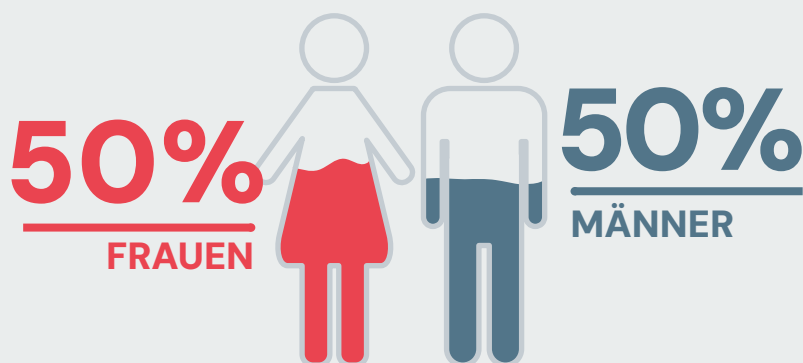
*MonthlyActiveUsers

YOUTUBE (viewers paradise)



Nutzerstruktur Schweiz

6.3 Mio MAU*



KAMPAGNENZIELE

Awareness

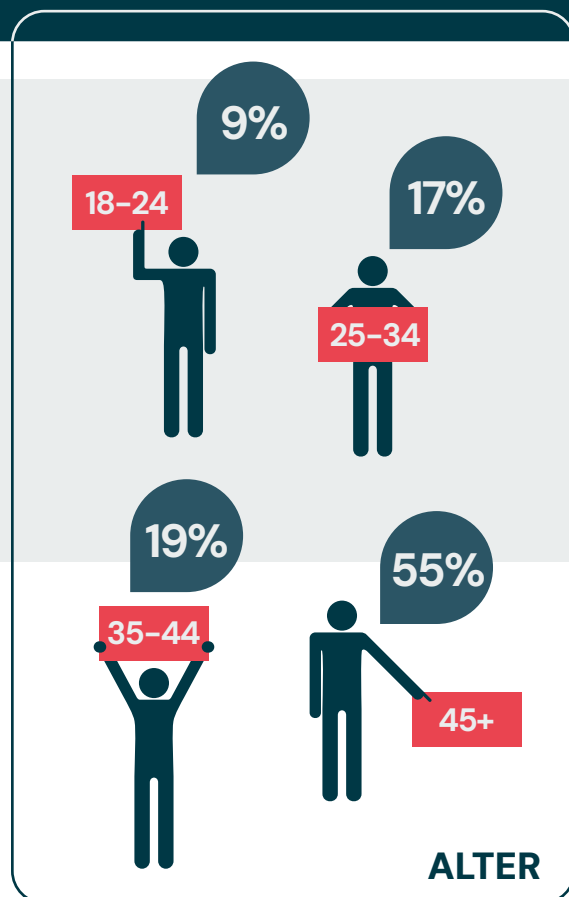
Brand Awareness,
Reichweite

Consideration

Videoaufrufe,
Website-Traffic,
App-Installationen

Conversion

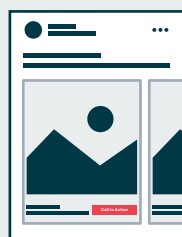
Leads, Conversions,
Online-Käufe
(E-Commerce,
App Events)



In-Stream Ads
Überspringbare (ab 5 Sekunden) und nicht überspringbare Videoanzeigen (6-15 Sekunden)



In-Feed Ads
Videos auf der Startseite, in den Suchergebnissen oder oberhalb von Videoempfehlungen



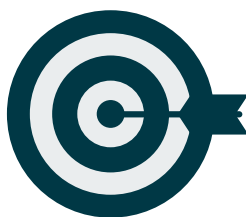
YouTube Shorts Ads

Vertikale Kurzvideos im Shorts-Feed



Masthead Ads (Fixbuchung)

Grossflächige Anzeigen auf der YouTube-Startseite



TARGETING & AUDIENCES

Standort

Länder, Regionen, Städte, Postleitzahlen

Demografie

Alter, Geschlecht, Sprache, Familienstand, Haushaltseinkommen (je nach Verfügbarkeit)

Audiences

Custom Audiences von Websitebesucher (auch ausserhalb der eigenen Seite), App-Nutzer oder Kundenlisten, Lookalike Audiences

YouTube Remarketing

Nutzer deines YouTube-Kanals (Viewer, Abonnenten, Kommentierende)

Interessen / Lifestyles (Affinity & In-Market Audiences)

Technikbegeisterte, Sportfans, Reiselustige, Foodies, Mode & Beauty, Automobilinteressierte, Bildung, Karriere, Business und mehr

BESONDERHEITEN

Reichweite

YouTube ist die grösste Videoplattform und die zweitgrösste Suchmaschine

Schlaues Targeting

Wer auf YouTube wirbt, profitiert vom vollen Wissen der Google-Suche

Storytelling

Anzeigen in fester Reihenfolge schalten und so gezielt Spannung aufbauen

*MonthlyActiveUsers

**Du willst mehr über uns
und unsere Cases wissen?**

**Dann sieh' dir unsere
Webseite an!**

www.dreifive.com