

Hashtags – Trends und Themen mit Schlagworten verbreiten

Stand: 01.10.2025

Der Hashtag ist zunächst ein Zeichen auf Tastaturen von PCs und Symbol auf dem Handy oder Smartphone: „#“ Mit Ihnen werden Themen gesetzt oder mittels knapper Begriffe oder starken Verknappungen aufgegriffen und markiert. Im Eigentlichen Wortsinn meint der Begriff „tag“ genau das: ein Schlagwort. Der erste Wortteil „Hash“ steht für das Raute-Symbol, auch Doppelkreuz genannt.

Die Verwendung von Hashtags auf Internetseiten und vor allem auf sozialen Plattformen ist unterschiedlich und charakterisiert die Seiten zudem. Hashtags werden vermehrt auf Twitter und Instagram genutzt, wo sie eine deutlich höhere Bedeutung besitzen als auf weiteren Plattformen, wo sie ebenfalls in regem Gebrauch sind. Dazu zählen unter anderen: Facebook, Youtube, LinkedIn, Tumbler oder Pinterest.

Hashtags auf Instagram

Instagram lebt von der Verwendung und in kaum einem anderen Medium wird die Hashtag-Suche so stark genug wie hier. Die Hashtags werden in die Beschreibung von Beiträgen eingeflochten oder unter einem Text platziert. Da bisher noch keine Beschränkungen oder Bestrafungen seitens Instagram für zu viele Hashtags vorliegen, nutzen viele User das Maximum von 30 möglichen Hashtags aus.

Es existiert allerdings eine Ban-List von Hashtags, die zwar noch gesetzt werden können, aber den Usern in der Suche keine Ergebnisse mehr liefern. Überstrapazierte Begriffe, Hatespeech, Gewalt- und Porno-/Vulgärbegriffe zählen in diese Kategorie.

Hashtags auf Twitter

Auf Twitter haben Hashtags schon lange einen festen Platz, und nach ihrer Einführung 2007 wurde 2009 die Funktion ergänzt, die es erlaubt, mit einem Klick auf den Hashtag alle dazugehörigen Tweets anzuzeigen. Außerdem erscheinen die Hashtags in auffälligem Blau. Die Nutzer von Twitter integrieren gerne diese Schlagworte in ihre kurzen Texte mit 280 (früher 140) Zeichen.

Beispiel: „Beispiel: „Die #Bundesregierung hat angekündigt, dass die #Mehrwertsteuer ab dem nächsten Jahr auf 19 % steigen wird.““

Häufig werden einige Hashtags auch am Ende eines Tweets zusammengefasst. Über die äußerst beliebte Hashtag-Suche lassen sich aktuelle oder sogar stündliche Trends abrufen. Wichtige Themen sind mittlerweile immer durch Hashtags auf Twitter präsent und werden rege diskutiert. Um ein Übermaß an Spam zu vermeiden, empfiehlt Twitter, nicht mehr als zwei Hashtags pro Tweet zu verwenden.

Hashtags auf Facebook

Facebook hat die Reichweite der Hashtags über die Einstellungen auf den persönlichen Bereich

beschränkt. Das mindert die allgemeine Reichweite enorm. In der Regel werden bei passendem Thema Tweets von Twitter mit den entsprechenden Inhalten einfach übernommen. Außerdem sind Tweets bei Facebook implementierbar.

Aufgrund dieser Einstellungen und eines nur sporadischen Gebrauchs von Hashtags auf Facebook besitzen sie für diese Plattform lediglich eine untergeordnete Bedeutung.

Abgesehen vom digitalen Raum finden Hashtags mittlerweile auch in Zeitungen, auf Prospekten oder Plakaten ihren Platz. Unternehmen verwenden sie sporadisch oder gezielt für bestimmte Kampagnen. In diesen Fällen werden sie intelligenterweise systematisch und kanalübergreifend benutzt.

Aus letztgenanntem Grund gewinnen Hashtags im modernen Marketing immer mehr an Bedeutung und sind fast nicht mehr aus dem Online-Marketing wegzudenken. Bei der Verwendung von aussagekräftigen Schlagworten haben die Unternehmen zwei Möglichkeiten. Erstens greifen sie bereits bekannte Hashtags auf, die thematisch gut zu ihrer Message oder einem Produkt passen sollten. Zweitens versuchen Sie mit einem Hashtag einen eigenen Trend zu kreieren und hoffen auf die Verbreitung des Schlagwortes. Idealerweise verknüpfen die Benutzer damit einen Mehrwert oder ein interessantes Thema, das über die Eigenwerbung einer Marke deutlich hinausgeht.