

Pinterest

Stand: 28.02.2025

Bei Pinterest handelt es sich im Grunde um eine digitale Pinnwand, an der User hauptsächlich Bilder und Videos anpinnen. Anders als auf anderen [Social-Media-Plattformen](#) steht bei Pinterest nicht der Austausch mit der Community im Vordergrund, sondern das Vorstellen der eigenen Interessen. Die Themenbereiche sind recht weit gefächert. Von Rezepten und Geschenkideen über Mode und Lifestyle bis hin zu Do-it-yourself-Lösungen und Designs – bei Pinterest finden User Inspiration und praktische Anleitungen zum Nachmachen.

Die Geschichte von Pinterest

Das Social-Media-Tool Pinterest wurde 2010 von Ben Silbermann, Evan Sharp und Paul Sciarra gegründet. Die Idee zur Plattform stammt von Ben Silbermann, der eine geeignete Lösung im Internet suchte, um seine Insektenbilder sinnvoll zu organisieren. Nachdem zu diesem Zeitpunkt kein passender Dienst auffindbar war, beschloss Ben Silbermann, Pinterest zu erschaffen.

Eine erste Beta-Version ging im März 2010 online. Noch im selben Jahr startete Pinterest offiziell und begann schnell zu wachsen. Im Laufe der Zeit wurden neue Funktionen hinzugefügt und die Plattform gewann rasant an Popularität. Mittlerweile gehört sie zu den beliebtesten Social-Media-Diensten und zählt mehr als 400 Millionen aktive Nutzer weltweit.

Die Funktionen von Pinterest

Pinterest dient in erster Linie dem Suchen und Verwalten von visuellen Inhalten. Die Einträge auf der Plattform werden als sogenannte Pins bezeichnet. Darunter ist ein Bild oder ein Video zu verstehen. Um sich einen Pin zu merken, besitzt jeder User eine eigene Pinnwand, auf der die Beiträge virtuell angepinnt werden können. Die Pinnwand lässt sich individuell organisieren oder nach Ordnern strukturieren, sodass eine bessere Übersicht entsteht.

Die Funktionen von Pinterest

- **Bulletin-Boards:** Die Boards dienen als Pinnwand, auf der visuelle Inhalte wie Bilder und Videos gesammelt und in Themenbereiche kategorisiert werden.
- **Pins:** Ein Beitrag bei Pinterest ist ein Pin, den Benutzer in ihrem Bulletin-Board speichern. Dieser kann einen Link zu einer anderen Website enthalten, wo User genauere Informationen zu einem Produkt oder Rezept erhalten. Pins lassen sich auch repinnen (teilen), indem Nutzer den Beitrag auf ihrer Pinnwand hinzufügen.
- **Suchen:** Pinterest bietet eine Suchfunktion, mit dem sich schnell und einfach neue Inhalte entdecken lassen.
- **Shopping:** Wer nach einem speziellen Produkt Ausschau hält und eine übersichtliche Plattform zum Vergleich benötigt, ist bei Pinterest ebenfalls richtig. Das Tool zeigt dem Nutzer die Suchresultate an und leitet ihn direkt auf den Onlineshop weiter.
- **Analyse:** User, die Pinterest nicht privat nutzen, sondern zur Vermarktung ihres Unternehmens, erhalten über Pinterest Analytics die Möglichkeit, ihre Performance zu messen.

Das Geschäftsmodell von Pinterest

Die Plattform Pinterest ist für private Nutzer kostenlos. Lediglich eine Registrierung ist nötig, um Pins zu verwalten und zu erstellen. Für Unternehmen, die Werbeanzeigen schalten möchten, ist der Social-Media-Dienst kostenpflichtig.

Die Gebühren variieren je nach Kampagnentyp und Branche. Grundsätzlich dient die Pinterest-Werbung drei Zwecken: dem Steigern der Brand Awareness, dem Bilden einer Markenpräferenz und dem Erhöhen der Conversions.

Vor- und Nachteile von Pinterest

Wie jedes andere Social-Media-Tool auch hat Pinterest seine eigenen Vor- und Nachteile, die je nach anvisiertem Einsatzzweck schwerer wiegen oder gar zu vernachlässigen sind.

Die Vorteile von Pinterest

- hohe Benutzerfreundlichkeit
- Quelle der Inspiration
- integrierte Shoppingfunktion
- einfache Suchfunktion
- Vorschläge zu den eigenen Interessen
- Gruppenboards für Interaktion mit Freunden
- langlebiger Content
- schnelle Traffic-Generierung

Die Nachteile von Pinterest

- die Zielgruppe ist jung (18 bis 34 Jahre) und vorwiegend weiblich
- aufgrund der Zielgruppe ist Pinterest nicht für jedes Unternehmen die passende Plattform
- Fokus auf Bilder und Videos

Die Bewertung von Pinterest

Pinterest erfreut sich vor allem bei jungen Menschen einer großen Beliebtheit. Schnell lassen sich Ideen und Rezepte, aber auch Eindrücke von Reisezielen und vieles mehr suchen. Für Privatpersonen ist Pinterest damit ein Quell der Inspiration, während [Social-Media-Agenturen](#) eine Bühne zur Vermarktung ihrer Kunden erhalten.

Mithilfe gezielter [Social-Media-Kampagnen](#) kann über Pinterest der Traffic der eigenen Website erhöht werden. Darüber hinaus bietet es auch hohes Potenzial zur Umsatzsteigerung, da Pinterest-User aktiv nach Lösungen suchen. Mit einer [professionellen Betreuung](#) und einer regelmäßigen [Analyse](#) der Performance ist Pinterest eine geeignete Plattform, um vor allem den Traffic dauerhaft zu verbessern. Allerdings muss die Zielgruppe des Unternehmens passen.

Weiterführende Weblinks

<https://de.pinterest.com/>

https://help.pinterest.com/de?source=gear_menu_web

<https://business.pinterest.com/de/>