

Pressemitteilung

Auf Social Media aktive Banken veröffentlichen durchschnittlich 392 Beiträge pro Jahr



100 untersuchte Banken sind mit durchschnittlich 392 veröffentlichten Beiträgen pro Jahr in den sozialen Medien besonders aktiv. Seit der letzten Erhebung hat sich ihre Präsenz auf drei von vier Plattformen weiter verstärkt. Das höchste Beitragsvolumen entfällt auf Instagram, während TikTok bei den Nutzerinteraktionen klar führt.

Esslingen am Neckar, 14. August 2025 – Mit einer Nutzungsrate von 98 Prozent sind nahezu alle untersuchten Banken auf der B2B-Plattform LinkedIn präsent. Aber auch große B2C-Plattformen erfreuen sich hoher Beliebtheit: YouTube erreicht 96 Prozent, gefolgt von Facebook mit 95 Prozent und Instagram mit 93 Prozent. Gegenüber der Vorgängerstudie 2023 verzeichnet Instagram mit einem Plus von 14 Prozentpunkten den stärksten Zuwachs. Facebook legt um 12 Prozentpunkte zu, YouTube um einen Prozentpunkt. Deutlich rückläufig ist hingegen die Aktivität auf X von ursprünglich 82 auf 54 Prozent. Während TikTok in anderen Branchen nur von 16 bis 38 Prozent der Akteure genutzt wird, sind dort fast die Hälfte der Banken vertreten.

Gemessen an mindestens einem veröffentlichten Beitrag pro Jahr liegt X mit nur 20 Prozent aktiver Accounts am Ende des Rankings – selbst TikTok verzeichnet mit 38 Prozent einen höheren Anteil. Die größte Aktivität zeigen LinkedIn mit 93 Prozent und Instagram mit 91 Prozent regelmäßig bespielter Accounts. Die höchste Beitragsfrequenz erreicht Instagram mit einem Median von 132 Posts pro Anbieter und Jahr. Bei den Interaktionen setzt sich TikTok mit einem Median von rund 31.000 deutlich von den anderen Plattformen ab. LinkedIn punktet mit den meisten reichweitenstarken Profile: Fünf überschreiten die Marke von einer Million Followern. Auf Facebook finden sich die höchsten Extremwerte mit bis zu 22 Millionen Followern sowie der aktivste Anbieter mit 694 Beiträgen im Jahr.

Im Gesamtranking sind neun der Top 10-Anbieter auf allen sechs Plattformen vertreten. An der Spitze steht der Kreditkartenspezialist MasterCard mit der besten Performance auf TikTok und YouTube. Auf dem zweiten Platz folgt der ebenfalls auf Kreditkarten spezialisierte Anbieter American Express, der vor allem auf LinkedIn und X überdurchschnittlich abschneidet. Den dritten Rang belegt die Deutsche Bank, die auf Instagram, LinkedIn und X jeweils zu den Top 3 zählt.

Bei den erfolgreichsten Beiträgen dominieren Inhalte zu Finanzprodukten und zur Finanzbranche insgesamt, häufig ergänzt um praxisnahe Tipps zur Geldanlage. Auf TikTok werden diese Themen oft humorvoll inszeniert, während auf LinkedIn Unternehmensnachrichten, persönliche Erfolgsgeschichten und einzelne politische Ereignisse im Vordergrund stehen. Gewinnspiele erweisen sich als besonders wirksames Mittel, um durch zahlreiche Kommentare die Reichweite zu steigern. Ausreißer nach oben sind Videos, die in Kooperation mit prominenten Persönlichkeiten oder reichweitenstarken Accounts produziert und/ oder veröffentlicht wurden.

Über die Studie:

Die ‚Studie Social Media Performance Banken 2025‘ von *research tools* untersucht Präsenz und Aktivität von 100 Banken auf den Plattformen Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, X und YouTube. Sie gibt auf 183 Seiten Einblick in Abonnenten/Follower, Postings/Videos sowie Interaktionen in den Social Media-Accounts. Ein Gesamtranking führt die Bewertungen der Performances auf den sechs Plattformen zusammen und eine statistische Social Media-Positionierung visualisiert die Ergebnisse.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/studie-social-media-performance-banken-2025/>

Der Studienherausgeber:

Der Spezialist für Marketinganalyse **research tools** mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, wettbewerbsorientierte Marktforschung.

www.research-tools.net

www.linkedin.com/company/research-tools-net

Pressekontakt:

Uwe Matzner

research tools

Kesselwasen 10

73728 Esslingen am Neckar

Tel. +49 (0)711 - 55090381

Fax +49 (0)711 - 55090384

uwe.matzner@research-tools.net