



Pinterest unterscheidet sich deutlich von sozialen Netzwerken wie Facebook oder Instagram. Hier geht es vor allem um Inspirationen und das Entdecken von (neuen) Inhalten. In der Vergangenheit hat sich aber Pinterest vor allem als Traffic-Lieferant für die eigene Webseite etabliert.

Der Unterschied von Pinterest zu anderen Social Media-Plattformen

Pinterest – die visuelle Suchmaschine

Die **Suchfunktion** gehört auf Pinterest zu den meistgenutzten Funktionen. Während es auf den gängigen Social Media-Plattformen nicht üblich ist, etwas zu suchen, **suchen Nutzer*innen auf Pinterest nach Inspiration** zum Beispiel für ihre Hochzeit, den nächsten Urlaub, nach Bastelideen oder nach Tipps für ihre Hausrenovierung.

Aber anders als bei Google erhalten die Nutzer*innen **im Suchergebnis auf Pinterest nur visuelle Inhalte**, die sie dann auf der Plattform speichern und so jederzeit wieder ansehen können. Ähnlich wie in der Google Suche steckt auch auf Pinterest hinter jedem Suchergebnis ein Link, der auf eine hinterlegte Webseite führt.



Pinterest – das soziale Medium

Auf Pinterest kann man ebenfalls Beiträge kommentieren, „Likes“ vergeben und sogar eine „Story“ veröffentlichen. Aber trotzdem ist Pinterest keine „typische“ Social Media-Plattform, wie Facebook, Instagram oder TikTok. Hier steht die Interaktion zwischen den Nutzer*innen im Fokus, während auf Pinterest die Kommentar- oder Like-Funktion kaum genutzt wird.



Die meisten Pinterest Nutzer*innen **speichern privat für sich Inhalte, ohne dabei stark mit anderen Nutzer*innen in Kontakt zu treten.**

Das bedeutet auch, dass wenn Sie Pinterest in Ihre Unternehmens-kommunikation integrieren, dass Sie weniger Zeit für direkte Kommunikation einplanen können.

Ein weiterer und entscheidender Unterschied ist aber die Art und Weise, wie auf Pinterest Inhalte ausgespielt werden. Auf den „typischen“ Social Media-Plattformen bekommen die Nutzer*innen tagesaktuell die neuesten Informationen vom Algorithmus in die sogenannte Timeline gespült. Das können Inhalte sein von Seiten, denen Sie selbst folgen oder auch Inhalte, mit denen Ihre Follower*innen interagiert haben. Im Gegensatz dazu erhalten Nutzer*innen auf der **Startseite von Pinterest vor allem Inhalte, die auf deren letzten Suchen basieren.** Dabei können diese Inhalte auch bereits mehrere Monate alt sein.

Pinterest – die informelle Bibliothek



Mit jedem neuen Post ändert sich auf Facebook und Co die Timeline. Das bedeutet, dass nur die neuesten Beiträge sichtbar sind und nicht die Posts von letzter Woche. **Pinterest dagegen ist eher wie eine Bibliothek zu sehen**, in der immer wieder, auch auf ältere Inhalte zurückgegriffen wird. Natürlich ändert sich auch hier die Position der Beiträge, aber sie tauchen weiterhin bei der Suchanfrage auf, ganz egal, ob sie heute oder letzte Woche erstellt wurden. **Selbst Beiträge, die ein halbes Jahr alt sind, schaffen es ganz nach vorne** und liefern so weiterhin Traffic für die dahinter geschaltete Webseite. Einmal gefunden und gespeichert, geht der Beitrag und damit die gesuchte Information für die Nutzer*innen nicht mehr verloren.

Auf Pinterest spielt der Zeitpunkt der Veröffentlichung für den Pin somit eine untergeordnete Rolle. Der Inhalt und die Gestaltung zählen mehr als das Datum.