

ZUKUNFTSMACHER BOOTCAMP

Unternehmensauftritt auf Social Media



facebook

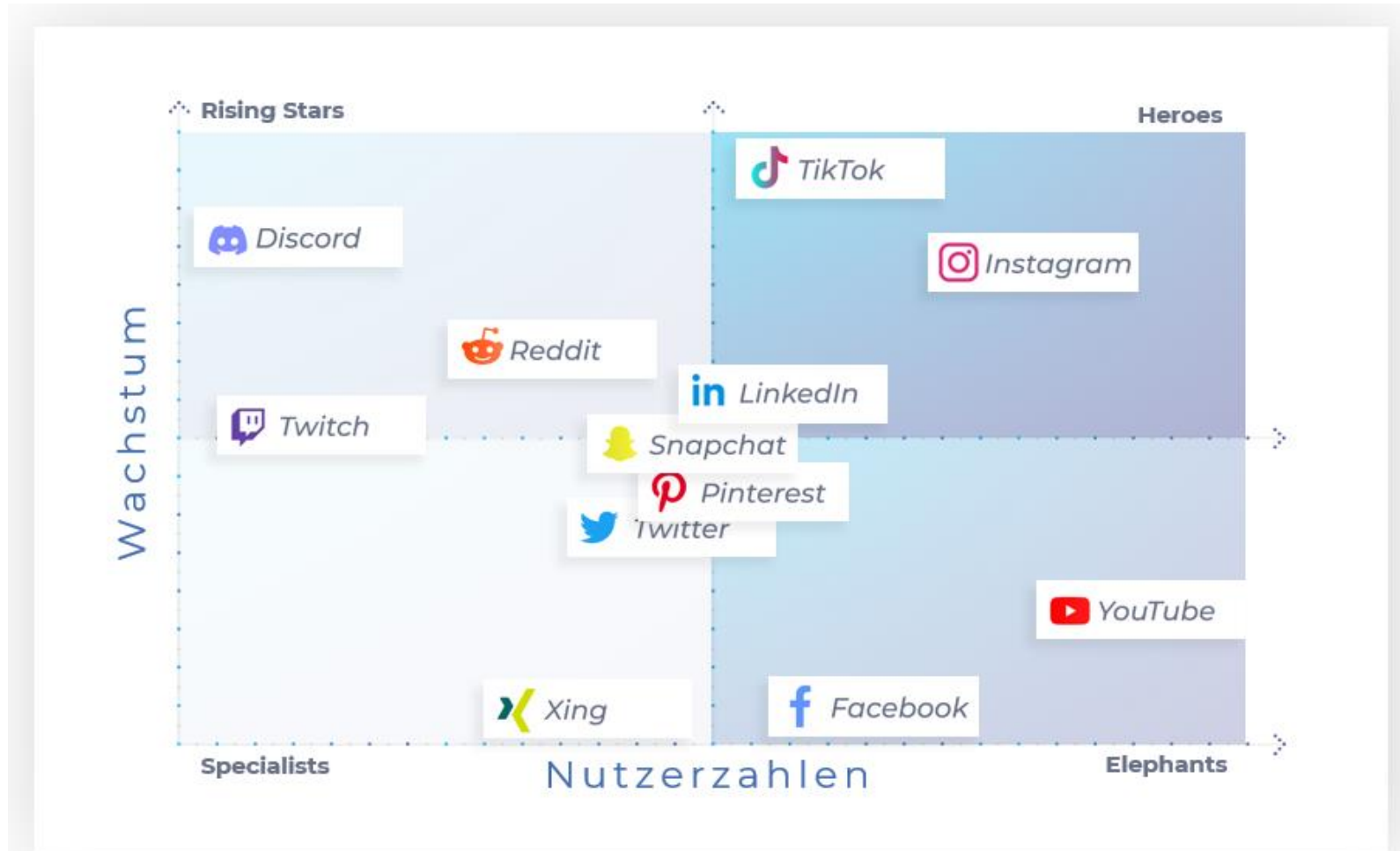
LinkedIn

Was nutzt Ihr ?

Instagram

 TikTok

Plattformen



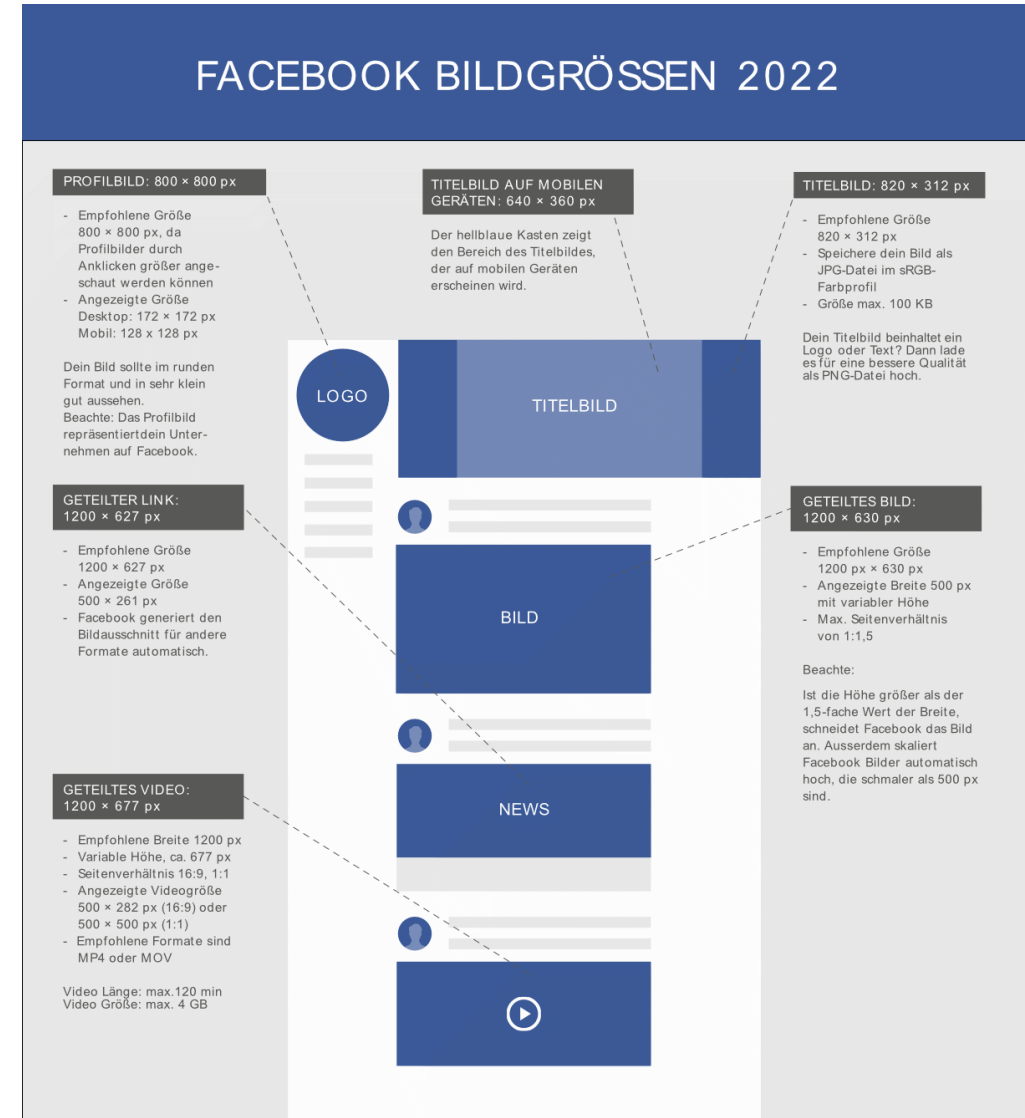
Quelle:
<https://social-dna.de/social-media/social-media-trends-2022-analysen-strategien-und-handlungsempfehlungen/>

Hard Facts

facebook

- **23.000.000 – 27.100.000 erreichbare Nutzer**
- **Nutzerwachstum: 6%**
- **Generationen X und Babyboomer**
- **Altersgruppe: 20 bis 59**
- **46 Prozent der Ü60-jährigen**
- **Kontakt mit Familie und Freunden**
- **Posts in facebook vorplanen**
- **Best Performer: Videos**
- **Personal Brand**

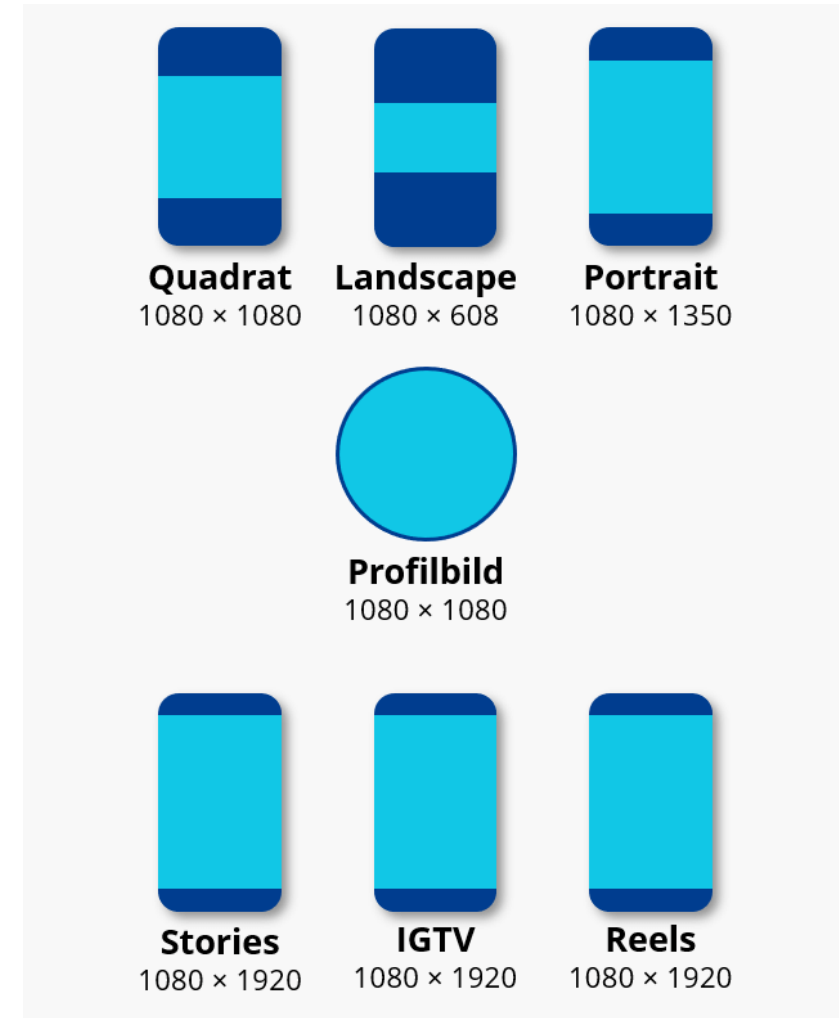
Quelle:
<https://www.seo-triebwerk.de/facebook-bildgroessen/>



Hard Facts

Instagram

- 25.600.000 – 30.200.000 erreichbare Nutzer
- Nutzerwachstum: West-Europa um 17 %
- Generation Y / Millennials
- Altersgruppe: 15 bis 45 Jahre
- Durchschnittliche Nutzung: 30 Min/Tag
- Best Performer: Reels
- Adam Mosseri ([@mosseri](#))
- Personal Brand
- Perfect Macht: Facebook & Instagram



Quelle:
<https://www.ionos.de/digitalguide/online-marketing/social-media/instagram-bildgroessen-und-videoformate/>

Hard Facts



- **15 Millionen erreichbare Nutzer**
- **Nutzerwachstum: ca. 45 %**
- **Altersgruppe: Generation Z**
- **Markenbindung als Werbestrategie**
- **Best Performer: Trending (Sounds)**
- **Auflösung: 1080 x 1920**
- **Verhältnis: 9:16**
- **Personal Brand**

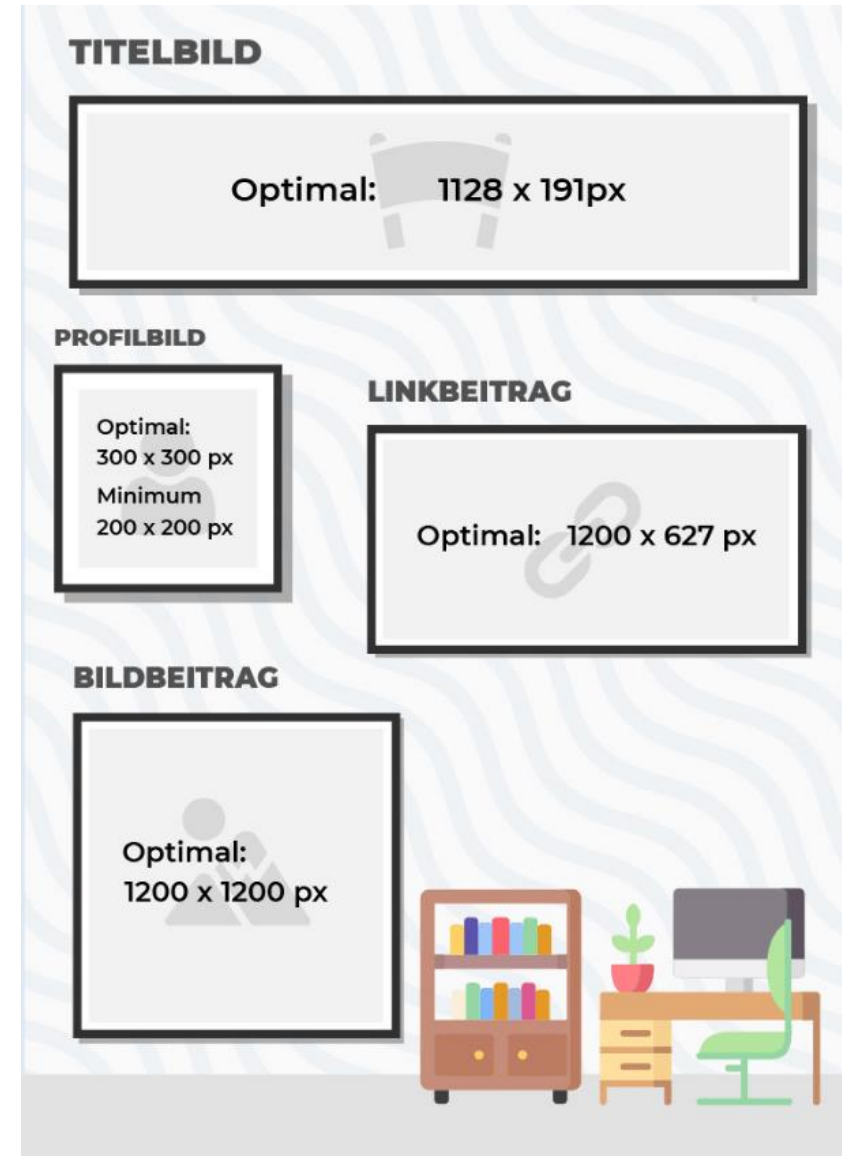
Quelle:
<https://social-dna.de/social-media/social-media-trends-2022-analysen-strategien-und-handlungsempfehlungen/>

Hard Facts



- 17 Millionen erreichbare Nutzer
- Nutzerwachstum: 19%
- Zielgruppe: Geschäftsführer/-inhaber, HR, Entscheider
- Best Performer: Bilder
- Personal Brand

Quelle:
<https://www.blog2social.com/de/blog/beste-bildgroessen-social-media/>





LinkedIn Do's

- **Dialog bei Posts fördern**
- **Beiträge zur richtigen Zeit**
- **Angemessene Zeichenzahl wählen (1.500 – 2.000)**
- **Visuelle Beiträge verwenden**
- **Längere Texte klar strukturieren**
- **Bei Video-Beiträgen lediglich ein kurzer Text und: Untertitel nicht vergessen**

LinkedIn Don'ts

- **Beiträge teilen**
- **LinkedIn nur als Corporate Marketing ansehen (Personal Brand)**
- **Markierte Personen interagieren nicht mit dem Post**

Tipps

- **Planungstool verwenden (z.B.: Facelift)**
- **Canva für Video- und Bildproduktionen jeder Art**
- **Fokus auf Content**
- **Man muss nicht auf allen Hochzeiten tanzen – evaluiert die, für euch, richtigen Plattformen**
- **„Verhaltensregeln“ auf der jeweiligen Plattform beachten**
- **Personal Brand kreieren**
- **Spaß haben oder jemanden bezahlen, der Spaß daran hat 😊**