



SOCIAL MEDIA SCHULUNG

Kommunikation (31) | Christiane Groth & Lara Wegener

AGENDA

- Welche Plattform ist die richtige für uns?
- Beitragsformate & Beispiele
- Community Management
- Insights
- Apps & Tools für guten Content



SOCIAL MEDIA PLATTFORMEN

Welche ist die richtige für uns?

PLATTFORMEN

DIE 6 MEISTGENUTZTEN

1

Facebook. Information und Unterhaltung.

2

Instagram. Ästhetik und Optik.

3

X (ehemals Twitter). Nachrichten und Meinungen.

4

TikTok. Kurzvideos und Spaß.

5

LinkedIn. Business und Netzwerken.

6

YouTube. Videos und Hintergrundinfos.

FACEBOOK

DIE „MUTTER“ DER SOZIALEN NETZWERKE



- online seit 2004, seit 2008 in Deutschland
- DE: 32 Millionen monatlich aktive Nutzer*innen, davon 23 Millionen täglich
- Durchschnittsalter 35 Jahre
- Diskussion, Kontakte, Interessen

Pro

- potentiell große Reichweite
- gut, um „erwachsene“ Zielgruppe zu erreichen

Contra

- Nährboden für Hass und Hetze
- junge Menschen kaum erreichbar
- Engagement seit Jahren abnehmend

Formate

- Post: Text + Bild(er) oder Video
- Story
- Livestream



INSTAGRAM

STARKE BILDER UND VIDEOS



- online seit 2010, 2012 von Facebook aufgekauft
- jede*r vierte Deutsche nutzt Instagram
- Alter: 18 bis 40 Jahre
- Fokus liegt auf ansprechenden visuellen Inhalten
- Ästhetik, Inspiration, Wissen, Authentizität

Pro

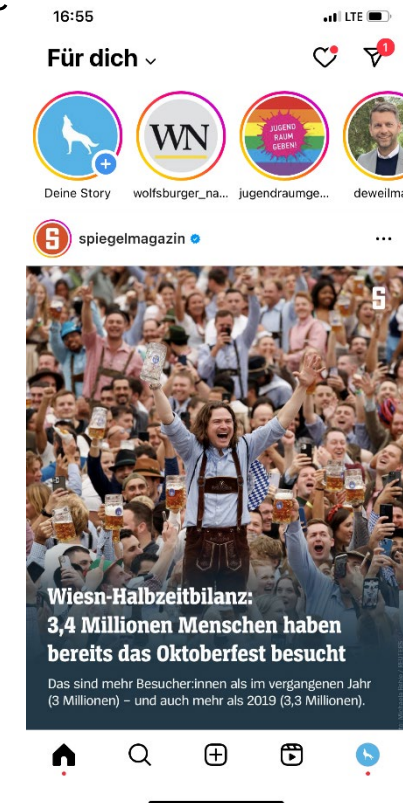
- potentiell große Reichweite
- gut, um junge und „mittelalte“ Erwachsene zu erreichen

Contra

- gute Fotos/Videos notwendig
- (lange) Texte werden nicht gelesen

Formate

- Bild-Post (max. 10 Bilder)
- Story
- Reels
- Live



X

NEWS UND MEINUNG KURZ UND KNAPP



- online seit 2006
- nur etwa 2 Prozent der Deutschen nutzen es
- kurze Statements zu aktuellen Themen
- Meinung, Neuigkeiten, Gesellschaft

Pro

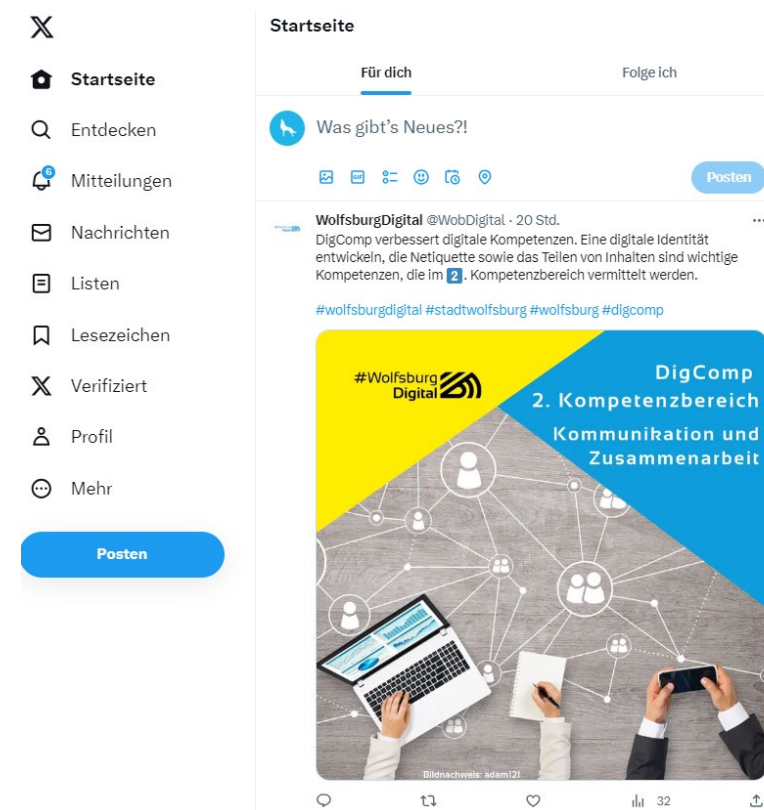
- genutzt von Politik und Journalismus
- gut für Fach- und Nischenthemen

Contra

- begrenzte Zeichenzahl
- kleine Zielgruppe
- sofortige Reaktion auf aktuelle Themen notwendig

Formate

- Tweets (280 Zeichen) + Bild oder Video



TIKTOK

UNTERHALTSAME VIDEOS FÜR DIE GENERATION Z



- online seit 2018 (vorher musical.ly)
- DE: etwas über 10 Millionen Nutzer*innen
- sehr junge Zielgruppe bis 24 Jahre
- Unterhaltung, Spaß, Zeitvertreib

Pro

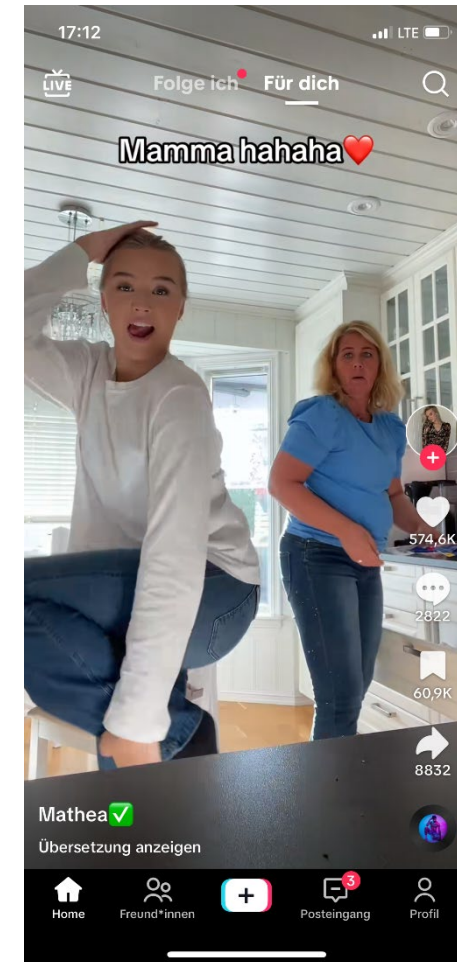
- beste Möglichkeit, um Teenager zu erreichen

Contra

- hoher Aufwand für das Erstellen wirklich cooler Inhalte
- Zielgruppenverständnis absolut notwendig
- potentielle Reichweite nicht allzu groß

Formate

- Kurzvideos



LINKEDIN

BUSINESS-KONTAKTE PFLEGEN UND NETZWERKEN



- online seit 2003, seit 2009 auf deutsch
- 2016 von Microsoft aufgekauft
- DACH: 21 Millionen Mitglieder
- Business-Kontakte, beruflicher Austausch, Mitarbeiter gewinnen

Pro

- Unternehmens-/Vereinsprofil sinnvoll, wenn auch Stellenanzeigen geschaltet werden
- Vernetzung und Austausch auf beruflicher Ebene

Contra

- Fokus auf beruflichem/fachlichem Austausch
- nicht für alle Themen geeignet

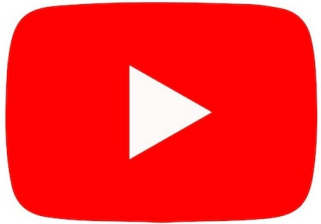
Formate

- persönliches Profil (inkl. Lebenslauf)
- Unternehmensseite



YOUTUBE

DIE PLATTFORM FÜR ALLE ARTEN VON BEWEGTBILD



- online seit 2005
- weltweite Reichweite von 2,56 Milliarden Personen
- 85,1 % der Deutschen auf YouTube aktiv
- vorrangig junge Nutzer*innen

Pro

- beste Plattform für längere Videos
- enorme potentielle Reichweite
- lange Nutzungsdauer (bei interessanten Videos)

Contra

- Video-Content aufwändig zu erstellen
- gewisse Professionalität wird erwartet

Formate

- Videos
- YouTube Shorts (max. 60 Sek.)
- Livestreams

The screenshot shows the YouTube channel page for 'Stadt Wolfsburg'. The channel name is 'Stadt Wolfsburg' with the handle '@DieStadtWolfsburg', 1070 subscribers, and 289 videos. Below the channel name, there is a description: 'Dies ist der offizielle Youtube-Kanal der Stadt Wolfsburg, Besucht uns doc...' and a link to 'facebook.com/stadtvolfsburg und 3 weitere Links'. The navigation tabs include 'ÜBERSICHT', 'VIDEOS', 'SHORTS', 'LIVE', 'PLAYLISTS', 'COMMUNITY', and 'K'. The video grid shows several videos, including 'Wolfsburg wird 85 - Rückblick Stadtgeburtstag' (2:32), 'Blindenfußball-Bundesliga' (3:32), and 'WO BIN ICH' (1:01). There are also video thumbnails for 'Tag des Wassers' and 'UND WO STECKST DU?'.

WELCHE PLATTFORM IST DIE RICHTIGE FÜR UNS?

DAS SIND UNSERE EMPFEHLUNGEN!



FACEBOOK



INSTAGRAM



BEITRAGSFORMATE

& Beispiele aus der Praxis

POST

Ein **Post** besteht immer aus einem Text (genannt **Caption**) und einem **Foto/Bild oder Video**. Er wird auf dem eigenen **Profil** und (teilweise) im **Feed** der Follower*innen und anderer Nutzer*innen angezeigt.



DAS FRAGE ICH MICH VOR DEM VERÖFFENTLICHEN

- Ist das Bild/Video ein „Thumbstopper“?
- Wen will ich damit ansprechen?
- Gibt es einen „Call to Action“ (Handlungsaufforderung)?
- Würde ich den Beitrag selber liken?

STORY

Mit einer **Story** kann man den Nutzer*innen Inhalte in kleinen, vergänglichen „**Schnipseln**“ servieren. Eignet sich besonders gut z.B. zur **Begleitung von Veranstaltungen**. Im Nachgang können die Stories in einem Highlight zur langfristigen Ansicht gespeichert werden.

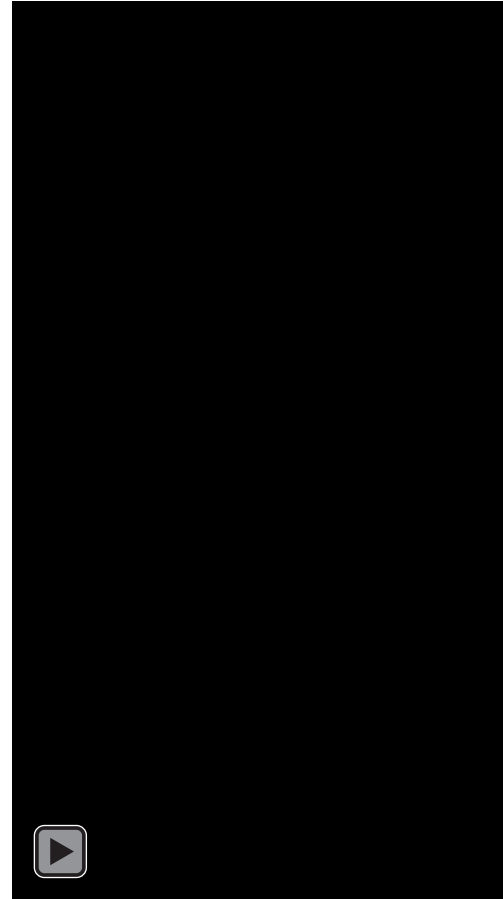
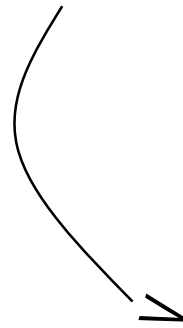


DAS FRAGE ICH MICH VOR DEM VERÖFFENTLICHEN

- Ist ein roter Faden erkennbar?
- Wechsle ich ab zwischen Fotos und Videos?
- Kann ich weiterführende Infos oder andere Accounts verlinken?

REEL/VIDEO

Bewegtbild wird immer wichtiger und beliebter in der Social-Media-Welt. Dabei wird es immer einfacher, **Video-Content selber mit dem Handy zu produzieren**.



DAS FRAGE ICH MICH VOR DEM VERÖFFENTLICHEN

- Ist das Video kurz genug (Ausnahme: YouTube)?
- Geht es gleich ans „Eingemachte“?
- Brauche ich Hoch- oder Querformat?
- Ist der Ton gut verständlich? Untertitel!



COMMUNITY MANAGEMENT

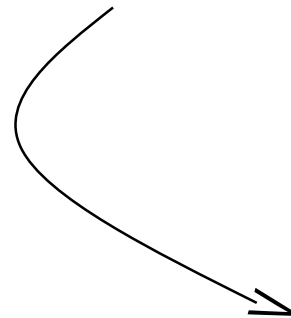
Mehr als nur Kommentare beantworten!

COMMUNITY MANAGEMENT

Community Management ist ein zentrales Instrument zum **Aufbau und zur Pflege langfristiger Interessenten-Beziehungen**. Durch die Moderation von Diskussionen und das Beantworten von Fragen tritt man in den **direkten Dialog** mit Interessierten.

DIE AUFGABEN EINES COMMUNITY MANAGERS

- Generierung neuer Follower
- Aufbau einer Community
- Brand Engagement (Schaffung einer positiven Wahrnehmung durch Interaktion mit relevanten Kanälen/Personen > als ‚eigenständiger‘ Kanal in den sozialen Netzwerken aktiv sein)
- Förderung des Dialogs
- Monitoring & Controlling
- Schnittstelle des Unternehmens / Vereins



TÄGLICHE TO-DOs

- Min. 2x täglich neue Kommentare & Nachrichten beantworten
- Täglich likende Noch-Nicht-Fans bei Facebook einladen
- Tägliche Interaktion mit relevanten Konten & Hashtags in Instagram z.B. anderen Ehrenamts-Kanälen, wolfsburg_unbezahlbar

COMMUNITY MANAGEMENT

5 REGELN

1

Reagieren Sie auf alle Interaktionen. Nicht nur auf die negativen.

2

Antworten Sie stets **persönlich, freundlich und transparent**. Kein copy/paste.

3

Sprechen Sie User*innen stets so an, **wie er oder sie angesprochen** werden möchte [Sie oder Du].

4

Auch bei negativen Äußerungen: **Bewahren Sie stets die Fassung** und werden Sie nicht ausfallend oder persönlich angreifend. Ruhe bewahren!


5

Ziehen Sie sich **Botschafter*innen** heran, indem sie in den aktiven Dialog mit Menschen treten, die regelmäßig mit ihren Inhalten interagieren.

TRÜGERISCHE REICHWEITE

Warum nicht alle Follower*innen meine Beiträge sehen

- Trügerische Annahme: 1.000 Follower*innen = 1.000 Personen sehen meinen Post
- Social Media Plattformen für Nutzer*innen kostenlos
- Also: Finanzieren sich über Werbeeinnahmen
- Um Unternehmen anzustacheln, Werbung zu schalten, wird die organische Reichweite gering gehalten
- Unbekannter/nicht nachzuvollziehender Algorithmus bestimmt darüber, wer was zu sehen bekommt



Darum ist der Aufbau und die Pflege einer aktiven Community / Follower so wichtig!

Je mehr Interaktionen mit den Beiträgen stattfinden, umso wichtiger wird ein Beitrag / Profil für den Algorithmus [da er als relevant eingestuft wird] und die Beiträge erhalten eine höhere Sichtbarkeit!



INSIGHTS

Aus den Zahlen lernen

INSIGHTS

Die Social Media Plattformen stellen verschiedene **Kennzahlen** zur Verfügung, die dabei helfen, den **Erfolg** von Beiträgen und des Profils zu bewerten. Damit kann man identifizieren, was von der Community gut angenommen wird und was sie eher weniger interessiert, um sich so stetig zu verbessern.

DIE WICHTIGSTEN KENNZAHLEN

Reichweite

Die **Anzahl an Personen**, die Ihren Beitrag gesehen haben.

Interaktionen

Die Gesamtzahl an Interaktionen, die User*innen mit Ihren Beiträgen durchgeführt haben. Dazu gehören Likes, Kommentare, geteilte Beiträge, speichern, Link-Klicks.

Interaktionsrate

Beziffert das Verhältnis zwischen Interaktionen und Beitragsaufrufen. Eine gute Interaktionsrate liegt bei >2,5%.

[Gesamtinteraktionen / Reichweite *100]

Follower

Anzahl an Personen, die Ihrer Seite folgen. Sie sollte sich im besten Fall stetig positiv entwickeln.

INSIGHTS

Wo die Kennzahlen zu finden sind: Facebook

The screenshot shows the Facebook profile page for 'wolfsburg.de'. The profile picture is a blue circle with a white wolf silhouette. The name 'wolfsburg.de' is highlighted with a red box. Below the name, it says '21.687 „Gefällt mir“-Angaben • 23.334 Follower'. The page is divided into sections: 'Steckbrief' (About), 'Featured', and 'Beiträge' (Posts). The 'Beiträge' section is currently empty.

The screenshot shows a Facebook post from Daniel Gruß about the 'AZUBI-EHRUNG 2023'. The post features a group photo of people holding flowers. The text of the post is: 'Herzlichen Glückwunsch an die Ausgezeichneten! 🎉 Nutzt auch ihr eure Chance und macht eine Ausb... Mehr anzeigen'. Below the photo, the text reads: 'AZUBI-EHRUNG 2023 STADT ZEICHNET IHRE BESTEN AUSZUBILDENDEN AUS'. A red box highlights the 'Insights ansehen' link. An arrow points from this link to the 'Beitrags-Insights' modal window on the right.

Beitrags-Insights

Einer der schönsten Termine im Jahr: Die Azubi-Ehrung! Oberbürgermeister Dennis Weilmann hat, im Namen de...
Gepostet von Daniel Gruß · 22. September um 11:29

Beitragsimpressionen	Beitragsreichweite	Beitragsinteraktionen
5.963	5.963	969

Interaktionen

Reaktionen	Kommentare	Link-Klicks	Geteilte Inhalte	Weitere Klicks
69	10	11	1	333

Sonstiges

- Beitrag verbergen

Seiten-Insights ansehen [Beitrag bewerben](#)

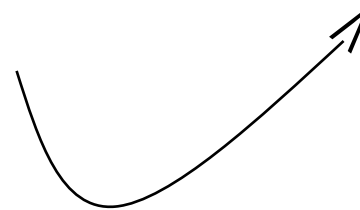
INSIGHTS

Wo die Kennzahlen zu finden sind: Instagram

Profile page for 'stadt_wolfsburg' showing 2.530 Beiträge, 27.600 Follower, and 433 Gefolgt. The profile bio includes a welcome message and a website link. Below the bio are icons for various categories: Feuerwehr 24h, Smart City, Ausbildung, Stadtgeburtst..., Energiesparen, Innenstadt, and Ukraine.

A post from 'stadt_wolfsburg' featuring a group photo of award recipients. The caption reads: 'Ein der Azubi-Ehrung! Oberbürgermeister der gesamten Gaumenregion in diesem Jahr ihre Aus- und haben für ihre besonderen Leistungen im Schloss geehrt. Wir sind stolz auf eure Leistung gemeinsame Arbeit mit auch Ausgesprochenen!'. The post has 157.255 likes and 11 comments. A red box highlights the 'Insights ansehen' button at the bottom of the post.

Insights ansehen



Beitrags-Insights for the post. It shows 321 likes, 4 comments, and 8 saves. The 'Übersicht' section displays 9.704 Erreichte Konten, 0 Konten, die interagiert haben, and 31 Profilaktivitäten. The 'Reichweite' section shows 9.404 Follower and 300 Nicht-Follower.

Summary of interaction and reach statistics:

- Interaktionen**: 330 Konten, die interagiert haben
- Übersicht**: 320 Follower, 10 Nicht-Follower
- Reichweite**: 9.704 Erreichte Konten, 9.404 Follower, 300 Nicht-Follower
- Beitragsinteraktionen**: --
- Profilaktivitäten**: 31

Kategorie	Wert
„Gefällt mir“-Angaben	321
Gespeicherte Inhalte	8
Kommentare	4
Geteilte Inhalte	--
Profilaufrufe	31
Neue Follower	0
Auf den „Anrufen“-Button getippt	0

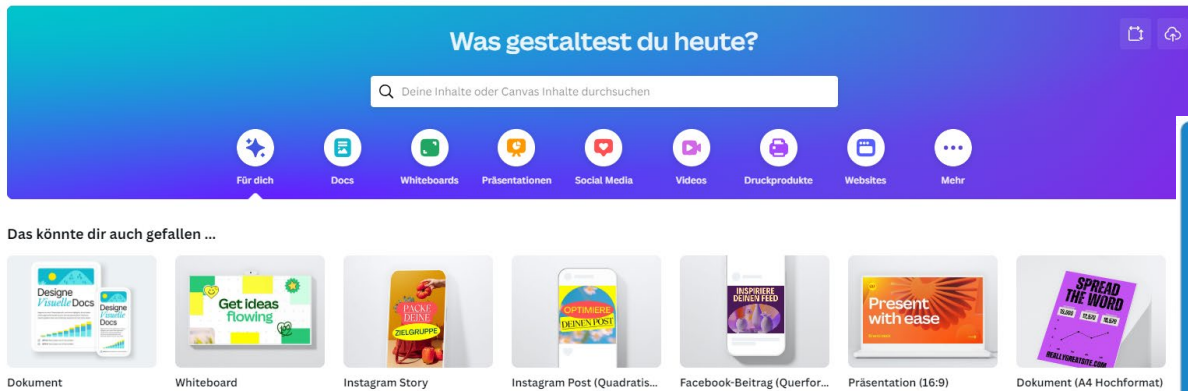


APPS & TOOLS

Hilfestellungen für guten Content

APPS & TOOLS: CANVA

FÜR PROFESSIONELLE GRAFIKEN



- einfache Gestaltung von Grafiken und Videos per Drag & Drop-Prinzip
- viele Gestaltungsvorlagen
- per App am Smartphone oder am Desktop-PC
- kostenlose Basisversion + Pro-Version mit mehr Vorlagen, Stock-Fotos, Musik, etc.
- eigene Fotos, Logos, etc. können hochgeladen werden



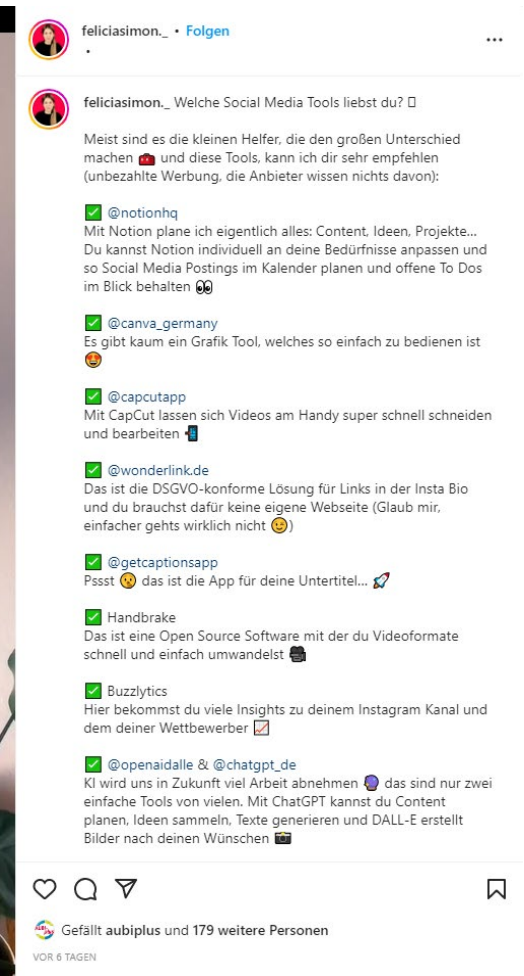
APPS & TOOLS

FÜR TOLLEN CONTENT

CapCut

- einfache Bearbeiten von Videos
- Untertitel einfügen
- per App am Smartphone oder am Desktop-PC

IMMER AUF DEM LAUFENDEN BLEIBEN!



@feliciasimon_ auf Instagram oder YouTube folgen



LETZTENDLICH GILT:

**ES GIBT NICHT „DIE EINE“ LÖSUNG FÜR
ERFOLGREICHE SOCIAL MEDIA ARBEIT**



VIELEN DANK FÜRS ZUHÖREN

JETZT IST ZEIT FÜR FRAGEN !