

Wat de analyse van 51.696 LinkedIn-posts ons leerde over captionlengte.

We analyseerden twee jaar aan LinkedIn-posts van bedrijfspagina's om de juiste captionlengte te vinden. *Het hangt af van wat je toevoegt.*



DE SWEET SPOT, PER BIJLAGE

76–100 woorden FOTO	101–125 woorden ALLEEN TEKST	126–175 woorden PDF - CARROUSEL	176–200 woorden VIDEO	176–200 woorden ARTIKEL / LINK
----------------------------------	---	--	------------------------------------	---

We splitsten twee jaar aan posts op in twee duidelijke populaties.

We verzamelden elke post die via het platform van Willow werd gepubliceerd tussen september 2024 en september 2026 — 158.602 posts op vier platformen — en beperkten dit rapport tot LinkedIn: 71.297 posts. Voor elke post telden we de lengte van de caption in woorden (niet in tekens — de limiet van 3.000 tekens van LinkedIn zelf komt neer op iets meer dan 500 woorden, en precies daar houden onze langste posts op) en koppelden we dat aan hoe de post presteerde.

BEDRIJFSPAGINA'S

51.696

posts · 765 kanalen

LinkedIn geeft voor deze pagina's volledige analytics vrij — impressies, shares, likes, reacties. Dit is dezelfde populatie die ons consistentie- en volgersonderzoek al gebruikte.

PERSOONLIJKE PROFIELEN

19.379

posts · 614 kanalen

De API van LinkedIn geeft hier alleen likes en reacties vrij, geen impressies of shares. We controleerden dat de opsplitsing zuiver is: geen enkel kanaal combineert beide statussen.

WAT WE ONDERZOCHTEN

- 01 Is er één captionlengte die overall het beste presteert?
- 02 Verandert het antwoord per bijlage — foto, tekst, PDF, video, artikel?
- 03 Kosten langere captions bij linkposts kliks, of leveren ze er juist meer op?
- 04 Volgen persoonlijke profielen hetzelfde patroon als bedrijfspagina's?
- 05 Hoe dicht ligt wat mensen effectief schrijven bij wat het beste presteert?

Engagement vlakt af over honderd woorden. Geen eenmalige piek.

Bij bedrijfspagina's blijft de mediane engagement gelijk op 9 over het volledige bereik van 76–175 woorden: een breed plateau, geen scherpe piek. Onder 50 woorden daalt het snel. Voorbij 200 woorden zakt het naar een lager plateau van ongeveer 6, en blijft daar — hobbelig maar in essentie vlak — tot 400 woorden, waarna de steekproef te dun wordt om op te vertrouwen. Impressies (volgende pagina) vertellen een ander verhaal: één vroege, scherpe piek in plaats van een brede.

FIGUUR 1 – MEDIANE ENGAGEMENT PER CAPTIONLENGTE, BEDRIJFSPAGINA'S



Mediane engagement (likes + reacties + shares) per band van 25 woorden, uitsluitend bedrijfspagina's, n = 51.696.

GELDT IN BEIDE JAREN

Dezelfde vorm in beide periodes van 12 maanden: korte en lange posts presteren zwakker, het midden houdt stand. Engagement is de stabielere van de twee meetwaarden van jaar tot jaar; impressies schommelden meer (zie volgende pagina).

HET GROOTSTE SEGMENT BEVESTIGT DIT

Pagina's die gemiddeld 2x per week posten (144 kanalen, 21.963 posts, meer dan 40% van deze dataset) tonen op zichzelf hetzelfde plateau van 76–175.

GELDT OOK ONDER HET GEMIDDELDE

De mediane piek (76–175, vlak op 9) verschuift onder het gemiddelde één band later, naar 101–125. Hoe je het ook bekijkt, hetzelfde brede plateau — geen artefact van de mediaan alleen.

Impressies pieken één keer, en scherp.

Engagement (vorige pagina) vormt een breed plateau. Impressies niet — de mediane impressies pieken bij 76–100 woorden (352) en dalen aan beide kanten daarvandaan. Maar die piek ligt niet vast in de tijd: opgesplitst per jaar piekt Y1 scherp precies bij 76–100 (343) en valt daarna snel terug, terwijl de curve van Y2 veel vlakker verloopt over hetzelfde bereik en het werkelijke hoogtepunt is opgeschoven naar 151–175 woorden (384) — het publiek beloont nu langere captions dan een jaar geleden. Er is nog een tweede patroon dat een tweede keer lezen verdient, niet enkel een vluchtige blik: de allerkortste captions (1–25 woorden, 221 mediane impressies) halen bijna exact dezelfde impressies als captions die twee tot drie keer zo lang zijn (201–250 woorden, ~218) — kort en écht lang brengen je op dezelfde plek. Het is het midden, 76–175 woorden, dat werkelijk wint.

FIGUUR 2 – MEDIANE IMPRESSIES PER CAPTIONLENGTE, BEDRIJFSPAGINA'S



Mediane impressies per band van 25 woorden, uitsluitend bedrijfspagina's, n = 51.696.

HET GROOTSTE SEGMENT BEVESTIGT DIT

Dezelfde 144 kanalen die gemiddeld 2x per week posten (21.963 posts) tonen op zichzelf exact dezelfde piek bij 76–100, net als bij engagement.

GELDT OOK ONDER HET GEMIDDELDE

De mediane piek (76–100) verschuift onder het gemiddelde één band later, naar 101–125 (1.071). Dezelfde vroege, scherpe piek, net één band ernaast.

De juiste lengte hangt af van wat je erbij plaatst.

Splits dezelfde posts op naar wat eraan gekoppeld is, en de ideale captionlengte verandert mee met het format: van ongeveer 90 woorden voor fotoposts tot ongeveer 190 woorden voor video- en artikelposts — meer dan het dubbele. Maar "ideaal" hangt af van waarvoor je optimaliseert. De figuur hieronder zet de best presterende band voor engagement van elk format af tegen de best presterende band voor impressies, en die twee wijzen niet altijd naar dezelfde plek.

FIGUUR 3 – PIEK ENGAGEMENT VS. PIEK IMPRESSIES, PER BIJLAGE, 0–250 WOORDEN

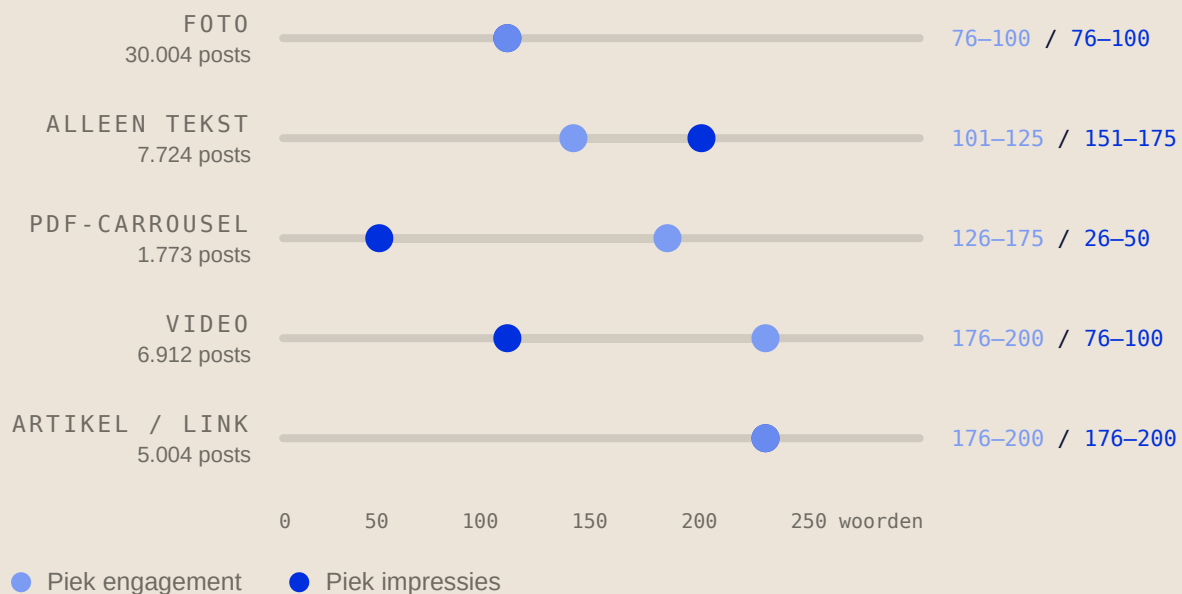
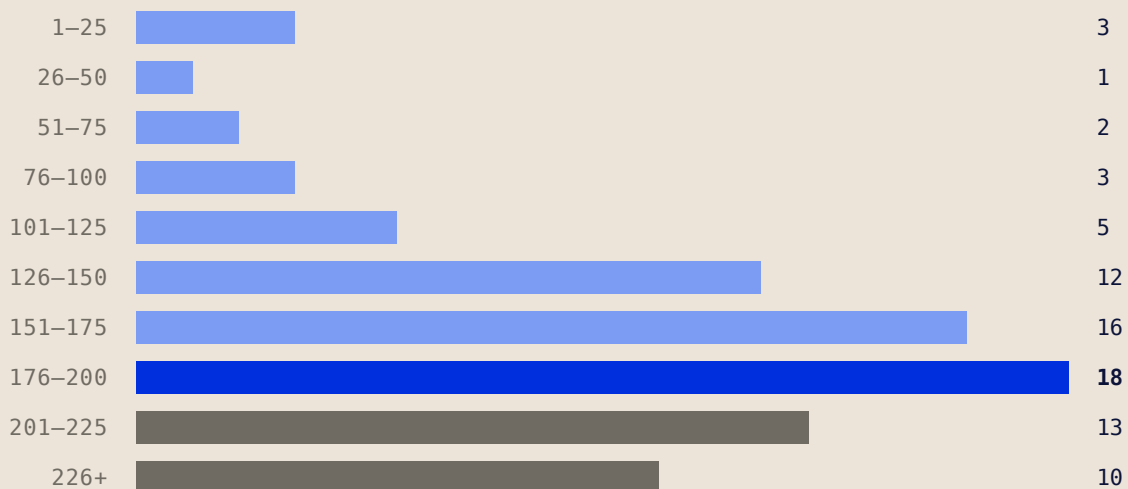


Foto en artikel/link zijn de enige twee formats waarbij de stippen overlappen — engagement en impressies wijzen naar dezelfde band. PDF vertoont de scherpste kloof: de beste engagement komt van een lange caption (126–175 woorden), maar het beste bereik komt van een heel korte (26–50 woorden, n=244, dun genoeg om als indicatief te beschouwen).

Deel je een link? Een langere caption levert meer kliks op.

Er bestaat al langer discussie over of een caption voor een uitgaande link kort moet zijn, of net eerst context moet opbouwen. Kijken we specifiek naar kliks, niet naar engagement: de allerkortste captions, onder 25 woorden, zorgen op zichzelf al voor een kleine uitschieter. Kliks dalen daarna doorheen het bereik van 26–125 woorden, om vervolgens gestaag te klimmen naar een duidelijke piek bij 176–200 woorden. Voorbij 225 woorden dunt de data snel uit — sommige banden van 25 woorden tellen daar minder dan 15 posts — dus alles vanaf 226 woorden is samengevoegd in één band in plaats van als ruis getoond te worden; zelfs samengevoegd blijft dit ruim onder de piek. Een korte caption bij een linkpost is niet efficiënt. Het laat kliks liggen, tot en met 200 woorden.

FIGUUR 4 – MEDIANE KLIKS PER CAPTIONLENGTE, ARTIKEL- EN LINKPOSTS



Mediane kliks per band van 25 woorden, uitsluitend artikel- en linkposts, n = 5.004.

WILLOW

Deze hele pagina bestaat enkel omdat kliks meetbaar zijn. Willow registreert automatisch elke linkklik op posts die je erdoor publiceert, zonder handmatige UTM-tags, zodat je in je eigen analytics meteen ziet of een langere caption zich effectief uitbetaalt. [Bekijk hoe linktracking werkt.](#)

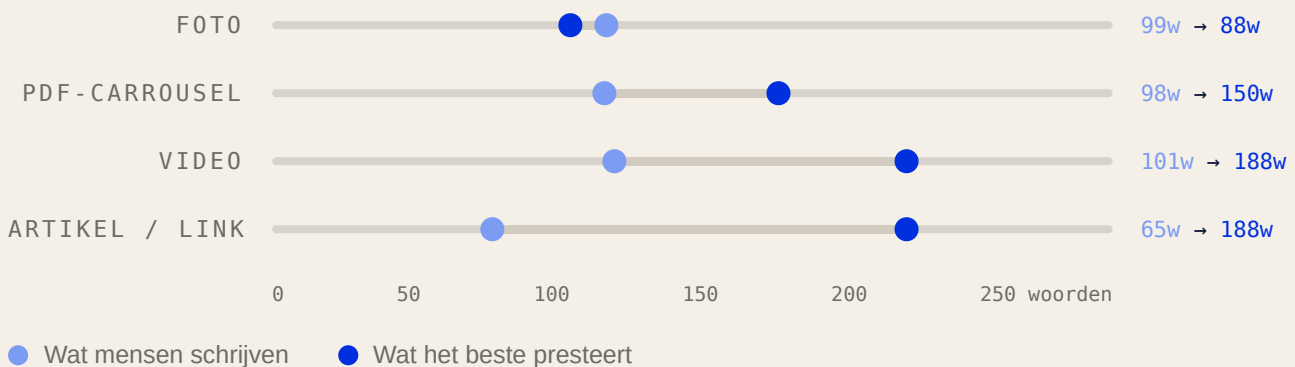
Wat mensen schrijven komt niet altijd overeen met wat het beste presteert.

We vergeleken wat mensen effectief schrijven met de lengte die het beste presteert, met de eigen mediane captionlengte van elk format als "werkelijke" basiswaarde. Foto is het enige format dat al goed zit — mensen schrijven fotobijschriften bijna exact zo lang als de best presterende band. Overal elders is er een echte kloof. De grafiek hieronder zet beide cijfers af op dezelfde schaal van 0–250 woorden, zodat de grootte van elke kloof in één oogopslag duidelijk is; de tabel geeft de exacte cijfers erachter.

BIJLAGE	WERKELIJKE MEDIAAN	BESTE BAND	KLAAF
Foto	92–106 woorden	76–100	Al goed gekalibreerd
PDF / carrousel	96–100 woorden	126–175	Matig te kort
Alleen tekst	50 / 140 woorden	101–125	Bedrijf kort, persoonlijk lang
Video	94–108 woorden	176–200	Ongeveer de helft van de optimale lengte
Artikel / link	58–72 woorden	176–200	Ongeveer een derde van de optimale lengte

"Werkelijke mediaan" is de eigen mediane captionlengte van elk format, bedrijfspagina's en persoonlijke profielen samen; "Beste band" is de best scorende band van 25 woorden van dat format voor engagement, voor het eerst getoond in Figuur 3 op de vorige pagina.

FIGUUR 5 – WAT MENSEN SCHRIJVEN VS. WAT HET BESTE PRESTEERT, 0–250 WOORDEN



Persoonlijke profielen hebben meer ruimte nodig dan bedrijfspagina's.

De API van LinkedIn geeft voor persoonlijke profielen enkel likes en reacties vrij, geen impressies of shares, dus vergeleken we beide populaties op die gedeelde maatstaf. Bedrijfspagina's komen hoe dan ook op dezelfde plek uit — een nuttige kruiscontrole. Persoonlijke profielen niet. De grootste uitschieter is video: video-posts van persoonlijke profielen pieken op een mediane engagement van 54 rond 176–200 woorden, ver boven wat elke andere lengte of elk ander format in deze populatie haalt.

BEDRIJFSPAGINA'S

76–100

woorden · piek mediane engagement 8

Dezelfde piek als in Figuur 1 — consistent, ongeacht welke engagementmaatstaf wordt gebruikt.

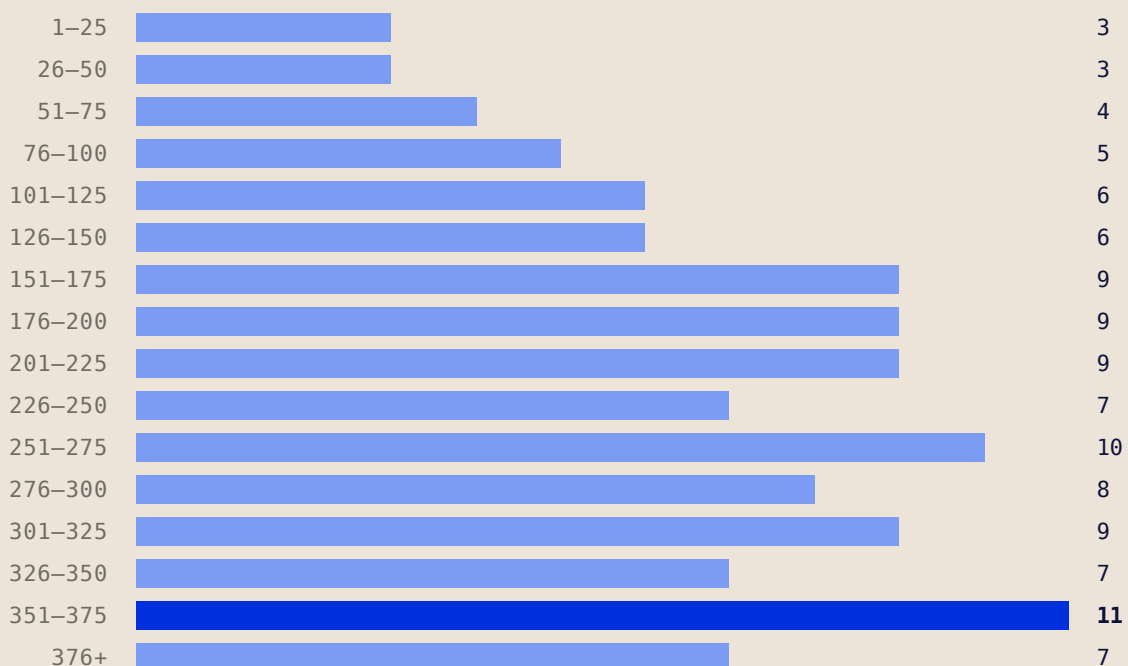
PERSOONLIJKE PROFIELEN

150–300

woorden · breed plateau, engagement 8–9

Blijft op een vergelijkbaar niveau tot voorbij 375 woorden — hobbelig, maar zonder de inzakking die bedrijfspagina's wel vertonen.

FIGUUR 6 – MEDIANE ENGAGEMENT PER CAPTIONLENGTE, PERSOONLIJKE PROFIELEN



Mediane engagement (likes + reacties) per band van 25 woorden, uitsluitend persoonlijke profielen, n = 19.379.

KORT SAMENGEVAT

De juiste lengte hangt af van de post. Wat standhoudt, hangt niet af van hoe je het meet.

Er is geen enkele juiste captionlengte op LinkedIn — de lengte die werkt, hangt volledig af van wat er bij de post hoort. Foto heeft het minst nodig, met 76–100 woorden. Artikel en video willen bijna het dubbele, met 176–200. PDF en alleen-tekst zitten daartussenin, en persoonlijke profielen hebben over de hele lijn meer ruimte nodig, vooral bij video. Die bandbreedte houdt stand of je nu kijkt naar engagement of impressies, over beide jaren data heen, onder zowel het gemiddelde als de mediaan, en ook binnen het grootste, meest consistente postingsegment op zich — dit is geen wankel patroon dat toevallig één keer opduikt.

De snelste verbetering voor de meeste pagina's is geen nieuwe postgewoonte. Het is een langere caption schrijven precies wanneer de post die nodig heeft: bij het delen van een link, bij video, of bij posts vanaf een persoonlijk profiel. Fotoposts zitten al dicht bij het optimum — laat die met rust.

WILLOW

Willow schrijft elke post in jouw stem, al meteen op de juiste lengte voor het format waarmee die verschijnt — een korte regel onder een foto, een vollediger caption achter een link. [Boek een gratis demo](#) om het op je eigen pagina te zien.

MEER WILLOW RESEARCH

ONDERZOEK 01 · BENCHMARK

Wat de analyse van 43.738 posts ons leerde over consistentie

Het grootste postingsegment dat het plateau van dit rapport (pagina 3) onderbouwt, wordt hier op dezelfde manier gemeten.

[Lees het rapport →](#)

ONDERZOEK 03 · BENCHMARK

Betekenen meer volgers ook meer bereik?

Impressies (pagina 4) gedragen zich doorheen dit rapport anders dan engagement — dit stuk zoekt uit waarom.

[Lees het rapport →](#)