

Die Zukunft von Tumblr: Eine Plattform für die junge Generation und ihre Werbepotenziale

In jüngster Zeit haben Marketingexperten eine interessante These aufgestellt: Tumblr, einst eine dominierende Kraft in der Social-Media-Landschaft, erlebt möglicherweise eine Renaissance und entwickelt sich zu einer bevorzugten Plattform für die junge Generation. Diese Einschätzung wirft wichtige Fragen auf, insbesondere im Hinblick auf das Potenzial von Tumblr als Werbepattform. Dieser Bericht untersucht die aktuelle Situation von Tumblr, analysiert seine Nutzerbasis und sein Traffic-Wachstum und bewertet seine Attraktivität für Werbetreibende.

Erneute Popularität bei jüngeren Generationen

Aktuelle Daten deuten tatsächlich auf ein wiederauflebendes Interesse an Tumblr bei jungen Social-Media-Nutzern hin.¹ Die Plattform, die 2013 von Yahoo für 1,1 Milliarden US-Dollar erworben wurde, ermöglicht es Nutzern, Kunstwerke, Gedanken, Tagebucheinträge, Blogs und mehr hochzuladen und zu teilen.¹ In den frühen 2010er-Jahren erfreute sich Tumblr enormer Beliebtheit und wurde zum Synonym für alternative Teenagerkultur.¹ Musiker wie The 1975, Vampire Weekend und Lana Del Rey nutzten die Plattform, um ihre Arbeit zu bewerben und enge Fanggemeinschaften aufzubauen.¹ Tumblr trug maßgeblich zur Gestaltung von Ästhetiken für Teenager in dieser Zeit bei.¹

Nachdem Tumblr von Verizon übernommen und später für einen geringen Betrag weiterverkauft wurde, schien die Plattform in den Hintergrund getreten zu sein.¹ Allerdings deuten aktuelle Zahlen darauf hin, dass Gen Z einen erheblichen Teil der aktiven monatlichen Nutzer von Tumblr ausmacht. Laut einem Artikel von Business Insider machen Gen Z 50 % aller aktiven monatlichen Nutzer von Tumblr sowie 60 % der Neuanmeldungen auf der Website im Jahr 2025 aus.¹ Dies deutet darauf hin, dass eine erneute Dynamik junge Social-Media-Nutzer anzieht, die sich nach einem Raum sehnen, der nicht von Bots, Influencern, Fehlinformationen und negativen Nachrichten überflutet ist.¹

Die Gründe für die Anziehungskraft von Tumblr auf Gen Z scheinen in der bewussten Priorisierung von Gemeinschaften, Kreativität und spezifischen Nischen anstelle von reiner Interaktion zu liegen.¹ Tumblr versucht nicht aktiv, Nutzer durch Algorithmen und Feeds so lange wie möglich auf der Plattform zu halten.¹ Gen Z empfindet Tumblr als einen Ort, an dem man der überfordernden Natur anderer Plattformen entfliehen kann.¹ Diese Generation sucht online nach authentischen Verbindungen und Nischengemeinschaften, die sich um spezifische Interessen und Fandoms drehen,

anstatt sich auf Kennzahlen wie Engagement und ständiges Wachstum zu konzentrieren.¹ Tumblr fördert Umgebungen, in denen Gleichgesinnte über gemeinsame Leidenschaften in Kontakt treten können.¹ Im Gegensatz zu Plattformen, die stark auf Algorithmen angewiesen sind, bietet Tumblr einen ruhigeren Raum mit weniger aufdringlichen Inhalten.¹ Die Plattform legt Wert auf Kreativität und Selbstaussdruck, was mit dem Wunsch von Gen Z nach Plattformen zur kreativen Entfaltung übereinstimmt.¹

Es ist jedoch wichtig zu beachten, dass Tumblr zwar bei Gen Z an Popularität gewinnt, diese Gruppe aber nicht die gesamte Nutzerbasis ausmacht.² Ein erheblicher Teil der Nutzer gehört nach wie vor anderen Generationen an.

Traffic-Wachstum von Tumblr in den letzten Jahren

Die Wachstumsrate der Tumblr-Nutzer hat in den letzten Jahren tendenziell abgenommen, obwohl es immer noch einen leichten Anstieg der Nutzerzahlen gab.³ Zwischen 2019 und 2020 stieg die Nutzerbasis von Tumblr um 4,1 %.³ Dieser Anstieg folgte einer Phase deutlich höheren Wachstums, die seit 2014 kontinuierlich zurückging.³ Trotz dieser Verlangsamung verzeichnet Tumblr weiterhin eine beträchtliche monatliche Aktivität. Im März 2024 besuchten weltweit 191,1 Millionen aktive Nutzer Tumblr.³ Die monatlichen Besuche schwankten im Laufe des Jahres 2023 und Anfang 2024, erreichten im Juli 2023 mit 230 Millionen ihren Höchststand und im Februar 2024 mit 179,1 Millionen ihren Tiefststand.³ Im Februar 2024 verzeichnete Tumblr 366,44 Millionen monatliche Besuche³, während es im Januar 2024 386,29 Millionen waren.³

Obwohl die jährlichen Besuche einen Abwärtstrend aufweisen, gehört Tumblr weiterhin zu den Top 103 der weltweit meistbesuchten Websites, wobei der meiste Traffic aus den Vereinigten Staaten kommt.⁴ Die Zahl der Blogs auf Tumblr ist beeindruckend und belief sich im Jahr 2023 auf etwa 572 Millionen.³ Diese Zahl ist seit 2011, als es nur 17,5 Millionen Blogs gab, deutlich gestiegen.⁵ Täglich werden auf der Plattform rund 12,8 Millionen Blogbeiträge veröffentlicht.³

Es ist wichtig anzumerken, dass die Einführung strengerer Inhaltsrichtlinien im Jahr 2018, insbesondere die Beschränkungen für Inhalte für Erwachsene, zu einem deutlichen Rückgang des Nutzerverkehrs führte.⁵ Die jährlichen Nutzerzahlen sanken von 521 Millionen im Jahr 2018 auf 213 Millionen im Jahr 2023.⁶ Trotz dieses Rückgangs scheint die erneute Popularität bei Gen Z die Plattform wiederzubeleben.

Tumblr als potenzielle Werbeplattform

Die Meinungen von Marketingexperten bezüglich des Potenzials von Tumblr als Werbeplattform sind vielfältig. Einige sehen in der Plattform eine vielversprechende Möglichkeit, eine junge und engagierte Zielgruppe zu erreichen.⁸ Die Tatsache, dass Tumblr bei Marken ein hohes soziales Ansehen genießt⁹, deutet darauf hin, dass Nutzer der Werbung auf der Plattform möglicherweise offener gegenüberstehen als auf anderen Netzwerken. Gen Z ist sogar doppelt so wahrscheinlich der Meinung, dass Tumblr gut darin ist, sie auf relevante Marken oder Produkte aufmerksam zu machen, als Marketer selbst die Plattform dafür nutzen.¹²

Die Betonung visueller Inhalte auf Tumblr⁸ stimmt mit breiteren Trends im digitalen Marketing überein und erfordert von Marken, ihre Content-Strategien speziell für die Plattform anzupassen. Bilder und GIFs sind besonders beliebt.⁸ Tumblr bietet Marken die Möglichkeit, ihre Kreativität zu entfalten und originelle Inhalte zu teilen.⁸ Die Individualisierbarkeit der Blog-Designs ist ein weiterer Vorteil für Marken, die eine einzigartige Online-Präsenz schaffen möchten.¹¹

Allerdings gibt es auch Vorbehalte. Einige Medienkäufer sind nach wie vor skeptisch gegenüber der Effektivität von Tumblr-Anzeigen.¹⁶ Bedenken hinsichtlich der Targeting-Möglichkeiten und der Verfügbarkeit von Tumblr-freundlichen Inhalten seitens der Marken werden geäußert.¹⁶ In der Vergangenheit waren die Targeting-Optionen begrenzt¹⁶, obwohl sich dies möglicherweise verbessert hat.¹⁹ Für einige Marken, insbesondere solche mit älteren Zielgruppen, ist die junge Nutzerbasis von Tumblr möglicherweise nicht ideal.¹⁰

Die Notwendigkeit authentischer und kreativer Inhalte, die bei der Tumblr-Community Anklang finden, ist entscheidend für den Erfolg von Werbung auf der Plattform.⁹ Nutzer, insbesondere Gen Z, sind versiert und erkennen unauthentische Inhalte schnell.¹² Die Spannung zwischen der Nutzerbasis von Tumblr, die traditionelle Werbung historisch ablehnte, und dem Bedarf der Plattform an Einnahmen erfordert eine sorgfältige Balance seitens der Marketer, um die Nutzer nicht mit aufdringlichen oder unauthentischen Kampagnen zu verprellen.

Aktuelles demografisches Profil der Tumblr-Nutzer

Die Demografie der Tumblr-Nutzer zeigt eine deutliche Tendenz zu jüngeren Personen.³ Ein großer Teil der Nutzerbasis ist unter 35 Jahre alt.³ Insbesondere gehören 40 % der Tumblr-Nutzer zur Generation Z und 30 % zu den Millennials.³ Betrachtet man die spezifische Altersverteilung, so sind 10 % der Nutzer zwischen 15 und 25 Jahren alt und 11 % zwischen 26 und 35 Jahren.³ Andere Quellen deuten darauf hin, dass der Anteil der Millennials sogar noch höher sein könnte.⁵

Die Geschlechterverteilung auf Tumblr ist relativ ausgeglichen, mit etwa 50 % weiblichen und 50 % männlichen Nutzern.³ Bezüglich des Einkommens der Nutzer in den Vereinigten Staaten zeigen Daten eine vielfältige Verteilung. Etwa 25 % der Tumblr-Nutzer in den USA haben ein jährliches Einkommen zwischen 80.000 und 100.000 US-Dollar, während 15 % weniger als 30.000 US-Dollar verdienen.³

Andere demografische Aspekte umfassen den Standort, wobei 22 % der Reichweite von Tumblr in städtischen Gebieten und 14 % in ländlichen Gebieten liegen.³ Die Hauptgründe für die Nutzung von Tumblr sind Unterhaltung (60 %), gefolgt von Nachrichten (21 %) und dem Wunsch, Marken und Unternehmen zu folgen (17 %).³

Die überwiegend junge Demografie der Tumblr-Nutzer macht die Plattform zu einem wertvollen Kanal für Marken, die Gen Z und Millennials ansprechen möchten, möglicherweise jedoch weniger für diejenigen, die sich auf ältere Altersgruppen konzentrieren. Die ausgeglichene Geschlechterverteilung deutet darauf hin, dass Tumblr eine effektive Plattform sein kann, um sowohl männliche als auch weibliche Zielgruppen zu erreichen.

Tabelle 1: Wichtige demografische Daten der Tumblr-Nutzer

Demografisches Merkmal	Anteil (%)	Quelle
Gen Z (ca.)	40-48	3
Millennials (ca.)	30-69	3
15-25 Jahre	10	3
26-35 Jahre	11	3
Geschlecht (weiblich)	50	3
Geschlecht (männlich)	50	3
Nutzungsgrund: Unterhaltung	60	3
Nutzungsgrund: Nachrichten	21	3

Nutzungsgrund: Marken folgen	17	3
Reichweite: Städtische Gebiete	22	3
Reichweite: Ländliche Gebiete	14	3

Werbeformate und -möglichkeiten auf Tumblr

Tumblr bietet verschiedene Werbeformate an, die sich im Laufe der Zeit weiterentwickelt haben.⁵ Zu den aktuellen Optionen gehören gesponserte Beiträge (als Bild-, GIF- oder Videoformat)¹⁸, gesponserte Tage, bei denen eine Anzeige einen Tag lang auf der Startseite angepinnt wird¹⁹, und die Dashboard-Radar-Einheit, ein hervorgehobener Platz oben im Feed der Nutzer.¹⁵ Darüber hinaus gibt es hervorgehobene Beiträge, bei denen bestehende Beiträge in den Dashboards der Follower hervorgehoben werden können¹⁸, Spotlight für Marken, bei dem Marken Themenseiten sponsern können¹⁸, und angepinnte Beiträge, bei denen ein Beitrag für 24 Stunden oben im Dashboard der Follower fixiert wird.¹⁸ Es gibt auch On-Blog-Anzeigen mit CPC- oder CPE-Geboten²³ und gestaffelte Übernahmen, die eine vollständige Präsenz auf der Website ermöglichen.²³

Einige Formate wie Spotlight und Radar erfordern eine erhebliche Investition¹⁸, während hervorgehobene und angepinnte Beiträge als Self-Service-Optionen zugänglicher sind.¹⁸ Die Targeting-Optionen für Anzeigen umfassen Geschlecht, Standort und Interessen.¹⁶ Tumblr hat auch Funktionen für Content-Ersteller eingeführt, um ihre Inhalte zu monetarisieren, wie Post+ (ein Abonnementdienst) und Tip Jar.²⁴ Obwohl die Einführung einer Self-Service-Werbeplattform bereits 2022 erwartet wurde²³, ist es ratsam, die aktuellsten Informationen direkt auf der Tumblr-Werbeplattform einzusehen.

Die Werbeangebote von Tumblr haben sich von einem kuratierten, hochpreisigen Modell zu zugänglicheren Self-Service-Optionen entwickelt, was auf eine größere Offenheit gegenüber Werbetreibenden unterschiedlicher Größe hindeutet. Die Betonung visueller und nativer Werbeformate¹⁹ passt zur Kernstruktur der Plattform und zur Nutzererfahrung, was möglicherweise zu effektiverer und weniger störender Werbung führt als herkömmliche Bannerwerbung.

Vor- und Nachteile von Werbung auf Tumblr

Werbung auf Tumblr bietet mehrere potenzielle Vorteile.⁸ Dazu gehört die Möglichkeit, eine jüngere, engagierte Zielgruppe (Gen Z und Millennials) zu erreichen⁸ und mit Nischengemeinschaften und Fandoms in Kontakt zu treten.¹ Die Betonung visueller und kreativer Inhalte ermöglicht eine einzigartige Markendarstellung.⁸ Im Vergleich zu größeren Plattformen besteht potenziell geringere Wettbewerbsintensität¹³, und die soziale Stimmung gegenüber Marken ist tendenziell positiv.⁹ Die hohe Nutzerinteraktion und das Potenzial für virale Verbreitung von Inhalten durch Reblogging sind weitere Pluspunkte.¹³

Es gibt jedoch auch Nachteile und Einschränkungen.¹⁶ Historisch gesehen waren die Targeting-Möglichkeiten begrenzt¹⁶, und einige Marken haben möglicherweise keine Inhalte, die für Tumblr geeignet sind.¹⁰ Die Unsicherheit hinsichtlich der Werbewirksamkeit und des ROI für einige Medienkäufer besteht weiterhin.¹⁶ Die globale Reichweite ist im Vergleich zu Plattformen wie Facebook oder Instagram geringer¹⁷, und die jüngere Zielgruppe passt möglicherweise nicht zu allen Marken.¹⁰ In der Vergangenheit gab es unhandliche Werbeformate und Nutzerwiderstand gegen Werbung²² sowie einen Mangel an robusten Analysen und Conversion-Tracking.¹⁷ Kontroverse Richtlinienänderungen und ein daraus resultierender Nutzerrückgang in der Vergangenheit sind ebenfalls zu berücksichtigen.⁵

Die Vorteile von Tumblr für Werbung sind eng mit seiner einzigartigen Nutzerbasis und dem Inhaltsformat verbunden, was es zu einer starken Option für Marken macht, die diese Merkmale aufweisen. Die Nachteile resultieren oft aus den früheren Einschränkungen von Tumblr und den Herausforderungen, auf einer Plattform zu werben, die für ihre organische und gemeinschaftsgetriebene Natur bekannt ist.

Tabelle 2: Vor- und Nachteile von Tumblr-Werbung

Vorteile	Nachteile
Erreichen einer jüngeren, engagierten Zielgruppe (Gen Z & Millennials)	Historisch begrenzte Targeting-Möglichkeiten
Kontakt zu Nischengemeinschaften und Fandoms	Möglicherweise kein Tumblr-freundlicher Content für alle Marken
Betonung visueller und kreativer Inhalte	Unsicherheit bezüglich Werbewirksamkeit und ROI für einige Medienkäufer

Potenziell geringerer Wettbewerb	Geringere globale Reichweite als größere Plattformen
Hohes soziales Ansehen bei Marken	Jüngere Zielgruppe passt möglicherweise nicht zu allen Marken
Hohe Nutzerinteraktion und virales Potenzial durch Reblogging	Historisch unhandliche Werbeformate und Nutzerwiderstand gegen Werbung
	Mangel an robusten Analysen und Conversion-Tracking in der Vergangenheit
	Kontroverse Richtlinienänderungen und Nutzerrückgang in der Vergangenheit

Fallstudien erfolgreicher Marketingkampagnen auf Tumblr

Es gibt mehrere Beispiele für erfolgreiche Marketingkampagnen auf Tumblr.²⁹ Der "Happiness Is"-Blog von Coca-Cola erreichte bei Teenagern eine hohe Interaktionsrate.¹⁶ Manscaped hat eine erfolgreiche organische und bezahlte Strategie auf der Plattform implementiert und dabei eine deutliche Umsatzsteigerung bei geringeren Werbeausgaben erzielt.²⁹ Die Body-Confidence-Kampagne von Boots UK steigerte die Markenwahrnehmung³⁵, und die #FaceForward-Kampagne von Clinique zielte erfolgreich auf Millennials ab.³⁵ Taco Bells Social-Media-"Blackout" führte zu Rekord-App-Anmeldungen³⁵, und die #LittleMoneyBigFun-Kampagne von KFC Rumänien parodierte auf humorvolle Weise einen luxuriösen Lebensstil.³⁵ Samsungs "Life's a Photo Take It"-Wettbewerb steigerte die Kaufabsicht³⁵, und der Aldo Fashion Contest förderte das soziale Engagement.³⁵ Die Partnerschaft von Tumblr mit Nimbus führte zu einer achtfachen Umsatzsteigerung.³⁴

Diese Fallstudien zeigen, dass erfolgreiches Marketing auf Tumblr oft die Erstellung authentischer, visuell ansprechender Inhalte beinhaltet, die bei der einzigartigen Nutzerbasis und den Subkulturen der Plattform Anklang finden. Marken, die Tumblr-native Inhalte wie GIFs und visuell ansprechende Beiträge erstellen, scheinen besonders erfolgreich zu sein.¹⁰

Die zukünftige Rolle von Tumblr in der Marketinglandschaft

Mehrere Trends und Entwicklungen deuten darauf hin, dass Tumblr in Zukunft eine bedeutendere Rolle im Marketing-Mix spielen könnte.¹ Das anhaltende Wachstum der

Kaufkraft von Gen Z und ihr zunehmendes Misstrauen gegenüber traditioneller Werbung auf anderen Plattformen ¹² sind wichtige Faktoren. Die einzigartige Position von Tumblr als Plattform, die Gemeinschaft und Authentizität über algorithmisches Engagement stellt ¹, könnte in einer zunehmend gesättigten digitalen Landschaft ein Wettbewerbsvorteil sein.

Die zunehmende Konzentration der Plattform auf Monetarisierungsoptionen für Content-Ersteller und potenziell ausgefeiltere WerbETOOLS ²³ könnten Tumblr für Werbetreibende attraktiver machen. Das Potenzial für Marken, Tumblr für SEO und die Erreichung von Nischenzielgruppen zu nutzen ³¹, sollte ebenfalls nicht unterschätzt werden. Tumblr könnte sich zu einer Schlüsselplattform für Marken entwickeln, die mit spezifischen Fandoms und interessenbasierten Gemeinschaften in Kontakt treten möchten.¹ Der Trend der Nutzer, die nach kuratierteren und authentischeren Online-Erlebnissen suchen, abseits der "Content-Überlastung" anderer Plattformen ²⁷, spielt Tumblr ebenfalls in die Hände.

Die Wiederbelebung von Tumblr bei Gen Z, einer Zielgruppe, die Mainstream-Social-Media und traditionelle Werbung zunehmend kritisch sieht, positioniert die Plattform für potenzielles Wachstum in der Marketingrelevanz, wenn sie ihren einzigartigen Reiz bewahren kann. Die Weiterentwicklung des Werbemodells von Tumblr und die potenzielle Integration in das breitere Ökosystem von Automattic (WordPress) könnten in Zukunft zu ausgefeilteren und effektiveren Marketingmöglichkeiten führen.

Schlussfolgerung und Empfehlungen für Marketer

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Tumblr eine interessante Entwicklung durchläuft. Die Plattform erlebt eine Wiederbelebung bei der jungen Generation Z, die nach authentischen Online-Gemeinschaften und kreativen Ausdrucksmöglichkeiten sucht. Obwohl das Traffic-Wachstum in der Vergangenheit verlangsamt war und die Plattform nach umstrittenen Inhaltsrichtlinien einen Nutzerrückgang erlebte, deuten aktuelle Daten auf eine erneute Dynamik hin.

Für Marketingexperten, die Tumblr als Teil ihrer Strategie in Betracht ziehen, ergeben sich daraus folgende Empfehlungen:

- **Fokus auf Authentizität und visuelles Engagement:** Erstellen Sie authentische, visuell ansprechende Inhalte, die bei der Tumblr-Community Anklang finden.
- **Nischen und Fandoms ansprechen:** Identifizieren Sie Nischengemeinschaften und Fandoms, die für Ihre Marke relevant sind, und richten Sie Ihre Inhalte entsprechend aus.

- **Experimentieren mit Werbeformaten:** Testen Sie verschiedene Werbeformate, beginnend mit Self-Service-Optionen, um die Effektivität zu bewerten.
- **Traffic und Engagement beobachten:** Überwachen Sie Traffic-Trends und Nutzerinteraktionen genau, um die Dynamik der Plattform zu verstehen.
- **Sensibilität für die Plattformgeschichte:** Berücksichtigen Sie die Geschichte der Plattform und die Sensibilität der Nutzer gegenüber offener Werbung.
- **Werte und Interessen der Zielgruppe beachten:** Richten Sie Ihre Marketingbemühungen an den Werten und Interessen der Gen Z und der Millennials aus.
- **Markenaufbau und Community-Engagement:** Erkunden Sie das Potenzial von Tumblr für den Markenaufbau und das Community-Engagement über die direkte Werbung hinaus.

Das Verständnis der einzigartigen Kultur und des Nutzerverhaltens auf Tumblr ist entscheidend für erfolgreiches Marketing auf dieser Plattform. Die erneute Popularität bei einer wichtigen Zielgruppe wie der Generation Z macht Tumblr zu einer Plattform, die Marketer in Zukunft genauer beobachten sollten.

Referenzen

1. Is Tumblr making a comeback with Gen Zers? - Thred Website, Zugriff am April 6, 2025, <https://thred.com/tech/is-tumblr-making-a-comeback-with-gen-zers/>
2. Tumblr demographics and why it's pointless to make broad claims based on them : r/CuratedTumblr - Reddit, Zugriff am April 6, 2025, https://www.reddit.com/r/CuratedTumblr/comments/1j1wo9r/tumblr_demographics_and_why_its_pointless_to_make/
3. Essential Tumblr Statistics 2024 (Users & Traffic) - DemandSage, Zugriff am April 6, 2025, <https://www.demandsage.com/tumblr-statistics/>
4. Tumblr Statistics | Updated News, Trends & Demographics 2025 - Avada Commerce, Zugriff am April 6, 2025, <https://avada.io/blog/tumblr-users/>
5. 40+ Tumblr Statistics, Facts, and Demographics for 2025 - Cloud Income, Zugriff am April 6, 2025, <https://cloudincome.com/tumblr-statistics/>
6. Tumblr Statistics — Users, Revenue and Growth Statistics - Content Detector AI, Zugriff am April 6, 2025, <https://contentdetector.ai/articles/tumblr-statistics-users-revenue-and-growth-statistics/>
7. Tumblr - Wikipedia, Zugriff am April 6, 2025, <https://en.wikipedia.org/wiki/Tumblr>
8. Reasons Why You Should Use Tumblr for Marketing - US Data Corporation, Zugriff am April 6, 2025, <https://www.usdatacorporation.com/blog/reasons-tumblr-marketing/>
9. Tumblr Marketing: Is It Worth Your Investment? - Publer, Zugriff am April 6, 2025, <https://publer.com/blog/tumblr-marketing/>
10. How to Use Tumblr for Marketing - WebFX, Zugriff am April 6, 2025,

- <https://www.webfx.com/blog/social-media/use-tumblr-marketing-tool/>
11. Using Tumblr for Marketing? (Infographic) - Appnova, Zugriff am April 6, 2025, <https://www.appnova.com/using-tumblr-marketing-infographic/>
 12. State of Community – Tumblr, Zugriff am April 6, 2025, <https://thestateofcommunity.tumblr.com/>
 13. The Complete Starters Guide To Tumblr Marketing | Social Media ..., Zugriff am April 6, 2025, <https://www.socialmediatoday.com/social-networks/complete-starters-guide-tumblr-marketing>
 14. Small Business Owners: Don't Sleep on Tumblr! | BlakSheep Creative, Zugriff am April 6, 2025, <https://blaksheepcreative.com/digital-marketing/social-media/tumblr-for-businesses/>
 15. Tumblr's Plan to Win Over Brands - Digiday, Zugriff am April 6, 2025, <https://digiday.com/marketing/tumblrs-plan-to-win-over-brands/>
 16. Why media buyers are still wary of Tumblr ads - Digiday, Zugriff am April 6, 2025, <https://digiday.com/media/year-acquisition-media-buyers-still-reticent-tumblr-ads/>
 17. Top 10 Cons & Disadvantages of Tumblr - ProjectManagers.net, Zugriff am April 6, 2025, <https://projectmanagers.net/top-10-cons-disadvantages-of-tumblr/>
 18. Tumblr Ads: Learn About Paid Advertising Options on Tumblr, Zugriff am April 6, 2025, <https://www.wordstream.com/blog/ws/2012/07/09/tumblr-ads>
 19. Tumblr Ads 101: Ad Types, Specs, Examples & Best Practices for High-Performing Campaigns - Instapage, Zugriff am April 6, 2025, <https://instapage.com/blog/tumblr-ads/>
 20. Tumblr for Business: How to Use It Effectively, Zugriff am April 6, 2025, <https://www.businessnewsdaily.com/7455-tumblr-for-business.html>
 21. Can Tumblr be Used Effectively for Business? - Giraffe Social Media, Zugriff am April 6, 2025, <https://www.giraffesocialmedia.co.uk/can-tumblr-be-used-effectively-for-business/>
 22. Tumblr is back. What does that mean for marketers? - Sprout Social, Zugriff am April 6, 2025, <https://sproutsocial.com/insights/tumblr-marketing/>
 23. Tumblr 101 - What Advertisers Need to Know - Gupta Media, Zugriff am April 6, 2025, <https://www.guptamedia.com/insights/tumblr-101-what-advertisers-need-to-know>
 24. The Resurgence of Tumblr | The Latest | The Brand Pool, Zugriff am April 6, 2025, <https://thebrandpool.com.au/news/the-resurgence-of-tumblr/>
 25. Online Ads: A Guide to Online Ad Types and Formats - WordStream, Zugriff am April 6, 2025, <https://www.wordstream.com/online-ads>
 26. Tumblr's mobile-first pitch for brand ad dollars - Digiday, Zugriff am April 6, 2025, <https://digiday.com/media/will-mobile-first-help-tumblrs-ad-business/>
 27. Is Tumblr On The Rise? - Pepper Agency, Zugriff am April 6, 2025, <https://www.pepperagency.com/insights/is-tumblr-on-the-rise>

28. How Tumblr Tumbled: The Rise, Fall & Resurgence of Gen Z's Favourite Platform - YouTube, Zugriff am April 6, 2025,
<https://www.youtube.com/watch?v=sFqGCvRO2rQ>
29. How brands are reclaiming Tumblr - Spaceback, Zugriff am April 6, 2025,
<https://www.spaceback.com/post/how-brands-are-reclaiming-tumblr>
30. Why Manscaped is leaning into ads on Tumblr - Marketing Brew, Zugriff am April 6, 2025,
<https://www.marketingbrew.com/stories/2022/05/05/why-manscaped-is-leaning-into-ads-on-tumblr>
31. Tumblr SEO: An Internet Marketers Guide to Owning Tumblr - Elite Strategies, Zugriff am April 6, 2025, <https://elite-strategies.com/tumblr-seo/>
32. Tumblr: Why 150+ Millions Abandoned it? - Product Monk, Zugriff am April 6, 2025, <https://www.productmonk.io/p/tumblr-failure>
33. Tumblr case study: Coca Cola 'happiness' blog gets 20000 interactions in 6 hours - Digital Training Academy, Zugriff am April 6, 2025,
http://www.digitaltrainingacademy.com/casestudies/2014/07/tumblr_case_study_coca_cola_happiness_blog_gets_20000_interactions_in_6_hours.php
34. Nimbus Case Study: Tumblr, Zugriff am April 6, 2025,
<https://www.adsbynimbus.com/tumblr-case-study>
35. Digital marketing industry case study library - tumblr case studies - Digital Training Academy, Zugriff am April 6, 2025,
<http://www.digitaltrainingacademy.com/casestudies/tag/tumblr>
36. Tumblr - HubSpot, Zugriff am April 6, 2025,
<https://www.hubspot.com/case-studies/tumblr>