

Tumblr

Stand: 24.09.2025

Nutzer, die auf der Suche nach einer Social-Media-Plattform abseits der großen Player wie Facebook und Instagram sind, aber trotzdem die Freiheit wünschen, Inhalte zu posten und mit der eigenen Community zu interagieren, finden vielleicht in Tumblr den perfekten Social-Media-Dienst für ihre Anforderungen.

Die Geschichte von Tumblr

Tumblr wurde 2007 von David Karp und Marco Arment gegründet. In seinen Anfängen diente das [Social-Media-Tool](#) vorrangig der Veröffentlichung kleiner Blogbeiträge und Medieninhalte. Bereits 2010 erreichte die Plattform eine Anzahl von einer Milliarde Posts und konnte durch seine Erfolge im selben Jahr eine Finanzierung von 30 Millionen US-Dollar einfahren. Nachdem zwischenzeitlich mehrfach die Besitzer gewechselt haben, wurde Tumblr schließlich 2019 vom Unternehmen Automattic erworben, das den meisten wohl als Betreiber der Plattform WordPress bekannt ist. Im Juni 2019 wies der Dienst eine Gesamtanzahl von 172,6 Milliarden Posts seit seiner Gründung auf. Das klingt nach sehr viel, ist es aber im Grunde nicht. Der Marktanteil von Tumblr liegt unter den Social-Media-Plattformen weltweit gerade einmal bei 0,24 %, wobei fast 50 % der Nutzer aus den USA stammen.

Die Funktionen von Tumblr

Tumblr ähnelt in vielerlei Hinsicht anderen Plattformen. So lassen sich einfach und schnell Blogs erstellen, Inhalte integrieren und Posts kommentieren. Das Besondere ist jedoch, dass die Community von Tumblr sich eher auf künstlerische Aspekte bezieht und recht frei von den ansonsten üblichen Shitstorms oder negativen Kommentaren ist, die User auf anderen Plattformen über sich ergehen lassen müssen.

Die Funktionen im Detail:

- **Posts:** Das Erstellen eines Beitrags ist bei Tumblr recht einfach. Zur Auswahl stehen 7 Formate (Text, Bild, Zitat, Link, Chat, Audio und Video), aus denen der Post bestehen kann.
- **Hashtags:** Wie auch auf anderen Plattformen dürfen User ihre Beiträge mit Schlagwörtern versehen, um anderen Benutzern das Finden ähnlicher Posts zu erleichtern.
- **Interaktion:** Tumblr stellt 3 Formen der Interaktion zur Verfügung: Rebloggen, Liken und Kommentieren. Beim Rebloggen wird der Inhalt eines anderen Nutzers im eigenen Blog eingebettet, sodass sich der Beitrag stärker im Netz verbreitet.
- **Chatten:** Über einen Messaging-Dienst kommunizieren Mitglieder untereinander, ohne dass der Inhalt für andere User sichtbar ist.
- **Integration:** Über die Funktion *Link* können Beiträge von anderen Social-Media-Plattformen bei Tumblr einfach und schnell eingebettet werden.
- **Planung:** Neue Beiträge müssen nicht sofort online gestellt werden. Nutzer haben die Option, Posts in Ruhe vorzubereiten und zu einem festgelegten Zeitpunkt automatisch zu veröffentlichen.
- **Community:** Tumblr ist mittlerweile die Heimat für unterschiedliche Gruppen. So hat sich beispielsweise eine breite Fanfiction-Community in Tumblr etabliert, die Geschichten basierend auf

ihren Lieblingsfilmen und -serien teilen oder über Handlungsstränge diskutieren.

Das Geschäftsmodell von Tumblr

Der Social-Media-Dienst Tumblr ist komplett kostenfrei. Weder für die Erstellung eines Beitrags noch für den eigenen Blog fallen Kosten an. Tumblr selbst finanziert sich über die Einspielung von Werbeanzeigen. Ferner können sogenannte In-App-Käufe getätigt werden, um beispielsweise das Theme des Blogs zu individualisieren. Aber generell basiert die Plattform auf einem Gratis-Abo. Zum Veröffentlichen von Posts müssen sich User lediglich auf der Webseite registrieren und einloggen.

Für wen ist Tumblr geeignet?

Da die Community von Tumblr eher auf künstlerische Aspekte Wert legt und einen gewissen Humor besitzt, empfiehlt sich die Plattform allen kreativen Personen. Fotografen und Kunstinteressierte finden auf Tumblr eine Community, mit der sie sich austauschen und Inspiration für neue Projekte erhalten. Andererseits lässt sich mithilfe des Social-Media-Dienstes schnell ein Portfolio mit künstlerischen Fotos zusammenstellen, das wiederum zur eigenen Vermarktung genutzt werden kann. Folglich dient Tumblr, wenn gewünscht, auch dem Marketing.

Bewertung von Tumblr für das Social-Media-Marketing

Ob Tumblr zu den Favoriten unter den Social-Media-Tools zählt, ist eher fraglich. Dafür ist die Plattform generell zu nischig und die Community zu klein. Wer schnell eine große Reichweite erzielen möchte, wählt sicher eher einen der Big-Player unter den Social-Media-Diensten.

Andererseits ist es durchaus möglich, dass sich eine [Social-Media-Agentur](#) dafür entscheidet, mit Tumblr zu arbeiten, wenn der Kunde zur Community passt. Denkbar wären beispielsweise [Social-Media-Kampagnen](#) zu bekannten Serien und Spielfilmen, die mit Umfragen, Quiz oder anderen Interaktionen verknüpft sind. In Zusammenarbeit mit Experten aus dem Bereich Social-Media profitieren Unternehmen dann auch von einer genauen [Analyse](#) und [Betreuung](#), die ihnen Aufschluss über die Reichweite der Kampagne und die Erfolge gibt.

Schlussendlich lässt sich festhalten, dass Tumblr jedem User eine Plattform bietet, mit der schnell und einfach Posts erstellt sind. Ob Tumblr zu jedem Unternehmen passt, ist stark von der Intention und den zu vermarktenden Produkten und Inhalten abhängig.

Weiterführende Weblinks

<https://www.tumblr.com/>

<https://advertise.tumblr.com/>

<https://help.tumblr.com/hc/de>

