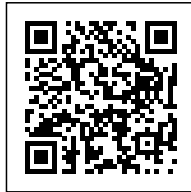


# PINTEREST STRATEGIE 2023: SO GEHT PINTEREST LIKE A PRO!

Posted on 16. März 2023 by Milena

Heute zeige ich Dir, wie die Pinterest Strategie 2023 aussieht und was Du tun kannst, um mit der visuellen Suchmaschine auch in diesem Jahr erfolgreich zu sein und Deine Reichweite zu steigern.

**Category:** [Pinterest Marketing](#)



Auch im Jahr 2023 ist Pinterest als visuelle Suchmaschine the Place to be. Nach fünf Jahren als Pinterest Marketing Expertin weiß ich, dass sich Pinterest stetig weiter entwickelt und auch der Algorithmus von Zeit zu Zeit angepasst wird. Damit möchte Pinterest den Nutzern die bestmögliche Inspiration bieten.

Heute zeige ich Dir, wie die Pinterest Strategie 2023 aussieht und was Du tun kannst, damit die visuelle Suchmaschine Dein Business noch erfolgreicher macht!



## Pinterest Strategie 2023

### Eigenes Pinverhalten

Während es früher bei Pinterest gern gesehen war, kollaborativ zu arbeiten, indem man die Pins der Creator aus der gleichen Branche weiterpinnte, bringt Dir das nun keinen Vorteil mehr.

Pinterest ist eine visuelle Suchmaschine und kein soziales Medium, auf dem der

Communitygedanke im Vordergrund steht.

Es geht insbesondere darum, den Pinterest Nutzern mit Deinem Content und Produkten eine Lösung für ihr Problem zu bieten. Deswegen solltest Du Dich als Creator insbesondere auf *eigene* Inhalte konzentrieren. Dabei spielt es eine wichtige Rolle, qualitativ hochwertige Pins zu erstellen und Pintexte zu formulieren, die neugierig machen und zum Klicken animieren.

Vom Repinnen fremder aber auch eigener Inhalte wird abgeraten. Wenn Du fremde Pins weiterpinnst, steigert das Deine eigene Reichweite nicht (mehr).

Investiere diese Zeit bevorzugt in die Erstellung eigener, neuer Pins, um Deine Inhalte und Produkte zu teilen, denn Pinterest möchte insbesondere eins: Die Nutzer mit stetig neuen Inhalten und Produkten inspirieren.

### **Was sind neue Pins?**

Ein neuer, frischer Pin ist eine neue Grafik, die bei Pinterest zum ersten Mal veröffentlicht wird. Das bedeutet auch, dass Du neue, frische Grafiken zu alten Blogbeiträgen erstellen kannst.

Du kannst zwar auch weiterhin Deine Pins auf mehrere Pinnwände pinnen, allerdings sollte der Pin nur auf die wirklich relevanten Boards gepinnt werden. Der Pin zählt nur einmalig als frischer Pin; ob Du ihn auf ein oder auf zehn Boards pinnst ☐.

Die Pinnwände helfen Pinterest dabei zu erkennen, wie die Pins den Nutzern ausgespielt werden sollen. Je besser der Pin zur Pinnwand passt, desto klarer ist das Signal an den Algorithmus.

### **Tägliche Pinanzahl**

Häufig höre ich im [kostenlosten Kennenlernschnack](#) die Frage, ob man immernoch 15 bis 25 Pins pro Tag pinnen sollte, um bei Pinterest erfolgreich zu sein. Diese Frage lässt sich aktuell mit einem klaren Nein beantworten. Es ist nicht mehr wichtig, wieviel gepinnt wird. Entscheidend sind die Kontinuität, die Relevanz und insbesondere die Qualität der Pins.

Dabei ist es unerheblich, zu welcher Zeit gepinnt wird, da Pinterest eine Suchmaschine ist, die zu jeder Tages- und Nachtzeit genutzt werden kann.

Das Ziel ist es, die Antwort auf die Suchanfrage der Nutzer\*innen zu sein. Das erreichst Du, indem Deine Pins über einen SEO-optimierten Pin-Titel und eine SEO-optimierte Pin-Beschreibung verfügen. Je mehr Nutzer\*innen mit Deinem Pin interagieren, desto öfter wird er an andere Nutzer\*innen ausgespielt, da Du dem Algorithmus zeigst, dass Dein Content und Deine Produkte wertvoll ist.

### **Sind Gruppenboards noch aktuell?**

Gruppenboards waren in der Zeit der Kollaboration das Mittel zum Zweck, sich gegenseitig zu unterstützen. Leider wurden sie zu Spamaktivitäten "missbraucht", wodurch die Reichweite von

Gruppenboards stark eingeschränkt wurde.

Gruppenboards haben also nicht mehr die Relevanz, die sie mal hatten. Du kannst relevante Gruppenboards zwar weiterhin nutzen, aber regelmäßig analysieren, um den Output realistisch einschätzen zu können. Wenn sie schlecht performen, scheue Dich nicht auszutreten.



## Pinterest Pinformate

Pinterest hat die Erstellung von Pins vereinfacht. Während es Standardpins, Karusselpins, Videopins und Ideapins gab, gibt es aktuell - vereinfacht gesagt - nur noch statische Pins und Videopins, die mit Elementen und zusätzlichen Informationen der ursprünglichen Ideapins gestaltet werden können. Beide Pinarten verfügen über einen Link, so dass sie Traffic generieren. Diese können aber nur noch ein Bild oder ein Video zeigen (und nicht wie zuvor bei Ideapins mehrere Bilder und/oder Videos).

Erfreulich ist, dass Produkte sowohl in statischen Pins als auch zusätzlich in Videopins getaggt werden können, so dass alle Pins "shoppable" gemacht und zu Kollektionspins transferiert werden können. Pinner zeigen nämlich 70 % höhere Einkaufsabsichten auf Produkt-Pins, die in Szene-/Markenbildern markiert sind als eigenständige Produkt-Pins.

Ideapins mit mehreren Bildern oder Videos, Karussell- und Collagenpins sind nur noch bezahlten Werbemaßnahmen vorbehalten.

## Pinterest Follower

Während [Pinterest Follower](#) früher im Vergleich zu anderen Plattformen nicht wichtig waren, scheint sich diese Ansicht nun zu ändern.

Speziell Ideapins weisen die neue Kennzahl "Folgen-Aktionen" auf. Diese Entwicklung macht deutlich, dass auch die Follower bei Pinterest zunehmend an Bedeutung gewinnen!

Je mehr Follower Du hast, desto mehr Pinterest Nutzer sehen auch Deine restlichen Pins.



## Fazit

Auch im Jahr 2023 bietet Pinterest Dir die Möglichkeit, mit einer geeigneten Strategie Deine Reichweite deutlich zu steigern.

Der Fokus liegt auf Deinen eigenen Pins, die insbesondere durch Qualität überzeugen, während Dein Pinverhalten durch Kontinuität belohnt wird.

Auch Follower gewinnen zunehmend an Bedeutung.

Die Pinerstellung wurde vereinheitlicht, so dass es nur noch statische Standard- und Videopins gibt, die beide durch das Taggen von Produkten "shoppable" gemacht werden können.

Wie gehst Du mit diesen Änderungen um?