



# Vorarlberger Blasmusikverband Kommunikationsstrategie

Feldkirch, am 23. Oktober 2021





RT  
AM  
MIT

Mach endlich  
auch mal digital

seit **1990**

noch bevor es USB, Bluetooth oder W-Lan gab



13  
kreative Köpfe



# Kompetenzen



Strategische Beratung



Informations- &  
Kommunikationskampagnen



Content Management  
& Social Media



Media & Influencer  
Relations



Employer Branding &  
Interne Kommunikation



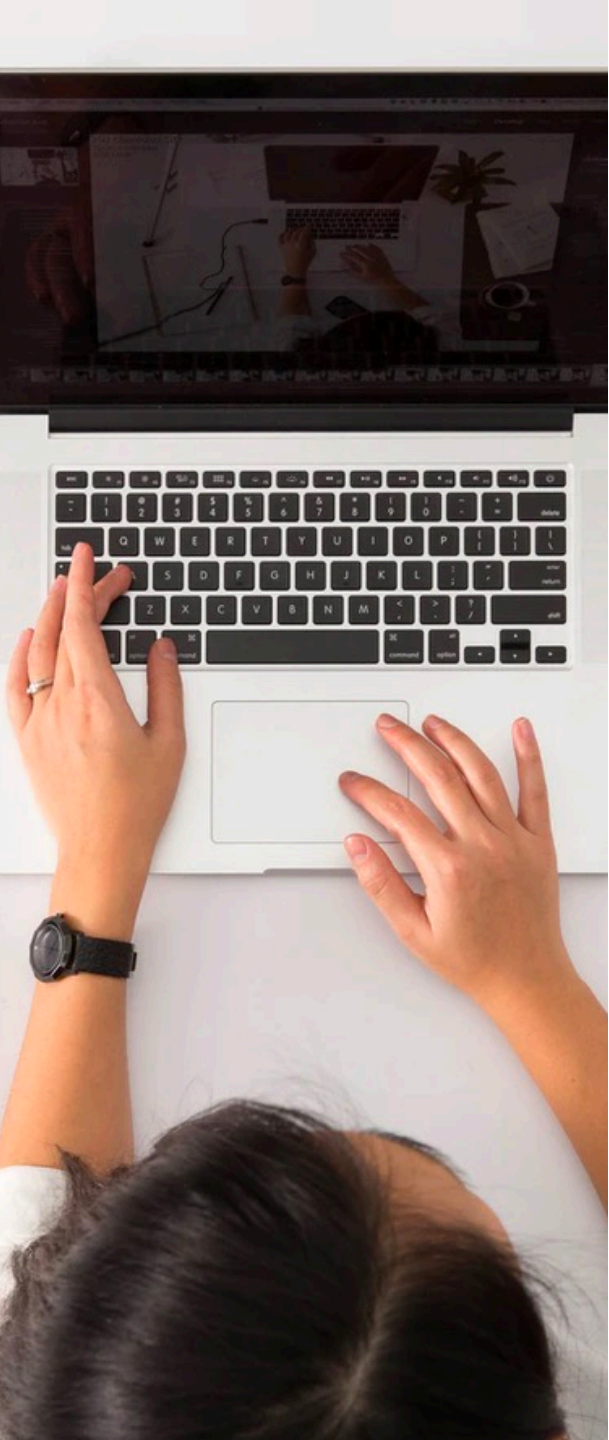
Krisenkommunikation &  
Reputation Management



Medientraining



Corporate Publishing &  
Bewegtbild-Kommunikation



# Übersicht Workshop Tag

- ▶ Rückblick Workshop 2019
- ▶ Social Media
  - ▶ Digitale Kommunikation
  - ▶ Gründe für Social Media
  - ▶ Wording
  - ▶ Arten von Content
  - ▶ Kanäle Übersicht
  - ▶ Algorithmus





# Übersicht Workshop Tag

- ▶ Facebook
- ▶ Instagram
- ▶ TikTok
- ▶ Themen und Beispiele
- ▶ Foto und Video



# Das Kennenlernen

## Vorstellung

- ▶ Name + Verein
- ▶ Warum bist du da?
- ▶ Aktuelle Situation
- ▶ Erfahrungen mit Social Media
- ▶ Welche Kanäle nutzt du schon?
  - ▶ Privat
  - ▶ Für das den Verein
- ▶ Was erwartest du dir vom heutigen Workshop?





# Rückblick Workshop 2019



# Ziele der Kommunikation

- ▶ Klare Positionierung des Vorarlberger Blasmusikverbandes
- ▶ Ansprache der Kernzielgruppen
- ▶ Stärken und Vorzüge des Vorarlberger Blasmusikverbandes ins Bewusstsein der einzelnen Zielgruppen rücken
- ▶ Ansprechende Kommunikation für den Nachwuchs und somit eine Steigerung der Mitgliederzahl





# Drei Säulen der Kommunikation

Wofür soll der Vorarlberger Blasmusikverband stehen bzw. mit welchen zentralen Themen und Begriffen soll der Verband in Verbindung gebracht werden?

- ▶ Musik
- ▶ Gemeinschaft
- ▶ Erlebnis



# Drei Säulen der Kommunikation

- ▶ Die im PR-Workshop erarbeiteten Themenfelder bilden den Inhalt der Kommunikation.
- ▶ Sie müssen in der Kommunikation nicht konkret als Begriffe vorkommen
- ▶ Sie bilden aber das Kommunikationsfundament, das jeder Form von Kommunikation unterlegt sein sollte



# Zielgruppen für die Kommunikation

Die Kommunikation richtet sich an eine Vielzahl von Adressaten. Die folgenden Zielgruppen werden als die wichtigsten definiert.

## Hauptzielgruppen:

- ▶ Kindergarten- und Volksschulkinder
- ▶ Eltern
- ▶ Volksschuldirektoren
- ▶ Musikschulen
- ▶ Firmen und deren Verantwortliche





# Zielgruppen für die Kommunikation

## Weitere Zielgruppen:

- ▶ Bürgermeister und Gemeindevertreter
- ▶ Aktive Musikanten
- ▶ Ehemalige Musikanten
- ▶ Freunde und Verwandte der Musikanten
- ▶ Neue Anwohner in den Gemeinden
- ▶ Jungmusikanten
- ▶ Sponsoren





# Das macht uns aus

- ▶ Gemeinschaftsgefühl, Erlebnisse, Verbundenheit, Zusammenhalt, Sozialkompetenz und Spaß; generationsübergreifend in einem sicheren Umfeld
- ▶ Kreativität und Verantwortung werden gefördert
- ▶ Sinnvolle Freizeitbeschäftigung
- ▶ #MusikIstCool
- ▶ Respekt, Akzeptanz und Anerkennung von allen Mitgliedern
- ▶ „Zweite Familie“
- ▶ Teil eines großen Ganzen sein



# Erfolgreiche Kommunikation

## Empfehlungen

- ▶ Regelmäßig kommunizieren – nach einem vorab festgelegten Plan
- ▶ Bei der Kommunikation bzw. Medienarbeit auf die individuell passende Ansprache der Zielgruppe achten
- ▶ Inhaltlich die gesamte Kommunikation stets auf die drei zentralen Säulen abstimmen: **Gemeinschaft, Erlebnis und Musik**



# Social Media Kommunikation



# So klappt Kommunikation in digitalen Medien

- ▶ Freundlicher Umgangston und respektvolles Miteinander
- ▶ Urheber- und Persönlichkeitsrechte gelten auch hier
  - ▶ Kein Rechtsfreier Raum
- ▶ Recht- sowie Groß- und Kleinschreibung sind Voraussetzung
- ▶ Datenschutz und Reputation aller Beteiligten müssen gewahrt werden
- ▶ Vertrauliche Informationen haben hier nichts verloren
- ▶ Mach nichts Dummes und agiere mit Hausverstand
- ▶ Jeder Kanal und jede Zielgruppe haben eine eigene Sprache, einen eigenen Stil





# Warum Social Media?



# Gute Gründe für Social Media

- ▶ Traffic zur Website
  - Über Soziale Netzwerke schneller als bei Google
- ▶ Wirkungsvolles Remarketing
  - Zielgruppen werden aktiv angesprochen, kein Abwarten, bis die User\*innen nach mir suchen
- ▶ Bessere Auffindbarkeit
  - Social Media Kanäle werden regelmäßiger bespielt und erhalten damit bei Google ein höheres Ranking
  - z. B. ist das LinkedIn Profil von ikp auf Platz 6
- ▶ Authentizität
  - Auf Social Media ist ein Verein seinen Mitgliedern und Abonnenten näher. Auf andere Art und Weise kann Sympathie aufgebaut werden. Authentische Seiten erhalten mehr Likes



# Gute Gründe für Social Media

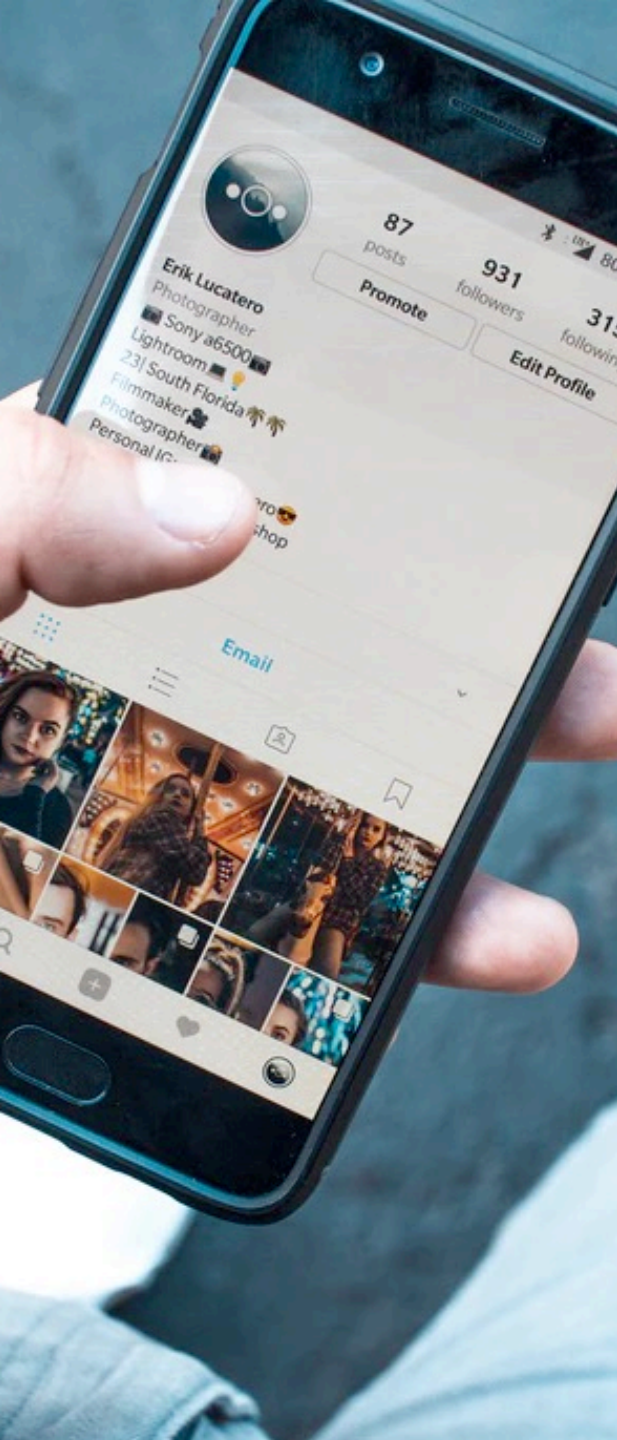
- ▶ Vertrauen & Empfehlungen
  - ▶ Soziale Netzwerke nutzen das Prinzip von Empfehlungen. Gefällt einer\* einem Freund\*in eine Seite, ist es wahrscheinlicher, dass auch ich dieser Seite folge → ich vertraue
- ▶ Verbindung zu Nutzer\*innen bleibt aufrecht
  - ▶ Social Media ermöglicht es stetig mit Personen in Verbindung zu bleiben. So bleibt der Verein immer im Hinterkopf
- ▶ Imagebuilding
  - ▶ Die verschiedenen Plattformen bieten eine große Spielwiese, um Vereine im besten Licht darzustellen und den Charakter zu formen
  - ▶ Imageänderungen sind mit Social Media leichter
  - ▶ Beispiel Edeka: erst gewöhnliche Supermarktkette, jetzt mit einem sehr persönlichen Image (Weihnachten #heimkommen)





# Wording Social Media

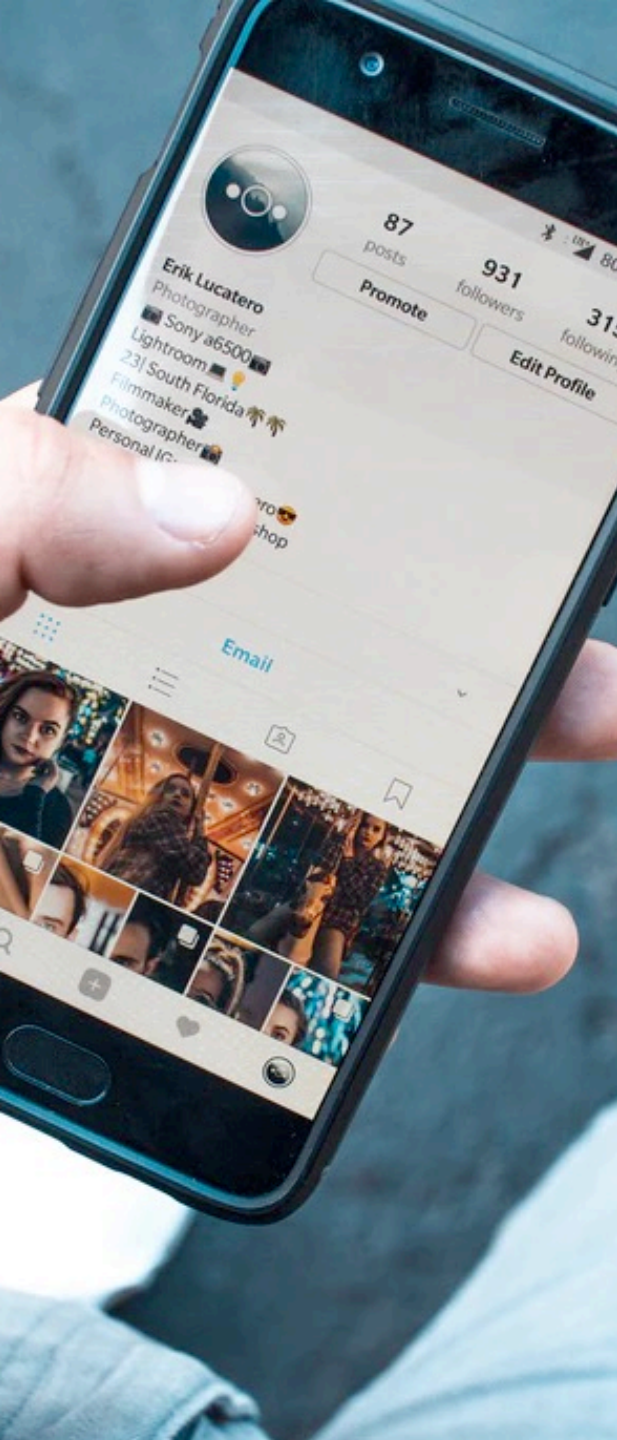




# Wording Social Media

## Likes

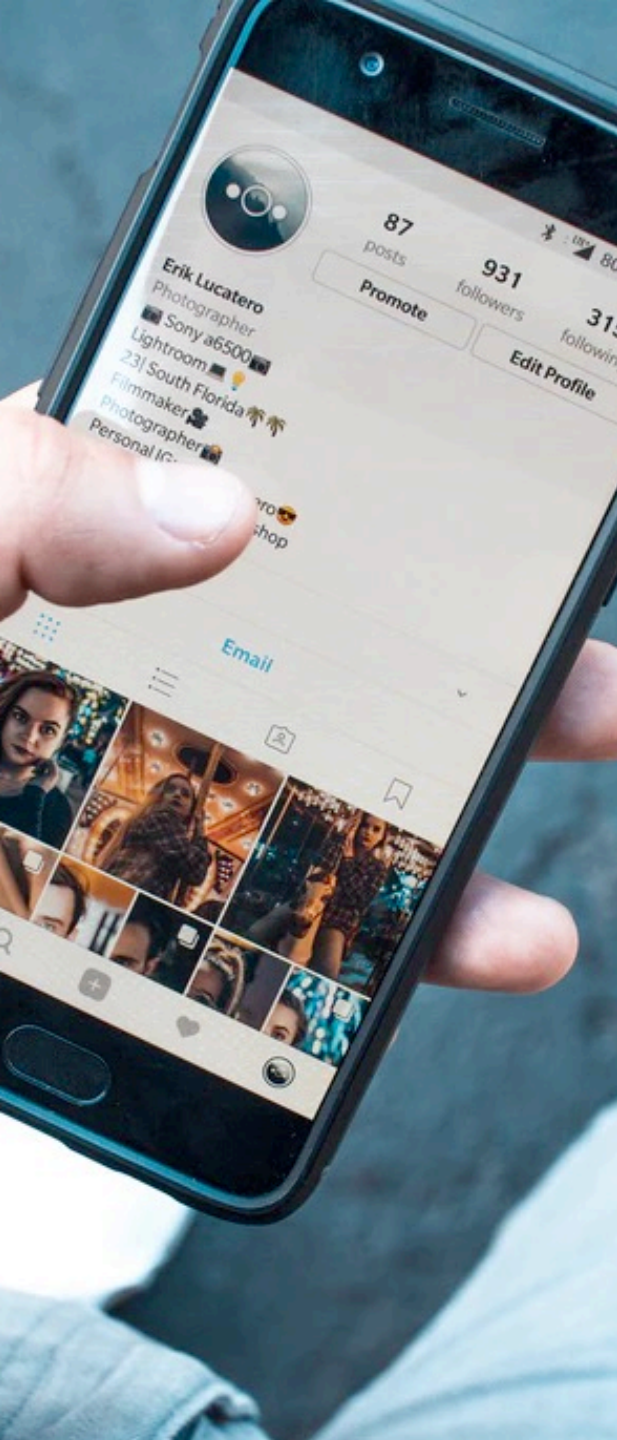
- ▶ = Gefällt mir Angaben
- ▶ Der Begriff „liking“ kommt ursprünglich vom englischen Verb „to like“ (= gefallen, mögen)
- ▶ Mit einem Like kann die\*der Nutzer\*in Sozialer Netzwerke zeigen, dass ihr\*ihm etwas gefällt bzw. sie\*er etwas unterstützt
- ▶ Der Ausdruck ist durch soziale Kanäle wie z. B. Facebook, YouTube und Twitter bekannt geworden



# Wording Social Media

## Kommentare

- ▶ Kommentare geben die Möglichkeit direkt auf Inhalte zu reagieren = antworten
- ▶ Dadurch können Gespräche oder auch Diskussionen entstehen
- ▶ Ob als Marketing-Botschaft oder auch einfach nur um Danke zu sagen, Freund\*innen zu markieren und Meinungen kundzutun.
- ▶ Egal wie, Kommentare sind viel wert!

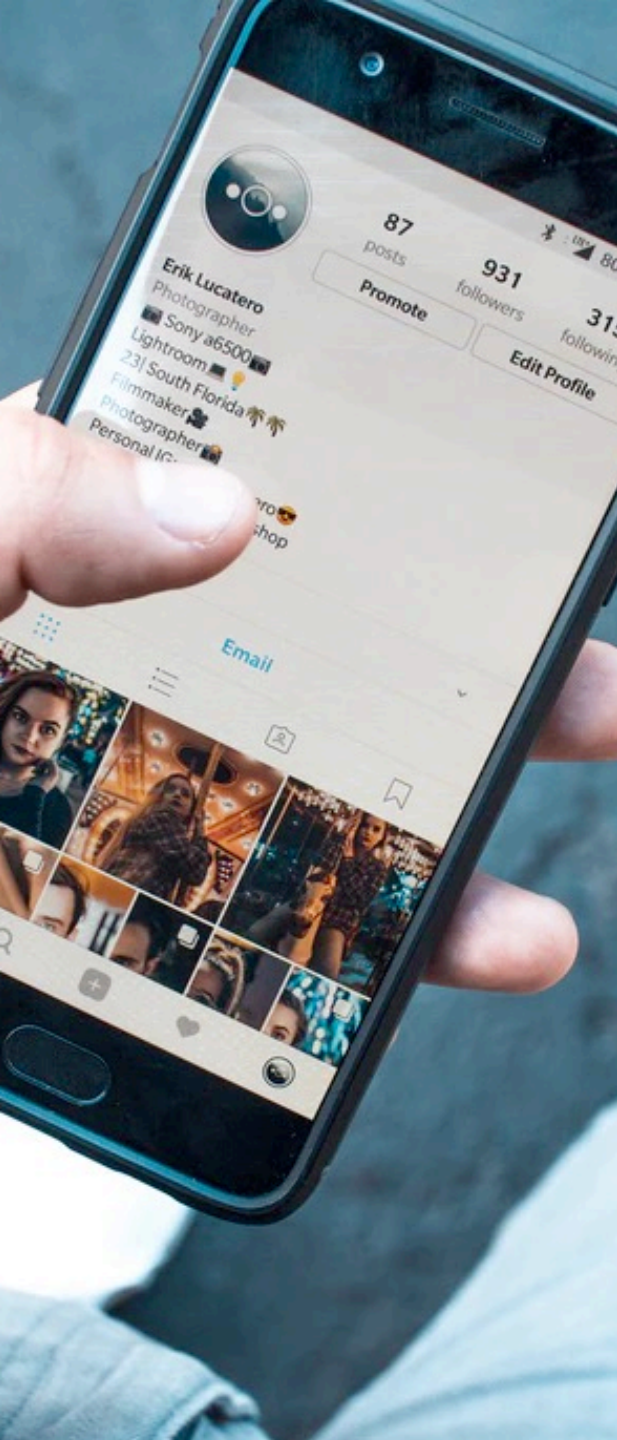


# Wording Social Media

## Hashtags

- ▶ Ursprung Twitter
- ▶ mit Doppelkreuz versehenes Schlagwort
- ▶ Nachrichten und Inhalte zu bestimmten Themen in sozialen Netzwerken werden gefunden.



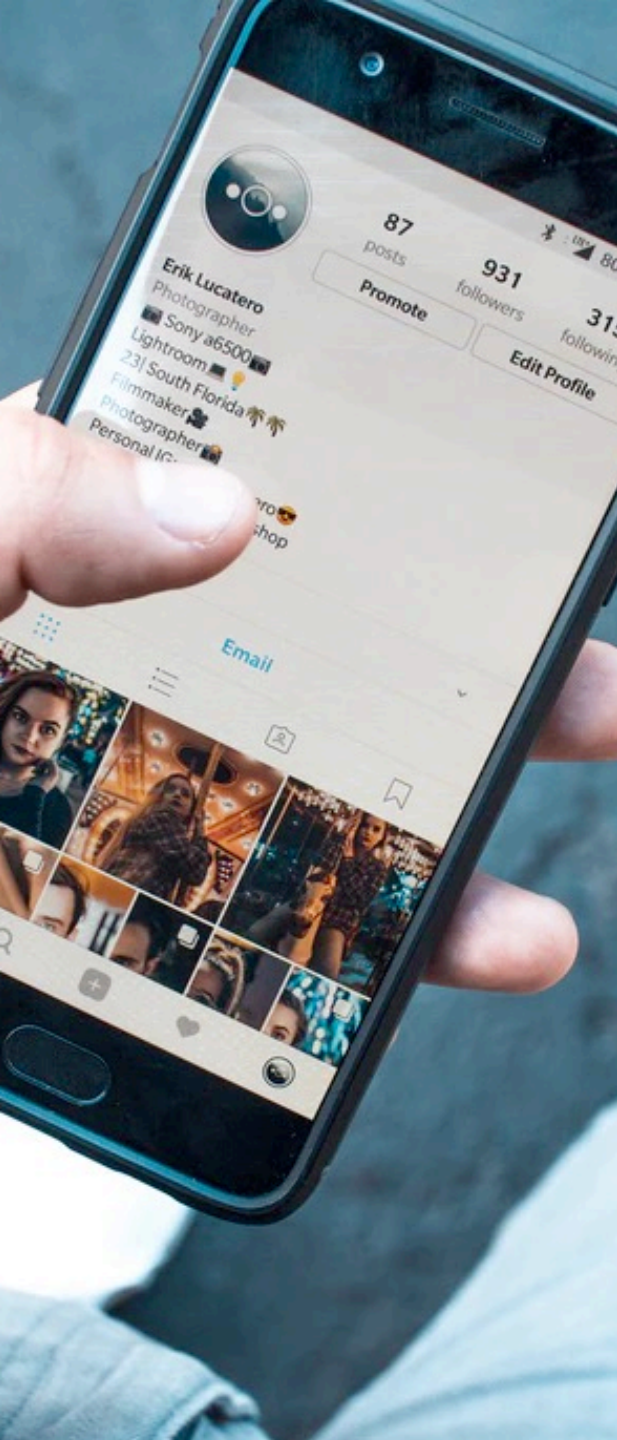


# Wording Social Media

## Community

- ▶ Community ist eine Gemeinschaft von Leuten, die gemeinsame Interessen, Ideen und Empfindungen miteinander teilt
- ▶ Auf Social Media finden diese Communities vor allem bei Facebook, Twitter und Co. sowie in Blogs statt
- ▶ = die Personen die der eigenen Seite folgen und interagieren
- ▶ Im besten Falle meine Zielgruppe





# Wording Social Media

## Content

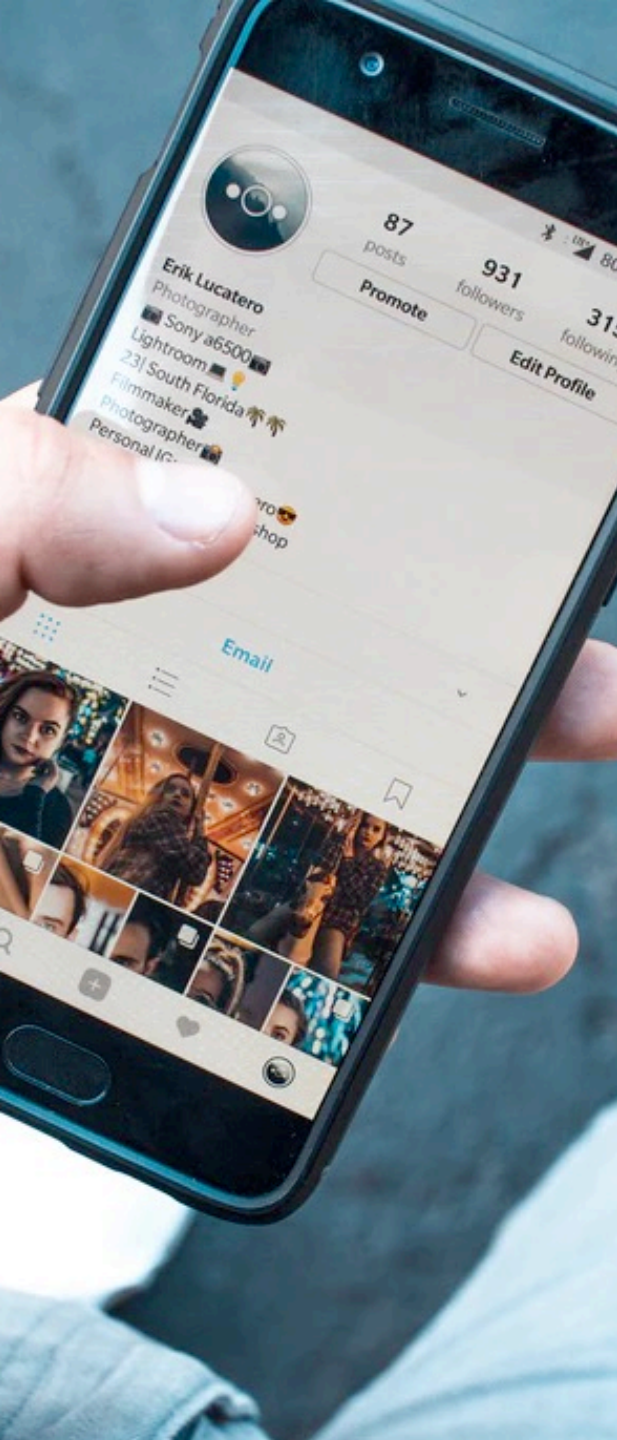
- ▶ Bezeichnung für Inhalte, die als Text, Video, Audio oder in digitaler Form vorliegen
- ▶ Sie werden durch auf den Social Media Plattformen verbreitet



# Wording Social Media

## Sharen/Teilen

- ▶ Media Sharing (oder Content Sharing) beschreibt das Teilen (sharen) von Inhalten
  - ▶ Egal ob von Privatpersonen oder Seiten
  - ▶ Media Sharing ist eine Form der sozialen Interaktion im Internet
  - ▶ Menschen lassen Bekannte, Teilnehmer\*innen einer Community oder fremde Nutzer\*innen an ihren Interessen teilhaben.
- = Vergleichbar, wenn die Oma einen spannenden Artikel aus der Zeitung ausschneidet und ihn für die ganze Familie kopiert und weitergibt.

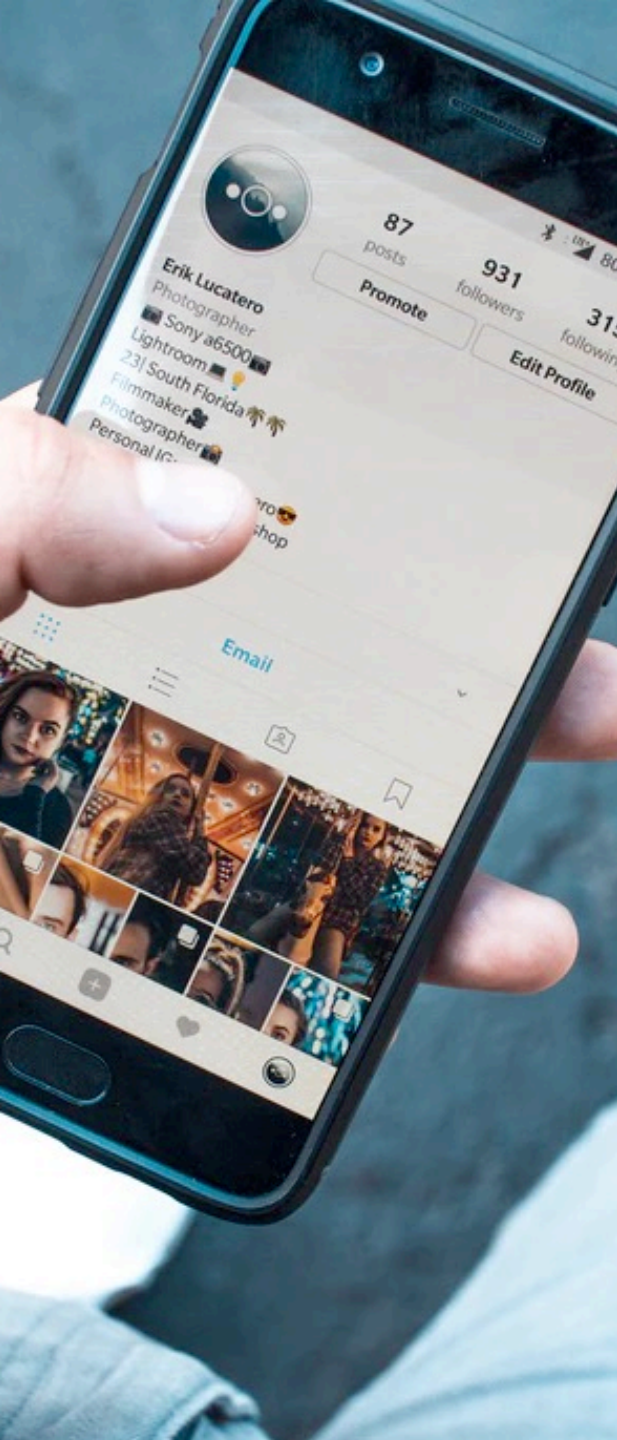


# Wording Social Media

## Feed

- ▶ Bereich, der jedem\*r User\*in auf Social Media angezeigt wird.
  - ▶ Meistens der mittlere Bereich.
- ▶ Eigener Bereich bzw. Seite (Instagram)
  - ▶ Eigener Feed

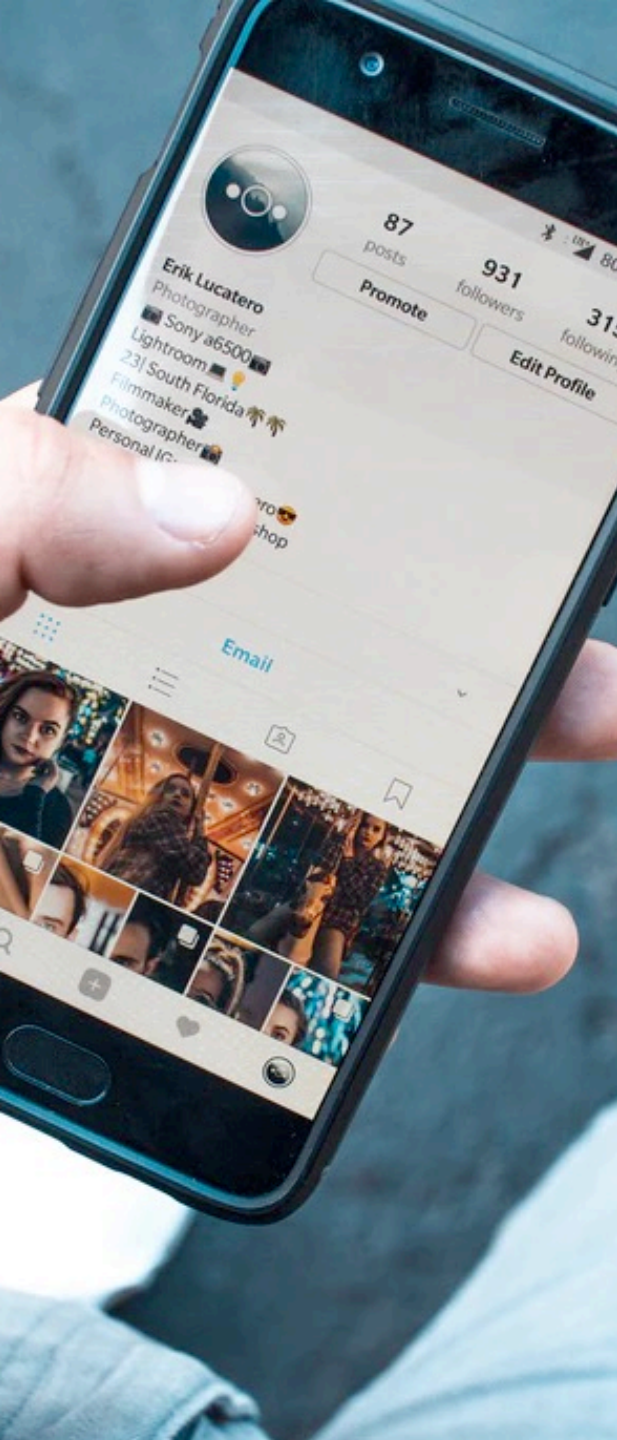




# Wording Social Media

## Reichweite

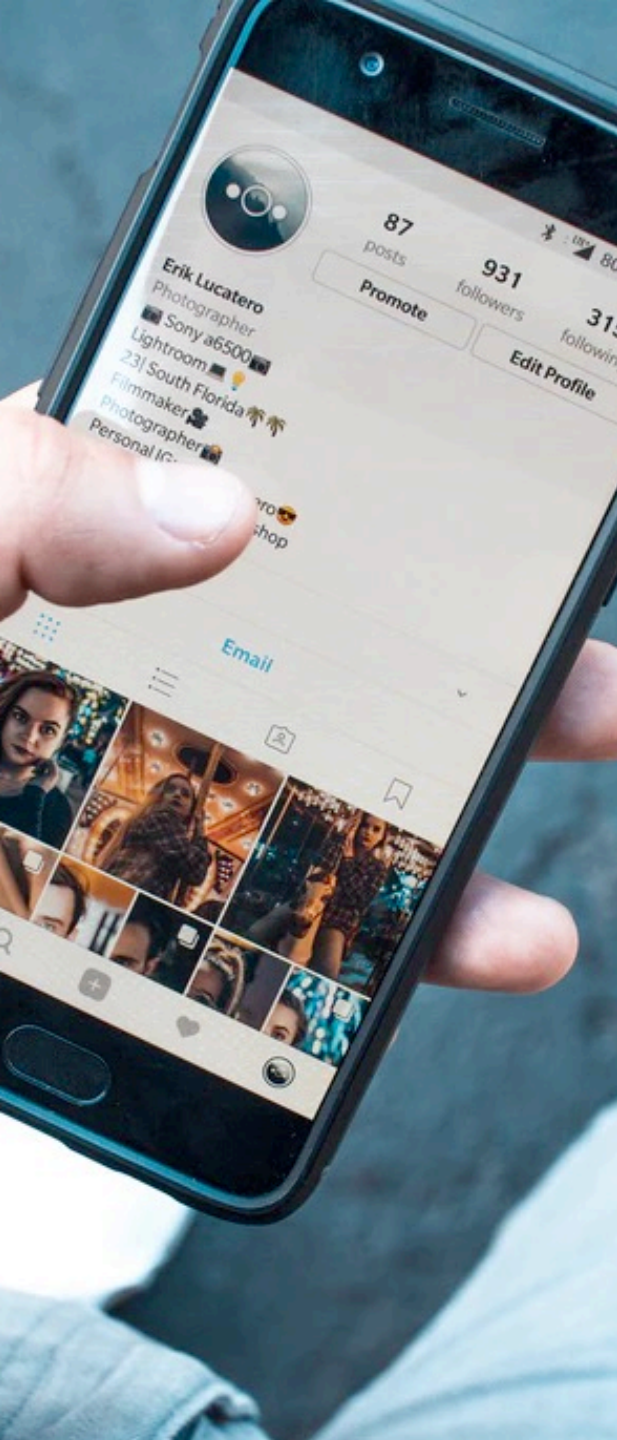
- ▶ Reichweite ist eine der wichtigsten Kennzahlen im Online-Marketing
- ▶ Wird auch „Reach“ genannt
- ▶ Anzahl der erreichten Personen



# Wording Social Media

## Impressionen

- ▶ = Sichtkontakte
- ▶ Zeigt wie oft ein Posting im Newsfeed angezeigt wurde
- ▶ Wenn der Content 300 Mal auf den Screens einer Person erschienen ist, hat sie 300 Impressions erzeugt

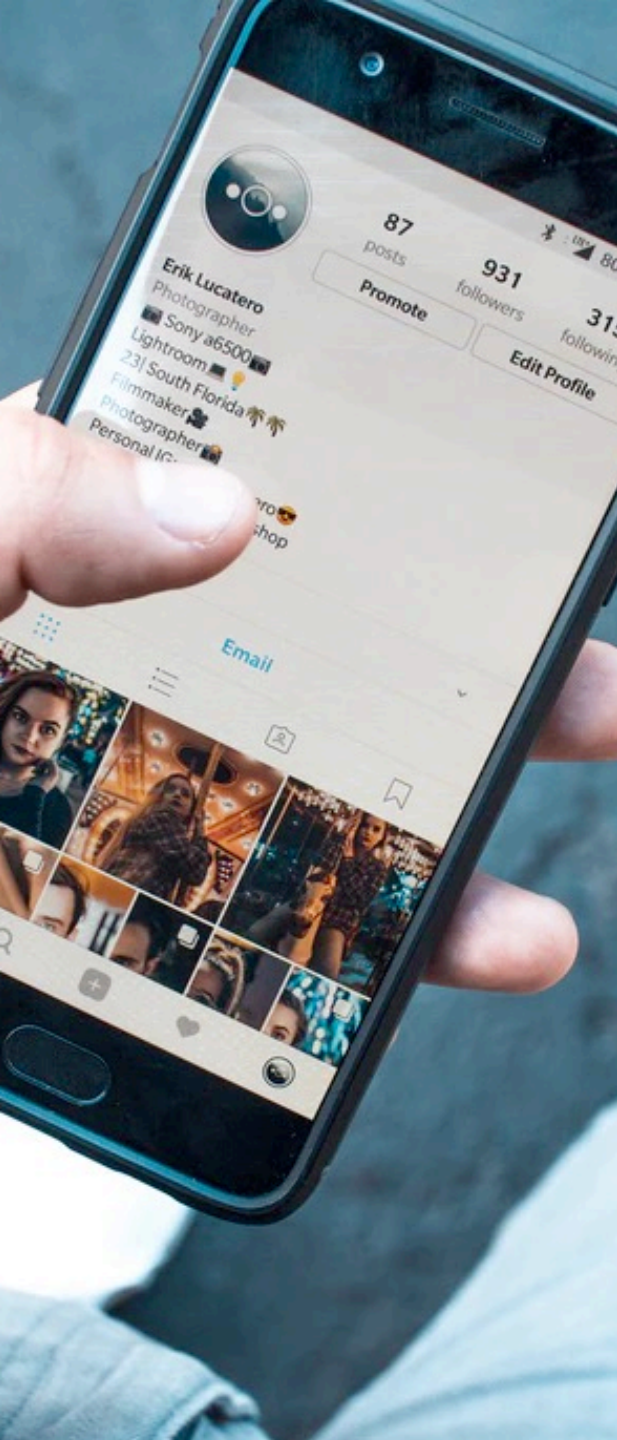


# Wording Social Media

## Interaktionen

- ▶ = Engagement
- ▶ Likes, Kommentare, Erwähnungen etc. ...
- ▶ Hat verschiedene Aspekte, dazu gehören z. B.
  - ▶ Antworten
  - ▶ Kommentare
  - ▶ Likes
  - ▶ Fragen
  - ▶ Teilen von Inhalten

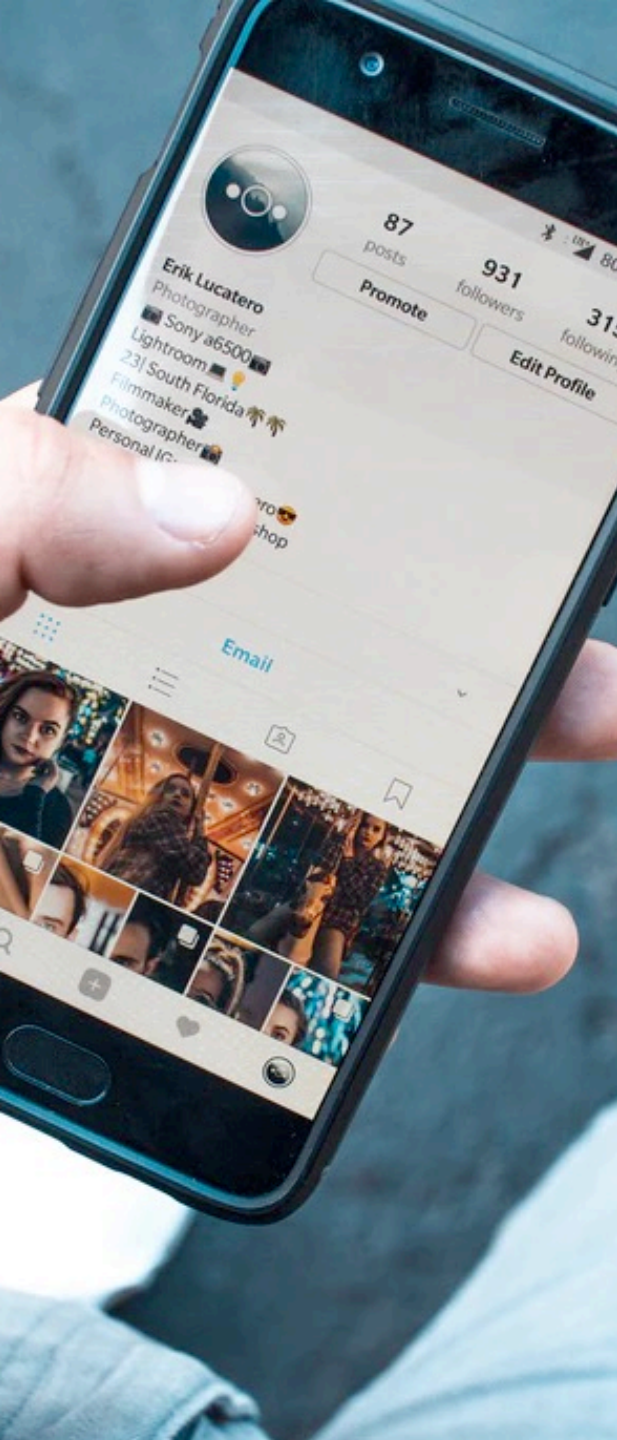




# Wording Social Media

## Performance

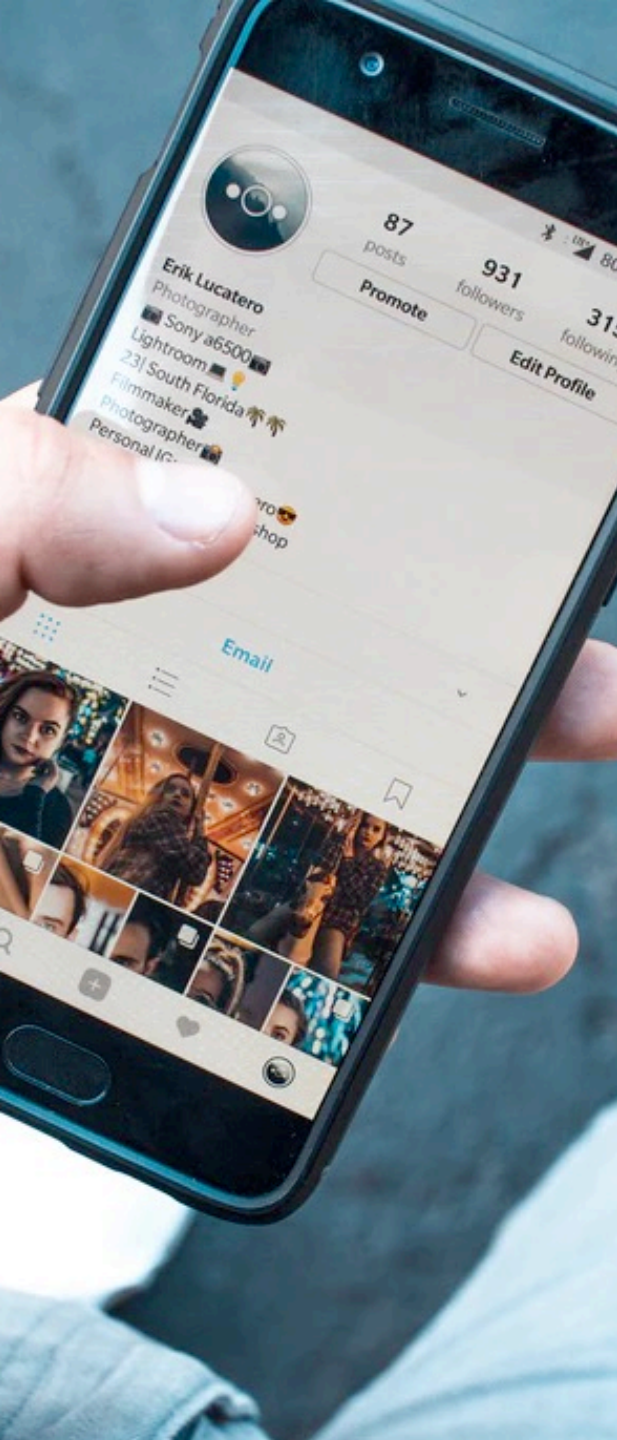
- ▶ Kennzahlen zur Erfolgsmessung zur Ansicht, wie Beiträge abschneiden.
  - ▶ Wie performt mein Beitrag?



# Wording Social Media

## Insights

- ▶ Bereich in dem die Kennzahlen angezeigt werden.
  - ▶ Instagram auf Profil.
  - ▶ Facebook auf Seite, Creator Studio, Business Suite etc.

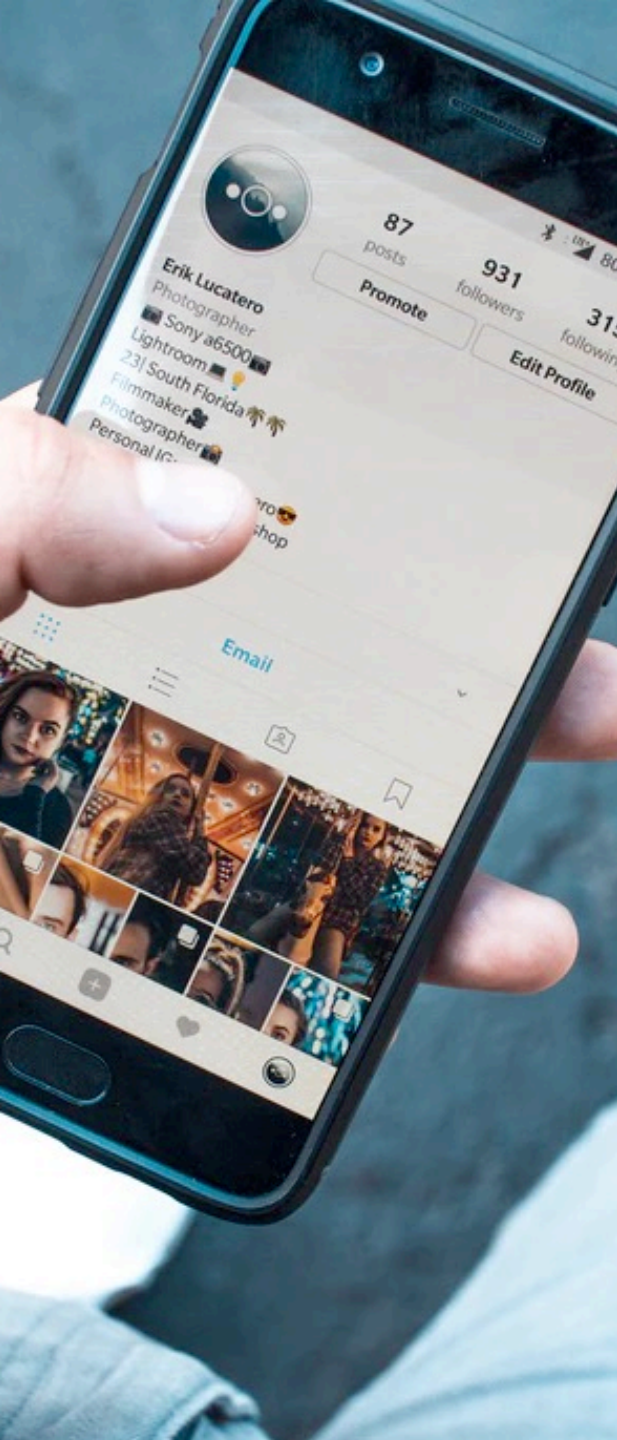


# Wording Social Media

## Organisch

- ▶ Organische Posts sind die Grundlage jeden Social Media Accounts
- ▶ Bei organischen Posts handelt es sich um Social Media Beiträge, die nicht gesponsert sind

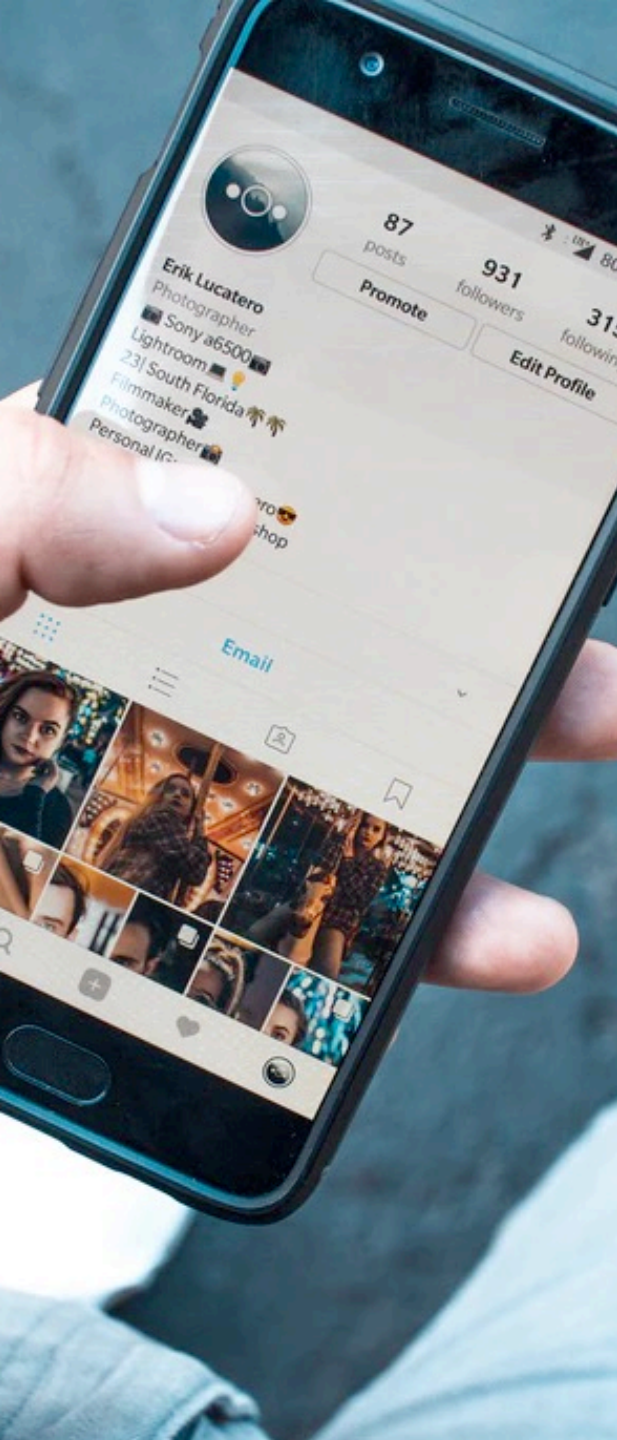




# Wording Social Media

## Sponsored

- ▶ = beworbene Postings
- ▶ Mit Einsatz von Geld Marketing-Ziele erreichen
- ▶ Bezahlte Reichweiten sind gekauft und das Gegenteil von organischen Reichweiten



# Wording Social Media

## Hater

- ▶ = Trolle, „Hasser“
- ▶ Der Begriff „Hater“ kommt ursprünglich vom englischen Verb „to hate“ (= hassen)



# Arten von Content



# Übersicht Inhalt/Content

## Posting

Grundlegendste Form von SoMe Inhalten

- Text + Foto
- Text + Video



# Übersicht Inhalt/Content

## Veranstaltung

- ▶ Text + Foto
- ▶ Daten des Events
- ▶ Für Facebook

**carla** **carla Vorarlberg** ...  
Gesponsert · 🌐

Hast du Lust, deinen Kleiderschrank zu pimpen? Dann hereinspaziert in den zweiten carla Kiloshop in Hohenems! ... [Mehr anzeigen](#)



**carla Kiloshop**  
**Secondhand- & Vintage-Mode  
zum Kilopreis**

SA., 27. MÄRZ  
**carla Kiloshop - Die Zweite**  
27. März 09:00 • Die Spinnerei 3...

INTERESSIERT

# Übersicht Inhalt/Content

## Ads / Werbeanzeigen

- Beträge, die durch den Einsatz von Geld, gezielt an die gewünschte Zielgruppe ausgespielt werden

**HelloFresh** Gesponsert


So schmeckt Dein entspanntes Abendessen mit HelloFresh 🥰

- 📦 Einfache Lieferung bis an Deine Tür
- 👩‍🍳 Schritt-für-Schritt Rezepte
- 🌿 Frische Zutaten
- 👁️ F... Mehr ansehen




**Zalando** Gesponsert

Entdecke die neuesten Fashion Trends bei Zalando.




**PULL&BEAR**  
Jumpsuit - green  
19,99 € [Jetzt kaufen](#)



**Trendyol**  
Cocktailkleid/festli...  
39,95 € [Jetzt kaufen](#)

[Gefällt mir](#) [Kommentieren](#) [Teilen](#)

**carla** carlavoralberg Gesponsert



[Weitere Infos](#)

[Gefällt mir](#) [Kommentieren](#) [Teilen](#)

Gefällt 20 Mal  
carlavoralberg carla Vintage Store  
carla Vintage Store - ab jetzt in Bregenz [... mehr](#)



# Übersicht

## Inhalt/Content

### Storys

- Instagram Storys ähneln der bekannten Snapchat-Funktion
- Die Fotos und Videos verschwinden nach 24 Stunden automatisch
- Eine einzelne Story kann aus verschiedenen Elementen bestehen
- Fotos, Videos und Boomerangs können verwendet werden
- Für **Instagram Storys** gibt es keine Like-Funktion
- Es kann aber durch Kommentare oder Reaktionen interagiert werden
- Länge: 15 Sekunden
- Immer: Hochformat

Weitere Beispiele folgen im Abschnitt Instagram



Unser neues  
Angebot:  
Text-Workshop  
und/oder  
Social-Media-  
Workshops.

# Übersicht Inhalt/Content

## Reels

- Die Antwort von Instagram auf TikTok
- Kurze, unterhaltsame Videos, die auf Instagram von Nutzern auf der ganzen Welt entdeckt werden können
- 15-30 Sekunden lang
- =snackable Content
- Nur für Instagram

Weiter Beispiele folgen im Abschnitt Instagram



# Übersicht Inhalt/Content

## GIFs und Sticker

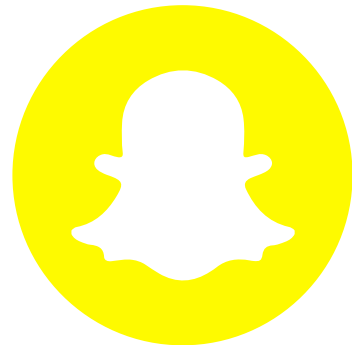
- Instagram Storys werden immer individueller
- Neben Musik, Umfragen und GIF's werden auch immer mehr Sticker genutzt
- Sie können in die Story eingefügt werden und bestehen aus Text oder Bild
- Manchmal auch aus Kombination von beiden

Beispiele folgen im Abschnitt Instagram



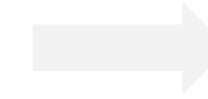
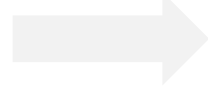
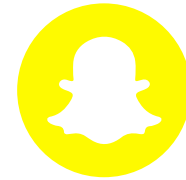
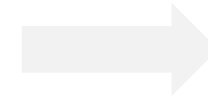
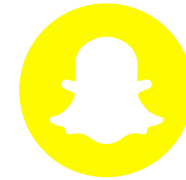
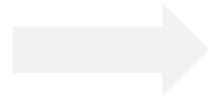


# Den richtigen Social Media Kanal finden

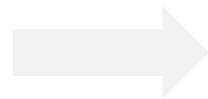
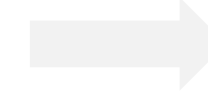
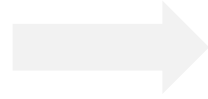




# Welcher Kanal gehört wem?



ByteDance





# Kanalübersicht Facebook



- ▶ Zweck
  - ▶ PR, SEO/Akquise
  - ▶ Service
  - ▶ Marktforschung/Feedback
  - ▶ Informationsvermittlung
- ▶ Kommunikation und Interaktion
  - ▶ Private Nachrichten
  - ▶ Interaktionen öffentlich (können verborgen werden)
- ▶ Benötigter Content
  - ▶ Text, Bilder, Videos, Gifs
- ▶ Sonstiges
  - ▶ Aufmerksamkeit: Gering
  - ▶ Konkurrenz: Hoch
  - ▶ Hater-Potential: Hoch





# Kanalübersicht

## Instagram



- ▶ Zweck
  - ▶ PR
- ▶ Kommunikation und Interaktion
  - ▶ Private Nachrichten möglich
  - ▶ Interaktionen öffentlich
- ▶ Benötigter Content
  - ▶ Bilder, Videos
- ▶ Sonstiges
  - ▶ Aufmerksamkeit: Mittel
  - ▶ Konkurrenz: Mittel
  - ▶ Hater-Potenzial: Mittel
- ▶ Besonderheiten
  - ▶ Fokus auf Bilder
  - ▶ Auffindbarkeit über Hashtags, Mobile Only



# Kanalübersicht

## Snapchat



- ▶ Zweck
  - PR
  - Informationsvermittlung
- ▶ Kommunikation und Interaktion
  - Private Kommunikation
  - Interaktionen (größtenteils) privat
- ▶ Benötigter Content
  - Bilder + Videos
- ▶ Sonstiges
  - Aufmerksamkeit: Sehr hoch
  - Konkurrenz: Gering
  - Hater-Potential: Gering
- ▶ Besonderheiten
  - Hohe Aufmerksamkeit, „Verschwinden“ der Snaps, Mobile Only



# Kanalübersicht

## TikTok



- ▶ Zweck
  - PR, Informationsvermittlung
- ▶ Kommunikation und Interaktion
  - Private Nachrichten möglich
  - Interaktionen öffentlich
- ▶ Benötigter Content
  - Videos
- ▶ Sonstiges
  - Aufmerksamkeit: Sehr hoch
  - Konkurrenz: (noch) Mittel
  - Hater-Potential: Mittel
- ▶ Besonderheiten
  - Fokus auf Kurzvideos (15-60 Sekunden), TikTok-Musikdatenbank
  - Man braucht kein TikTok-Konto, um Inhalte zu sehen





# Kanalübersicht

## YouTube



- ▶ Zweck
  - PR, Informationsvermittlung
- ▶ Kommunikation und Interaktion
  - Per Video
  - Interaktionen öffentlich
- ▶ Benötigter Content
  - Videos
- ▶ Sonstiges
  - Aufmerksamkeit: Je nach Zielgruppe
  - Konkurrenz: Hoch
  - Hater-Potential: Groß
- ▶ Besonderheiten
  - Fokus auf Videos
  - Werbemöglichkeiten



# Der Algorithmus



# Der Newsfeed Algorithmus

- ▶ Der Newsfeed Algorithmus ist das mathematische Programm, das hinter allen Sozialen Netzwerken liegt
- ▶ Er sortiert Inhalte aus, die laut den eigenen Interessen, dem Surf- und dem Klickverhalten für die einzelnen User\*innen nicht interessant sind
- ▶ Wer in digitaler Kommunikation Erfolg haben will, muss die Algorithmen der einzelnen Netzwerke verstehen und entsprechend Content platzieren





# Der Newsfeed Algorithmus

## Kriterien, nach denen Algorithmen arbeiten

- ▶ Interesse
  - Interesse des Fans am Urheber
- ▶ Performance des Posts
  - Reichweite
  - Interaktionsrate
- ▶ Performance der Seite/Account
  - Aktivität der Seite
  - Interaktionsrate
  - Attraktivität für andere Fans/Follower
- ▶ Typus
  - Art des Post: Foto, Video etc.
- ▶ Originalität
  - Wie neu ist der Inhalt?
  - Wie ist der Post aufbereitet?

# Film Tipps

- ▶ Filme
  - ▶ [The Social Dilemma \(Netflix\)](#)
  - ▶ [The Social Network](#)



**facebook**

# Tagebuch Facebook

## Facts & Figures

- ▶ Größtes Soziales Netzwerk
- ▶ 2004 in den USA von Mark Zuckerberg als Netzwerk für Studierende gegründet
- ▶ 2,3 Milliarden aktive Nutzer\*innen (täglich, weltweit)
- ▶ 3,9 Millionen aktive Nutzer\*innen in Österreich
- ▶ 140 Millionen aktive Unternehmen





# Tagebuch Facebook

## Privatpersonen

- ▶ Nutzen das Netzwerk um Leute kennenzulernen und sich zu vernetzen

## Unternehmen/Marken

- ▶ Nutzen das Netzwerk um mehr Reichweite, Bekanntheit und Umsatz zu generieren

## Gruppen

- ▶ Ermöglichen es gezielt mit Menschen in Kontakt zu treten, die die gleichen Interessen, Hobbies und Leidenschaften nachgehen, wie man selbst.
- ▶ Im Gegensatz zu Seiten, die man liken kann, muss man bei Facebook-Gruppen, entweder beitreten, oder wird von Freunden hinzugefügt.





# Durchschnittliche Facebook User\*in

- ▶ ist 25-65 Jahre alt
- ▶ hat rund 338 Freunde pro User\*in
- ▶ verbringt durchschnittlich 20 Minuten am Tag auf der Seite
- ▶ liked 10 Posts im Monat
- ▶ macht 4 Kommentare im Monat
- ▶ klickt auf 8 Werbeanzeigen im Monat

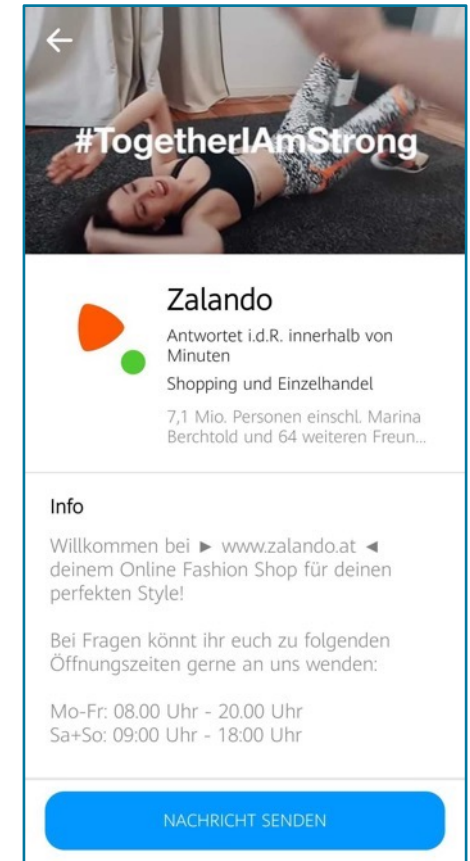


# Facebook Messenger

- ▶ Funktion für Direktnachrichten über Facebook
  - Facebook-Chat
- ▶ Monatlich 1 Milliarde Direktnachrichten
  - zwischen User\*in & Unternehmen

## Features

- ▶ Messaging für die Seite aktivieren
- ▶ Sofortnachrichten & Begrüßungstext einrichten
- ▶ Reaktionszeit einstellen



# Tipps, Tricks & Facts Facebook Posts

## ▸ Länge

▸ Optimal sind drei Zeilen (1-50 Zeichen) inklusive #hashtags

- Hashtags spielen auf Facebook aber keine Rolle

▸ Kurze Texte führen zu mehr Interaktionen

- Funfact: Auf Platz 2 der meisten Interaktionen sind Postings ohne Text

## ▸ Emoticons 🤔🤪💪

▸ Unbedingt verwenden, wenn passend

▸ Posts mit Emoticons haben mehr Response als ohne.  
Überlegung: Wo stehen die Emojis? Zwischen den Worten 🤔  
oder am Ende des Posts? 😍

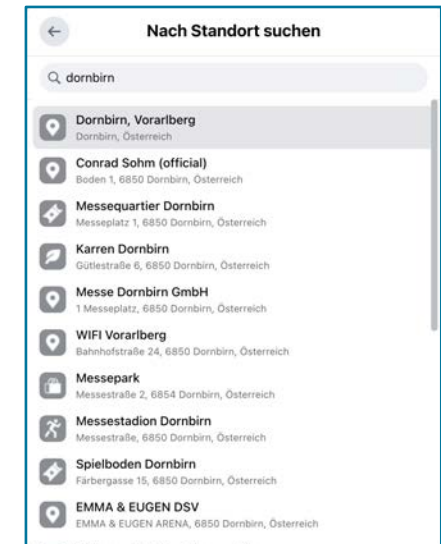
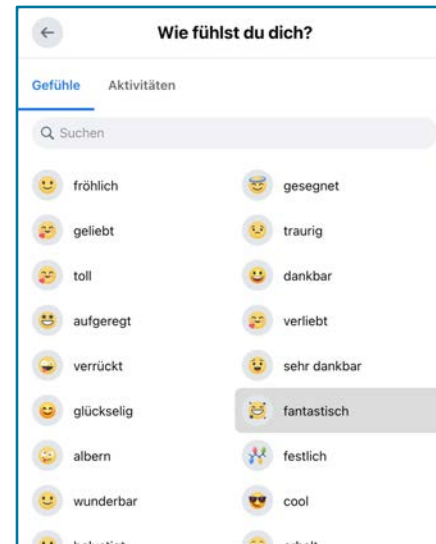
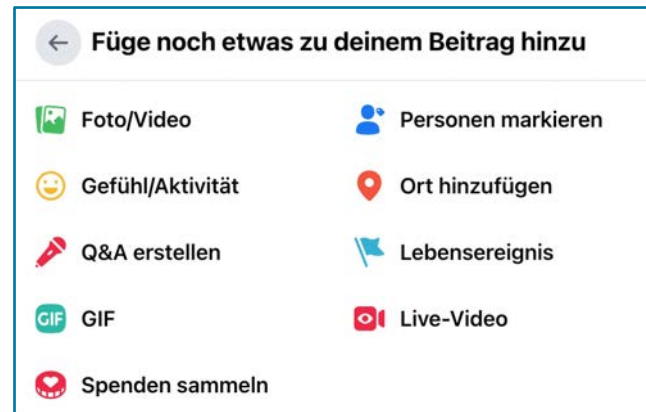




# Tipps, Tricks & Facts Facebook Posts

## ► Gefühl/Aktivität

- Dem Post – sofern sinnvoll – eine Stimmung bzw. eine Aktivität zuweisen
  - Posts mit negativen Stimmungen (unglücklich, traurig etc.) werden schlechter bewertet
  - Besser sind positive Gefühle (voll motiviert, glücklich etc.)
- Das Gleiche gilt für Standorte



# Tipps, Tricks & Facts Facebook Posts

## ▶ Videos & Fotos

- ▶ Visuelle Inhalte und Videos funktionieren am besten
- ▶ Video-Posts erhalten die meisten Interaktionen
  - Dank Autoplay erreichen Facebook-Videos schneller mehr Personen als YouTube-Videos. Das gilt besonders für LIVE-Videos
  - Zudem bevorzugt der Newsfeed Algorithmus Bewegtbild
- ▶ Auf Platz zwei landen Bilder
  - 15 % der User laden täglich ein Bild hoch bzw. interagieren damit. Das sind 350 Millionen Fotos täglich. Es gilt: je emotionaler, desto besser



# Tipps, Tricks & Facts Facebook Posts

## ▶ Zeitpunkt

- ▶ Posten, wenn die meisten Fans online sind

- Kann in den Statistiken nachgeschaut werden

- ▶ Generell gilt für Österreich: kurz nach Arbeitsbeginn (ca. 9.00 Uhr), zu Mittag (zwischen 12.00 und 13.00 Uhr) und zwischen 19.00 und 22.00 Uhr. In diesen Stunden steigen die Zugriffszahlen

## ▶ Verlinkungen verwenden

- ▶ Mit @ können andere Unternehmen bzw. Seiten eingefügt werden. Mitarbeiter\*innen können sich selbst so markieren

- ▶ So wird die organische Reichweite um die Follower und das Publikum vergrößert





# Facebook Ads Creator Studio

- ▶ Ende 2018 veröffentlicht
- ▶ Inhalte von Facebook & Instagram verbinden
- ▶ Insights ansehen
- ▶ Posts planen und hochladen
- ▶ Facebook zieht immer mehr vom Businessmanager zum Creator Studio um
  - ▶ Der Werbeanzeigenmanager soll erstmal noch bleiben



Creator Studio

Beitrag erstellen

Startseite

Content-Sammlung

Insights

Postfach+

Monetarisierung

Rights Manager

Creative Tools

ikp // ikp

# Startseite


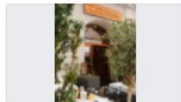




Poste etwas ...

Video hochladen

Live-Übertragung starten

## Aktuell Beiträge

Letzte 7 Tage

		<b>Status-Update   Re-Start ...</b> 16.05.2020 11:36 ikp // ikp	-- AUFRUFE	<b>8</b> INTERAKTIONEN
		-- 15.05.2020 16:29 ikp // ikp	-- AUFRUFE	<b>0</b> INTERAKTIONEN
		-- 15.05.2020 16:29 ikp // ikp	-- AUFRUFE	<b>0</b> INTERAKTIONEN

## Insights

Letzte 7 Tage

Minuten angesehen  
**3** ▼ 26.2 %

1-minütige Videoaufrufe  
**1** ▲ 0 %

Nettoabonnenten  
**0** ▲ 100 %

Interaktionen  
**0** ▲ 0 %

## Beiträge

Letzte 28 Tage

0 geplante Beiträge

Startfeld  
Facebook  
(Desktop)







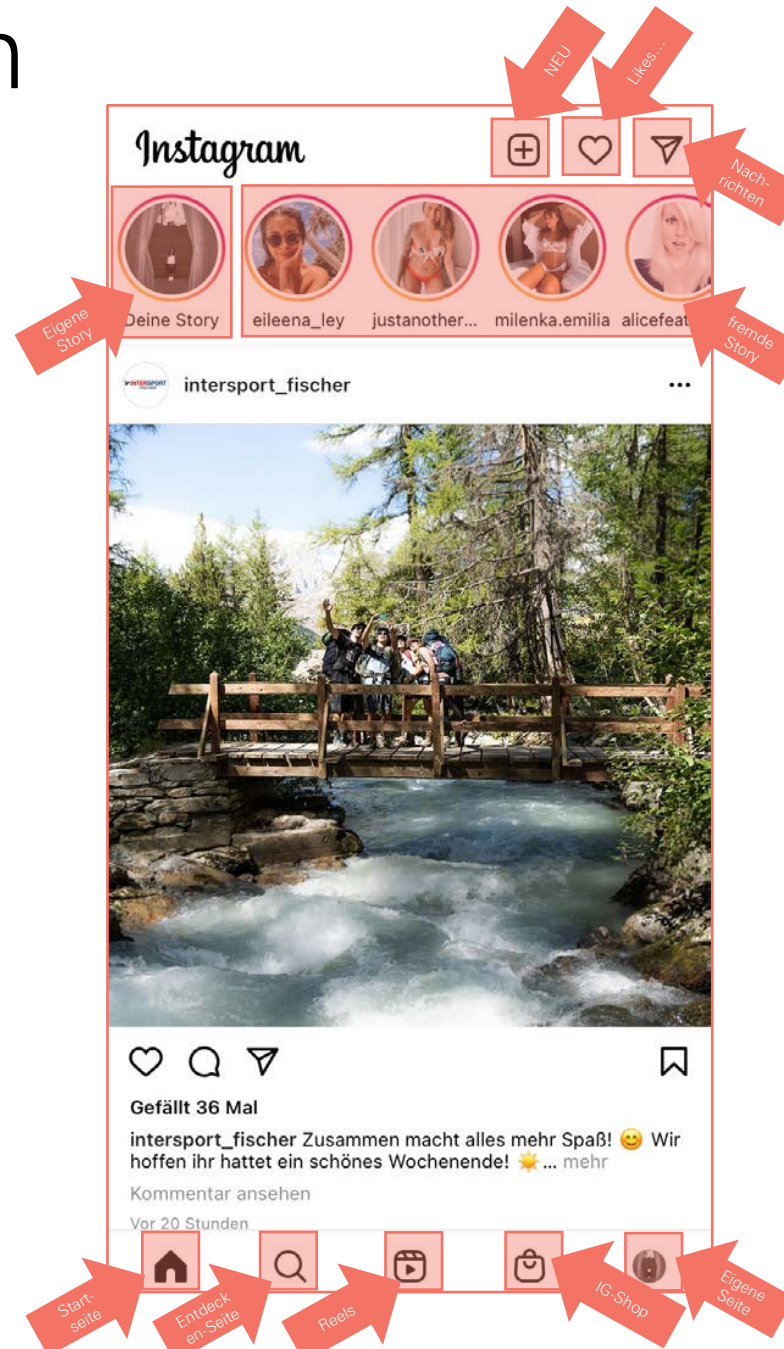
# Darstellungs-Plattform

## Instagram

### Facts & Figures

- ▶ Instagram wurde am 6. Oktober 2010 im App Store veröffentlicht.
- ▶ 1,22 Milliarde Nutzer weltweit
  - ▶ 4 Millionen Nutzer\*innen österreichweit
- ▶ 30 Millionen Business Profiles
  
- ▶ Das Netzwerk wurde am 9. April 2012 für 1 Milliarde Dollar an Facebook verkauft.
- ▶ Zu diesem Zeitpunkt hatte Instagram gerade 30 Millionen Nutzer\*innen.
- ▶ Im Oktober 2013 führte Instagram Werbemöglichkeiten für ausgewählte Marken ein.
  - ▶ Diese Funktion wurde ab September 2015 für alle ausgeweitet.

# Instagram Plattform







# Durchschnittliche Instagram User\*in

- ▶ ist unter 35 Jahre alt
- ▶ folgt ca. 353 Accounts
- ▶ verbringt durchschnittlich 60 Minuten am Tag auf der Plattform
- ▶ checkt den Newsfeed/Stories 15-20-Mal pro Tag

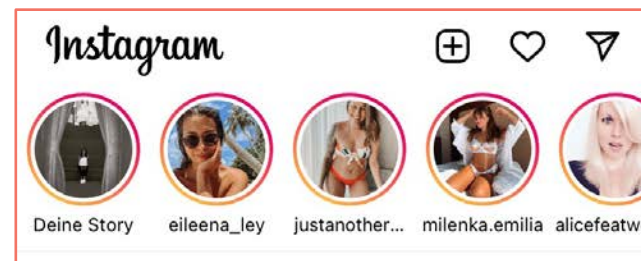


# Instagram Storys

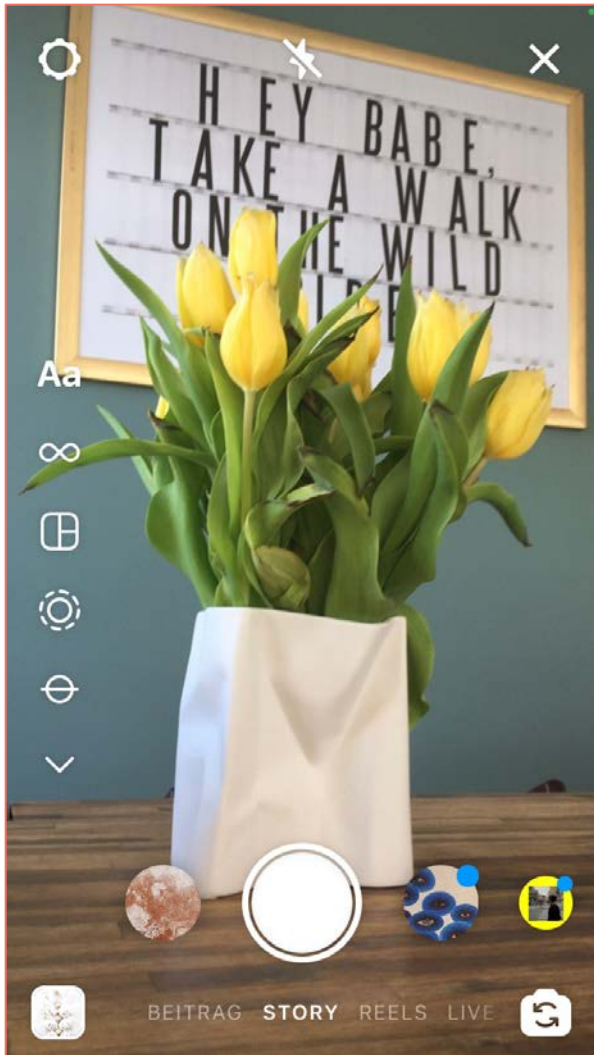
- ▶ Funktion seit 2. August 2016
- ▶ 500 Millionen tägliche Nutzer\*innen
- ▶ Durchschnittlich 3,3 Storys pro Tag/User
- ▶ Ca. jeder fünfte Follower wird durch eine Story erreicht

# Instagram Storys

- ▶ Funktion, mit der eine „Slideshow“ von Fotos, Videos, Textinhalten und vielem mehr erstellt werden kann
- ▶ Die „Geschichten“ erscheinen nicht im regulären Instagram-Feed, sondern über dem Newsfeed
- ▶ Nach 24 Stunden verschwinden die Bilder der Slideshow automatisch
- ▶ Features wie Sticker, Schriftzüge, Filter, Umfragen, Countdowns Frage-Buttons etc.
- ▶ Gesichts- und Geofilter (ähnlich wie bei Snapchat)











# Instagram

## IGTV – Instagram TV



- ▶ Instagrams Videofunktion, die Videos, die länger als 60 Sekunden sind, posten lässt
- ▶ Ähnlich wie bei YouTube ist IGTV ein Videoportal, auf dem sich Nutzer\*innen eigene Kanäle anlegen können
- ▶ Der Zugriff erfolgt über die dafür vorgesehene App oder über den Button im Feed
- ▶ Die Videos lassen sich, wie normale Posts, mit einem Titel und einer Beschreibung ausstatten
- ▶ Der Unterschied zu Instagram-Videos besteht hauptsächlich in der (maximalen) Länge von 10 Minuten



# Instagram Live

- ▶ Seit Frühjahr 2017
- ▶ Maximale Dauer eines Livestreams: 1 Stunde pro LiveSession.
- ▶ Während der Übertragung können User\*innen das Video kommentieren und Liken
  - ▶ Kommentare können für alle sichtbar abgedreht oder oben im Video angezeigt werden
- ▶ Live-Videos können von Nutzer\*innen weltweit angesehen werden, sofern der Account nicht auf „privat“ gestellt ist
- ▶ Instagram sendet an einige Follower Notifications, wenn ein Account live geht
- ▶ Livestreams sind Teil der Instagram Storys, d. h. nachdem sie abgespielt wurden, kann das Video zur Story hinzugefügt werden
- ▶ Während des Streams können Freunde/Influencer in das Video einsteigen.

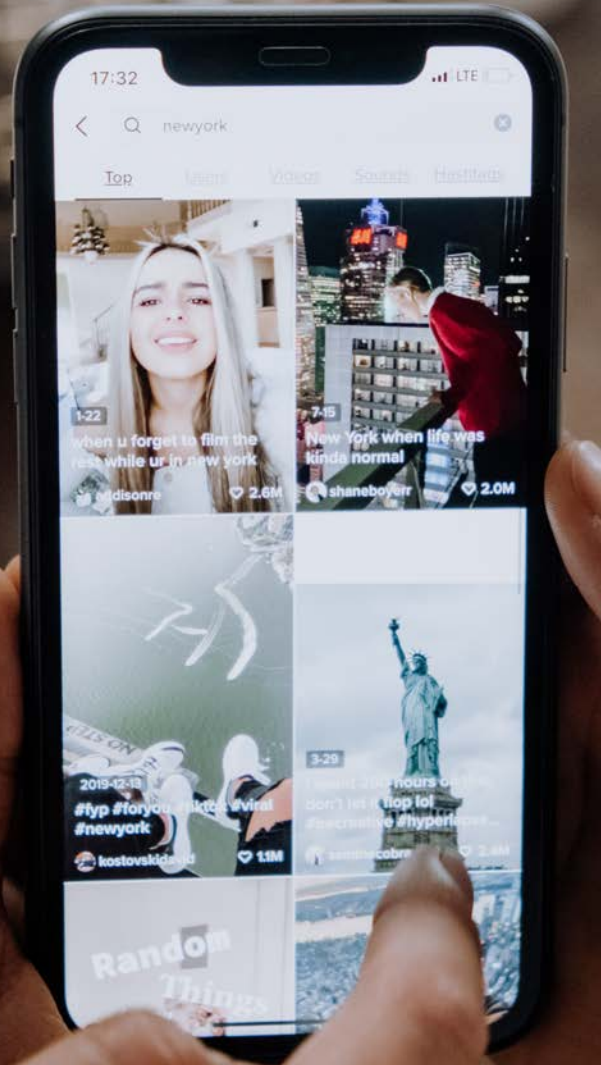
# Instagram Reels



- ▶ Feature seit dem Frühjahr 2020
- ▶ Lustige und unterhaltsame Shortclips
  - ▶ In der Regel 10 Sekunden lang.
    - Seit neustem bis zu 60 Sekunden lang.
  - ▶ Das Feature basiert auf der Struktur der chinesischen App TikTok.
  - ▶ Diese Videooption liegt neben der Story- und Live-Kamerafunktion, welche mit nach rechts wischen beim Newsfeed geöffnet wird.
  - ▶ Den Videos können kreative Effekte, Sticker, Musik und Texte beigefügt werden.
    - Keine eigene Musik hochladen, sondern die vorhandene Bibliothek verwenden.
    - Nur bestimmte Accounts können alle Musikstücke verwenden.

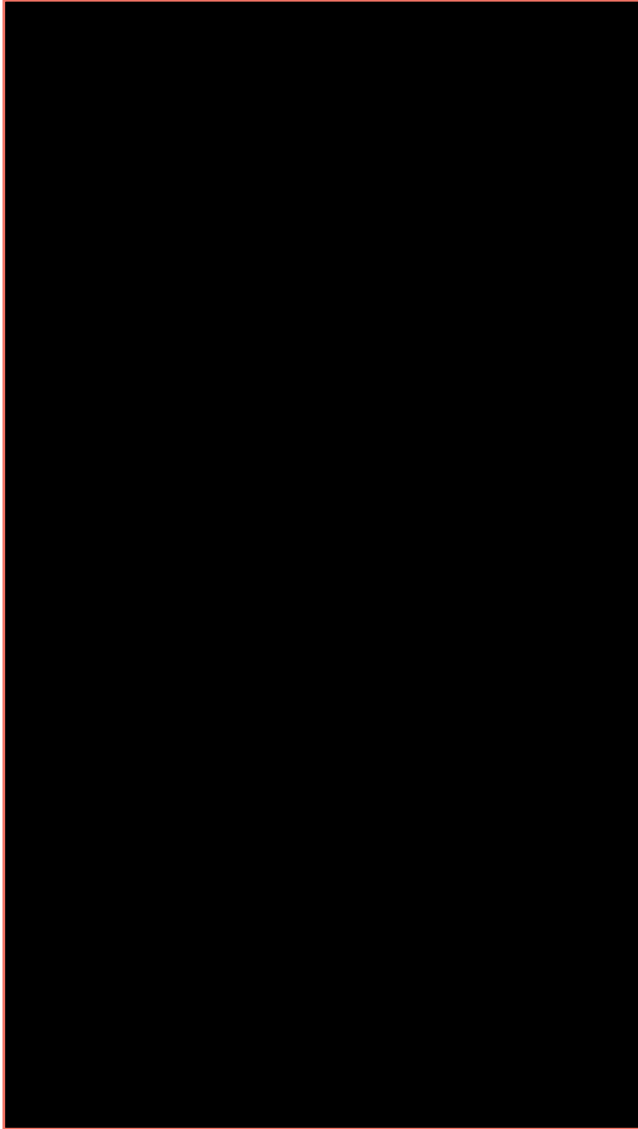


# Instagram Reels



- ▶ Feature seit dem Frühjahr 2020
- ▶ Lustige und unterhaltsame Shortclips
  - ▶ In der Regel 10 Sekunden lang.
    - Seit neustem bis zu 60 Sekunden lang.
  - ▶ Das Feature basiert auf der Struktur der chinesischen App TikTok.
  - ▶ Diese Videooption liegt neben der Story- und Live-Kamerafunktion, welche mit nach rechts wischen beim Newsfeed geöffnet wird.
  - ▶ Den Videos können kreative Effekte, Sticker, Musik und Texte beigefügt werden.
    - Keine eigene Musik hochladen, sondern die vorhandene Bibliothek verwenden.
    - Nur bestimmte Accounts können alle Musikstücke verwenden.





# Tipps, Tricks & Facts

## Instagram Posts



- ▶ Quality photo is king
  - ▶ Instagram ist eine visuelle Plattform
  - ▶ Die Qualität der Fotos ist zu 80 % der wichtigste Faktor
- ▶ Posting-Text
  - ▶ Höchstens drei Zeilen Text = weniger ist mehr
  - ▶ Ca. 10 Hashtags
  - ▶ Call to action
  - ▶ Mehrwert für Nutzer\*innen (People buy from people they trust)
- ▶ Emoticons
  - ▶ Unbedingt verwenden, wenn passend
  - ▶ Posts mit Emoticons haben mehr Engagement.

# Tipps, Tricks & Facts

## Instagram Posts

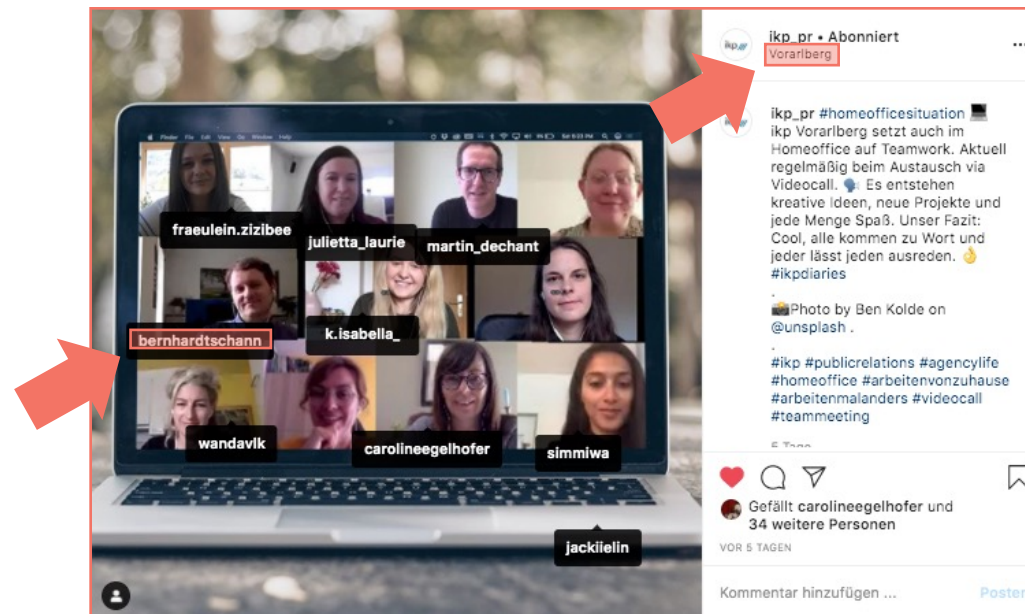
- ▶ Hashtags verstecken
  - Durch Absatz nach Postingtext mit Punkten
  - In den Kommentaren
- ▶ Post in Story
  - Mach die Follower durch einen Repost deines Beitrags in der Story auf einen neuen Beitrag aufmerksam



# Tipps, Tricks & Facts

## Instagram Posts

- ▶ Taggen
  - ▶ Orte
  - ▶ Personen durch @ im Beitrag UND auch auf dem Foto markieren
  - ▶ So wird die organische Reichweite um deren Follower und das Publikum vergrößert





# Tipps, Tricks & Facts Instagram Posts

- ▶ Bildsprache auf dem Profil
  - ▶ Einheitliche Bildsprache verwenden
  - ▶ Gleiche Filter über Bilder legen
  - ▶ Feed „clean“ und aufgeräumt halten
- ▶ Der erste Eindruck entscheidet, ob ein\*e Nutzer\*in den Account abonniert oder nicht



# Tipps, Tricks & Facts Instagram Posts

- ▶ Interaktion
  - Auf Kommentare antworten
- ▶ Regelmäßigkeit
  - Empfehlung: 1 Posting pro Tag zwischen 18 und 21 Uhr
- ▶ Features nutzen
  - Vor allem die Story-Features



# Tipps, Tricks & Facts Instagram Storys



- ▶ Struktur
  - Regelmäßigkeit
  - Jeden Tag gleich viel Storys posten
- ▶ Storytelling
  - Zusammenhänge sind wichtig → kein inhaltliches Durcheinander oder Themensprünge
  - Wiederholender Stil mit neuem Content
- ▶ Spannung
  - Follower neugierig machen
    - z. B. Rätsel erst in der nächsten Story auflösen
- ▶ Umfang
  - Eine Story sollte 3-5 Beiträge enthalten
  - 4-7 Storys pro Tag sollten genügen

# Tipps, Tricks & Facts

## Instagram Storys



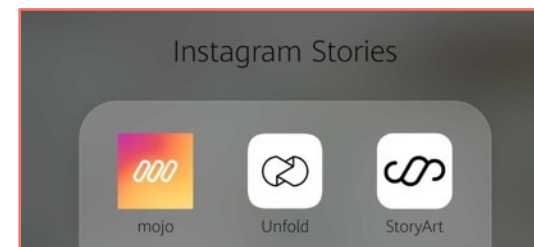
- ▶ Persönlichkeit
  - Gefühl von Nahbarkeit für Follower\*innen
  - Bleibe dir selbst treu und sei authentisch
- ▶ Business Account
  - Auswertung der Zahlen
    - wie viele haben die Story angeschaut, weggewischt etc.
  - Analyse
- ▶ Texte
  - Story so gestalten, dass auch ohne Ton klar ist, worum es geht
  - Bei gesprochenen Storys Text einfügen
- ▶ Design Hack
  - Gestalte deine Instagram-Story optisch ansprechend
    - GIFs, Hashtags etc.



# Tipps, Tricks & Facts

## Instagram Storys

- ▶ Sei kreativ
  - ▶ Je kreativer, aufregender und origineller die Story, desto besser performed sie
- ▶ Nutze die Features, die Instagram bereitstellt
- ▶ Kreiere einen eigenen Filter und GIFs/Sticker für deine Kampagne
- ▶ Interaktion mit den Usern
- ▶ Layout-Tools
  - ▶ z. B. Mojo, Unfold, Story Art





# Jugend-Kanal

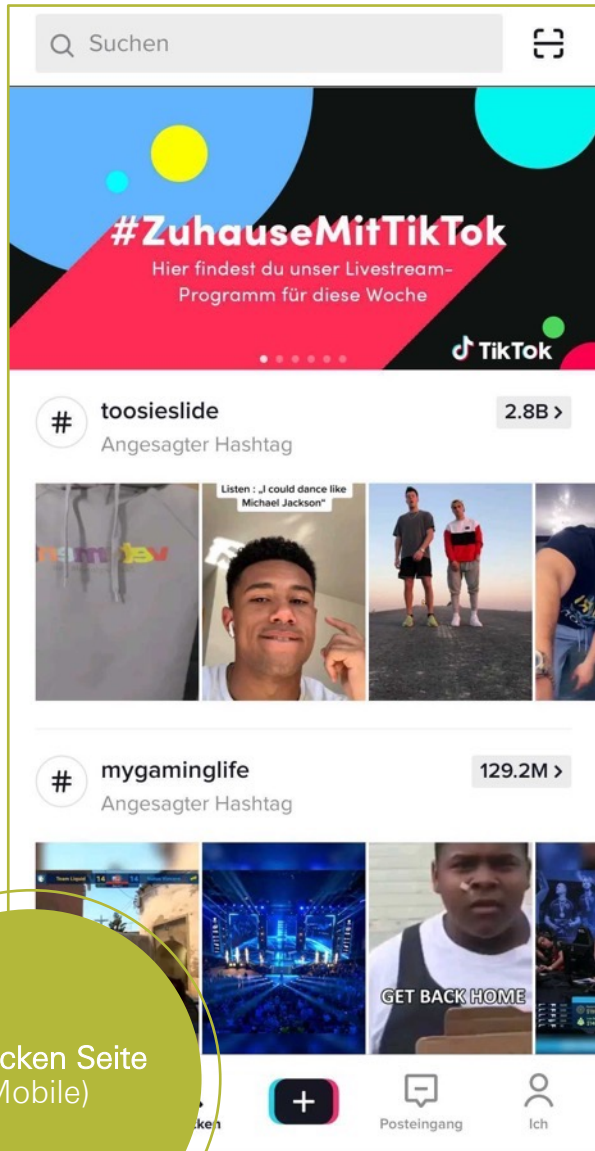
## TikTok

### Facts & Figures

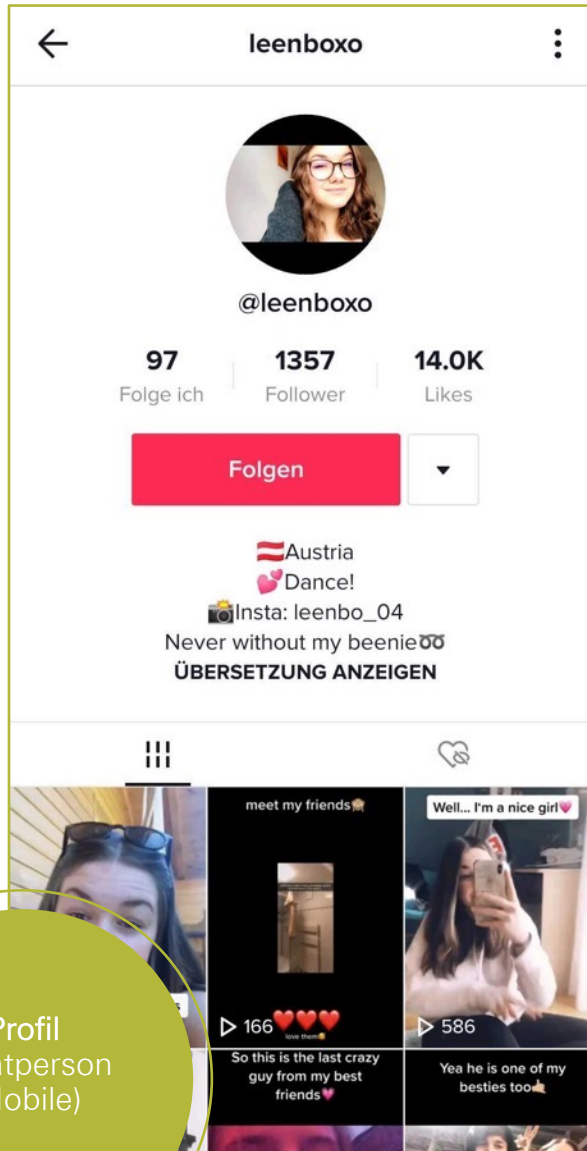
- ▶ TikTok ist seit 2018 das am schnellsten wachsende Social-Media-Netzwerk.
- ▶ 2019 war TikTok die am zweithäufigsten heruntergeladene App weltweit – Platz 1: WhatsApp.
- ▶ Downloads via iOS und Android Store 2019: 738 Millionen
- ▶ 300 Mio. monatlich aktive User/innen (weltweit, exklusive China)
- ▶ Die TikTok-App ist derzeit in 141 Ländern verfügbar.



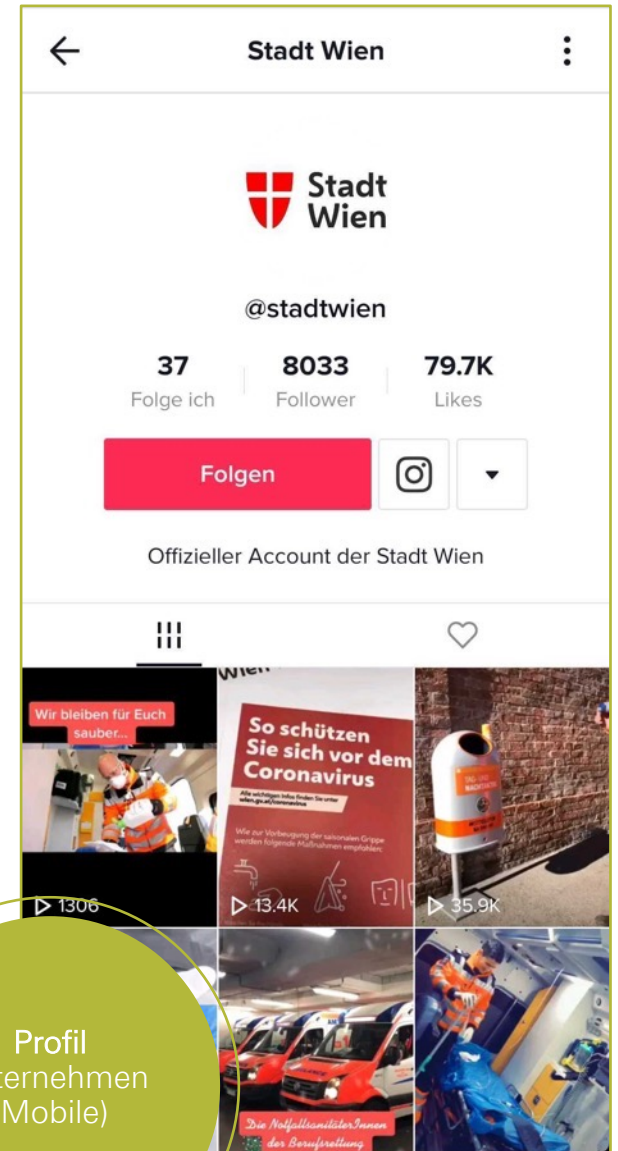




Entdecken Seite  
(Mobile)

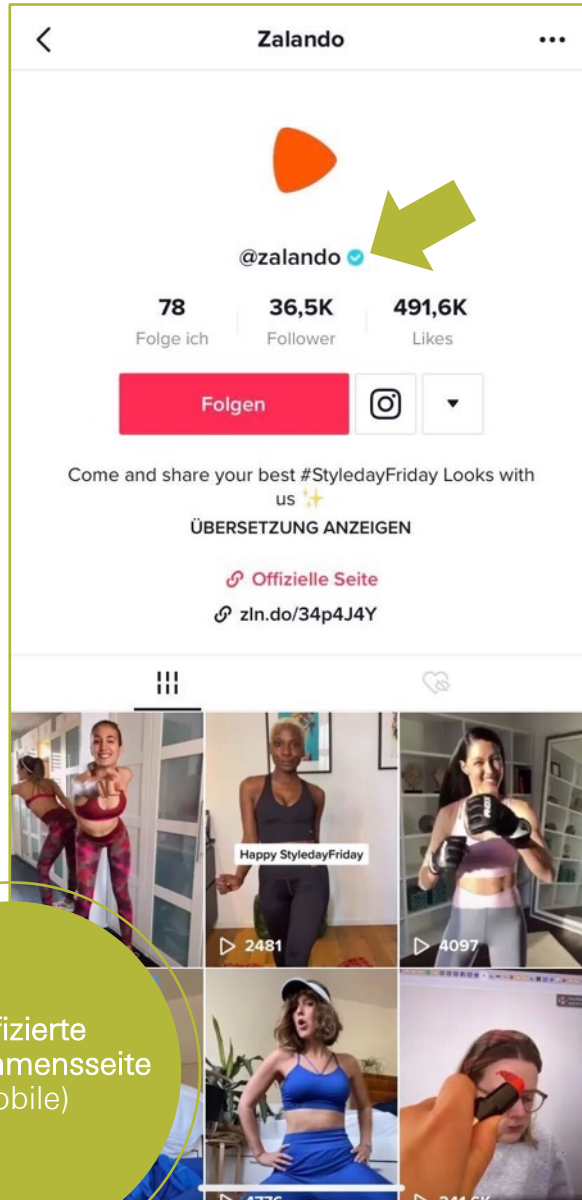


Profil  
Privatperson  
(Mobile)

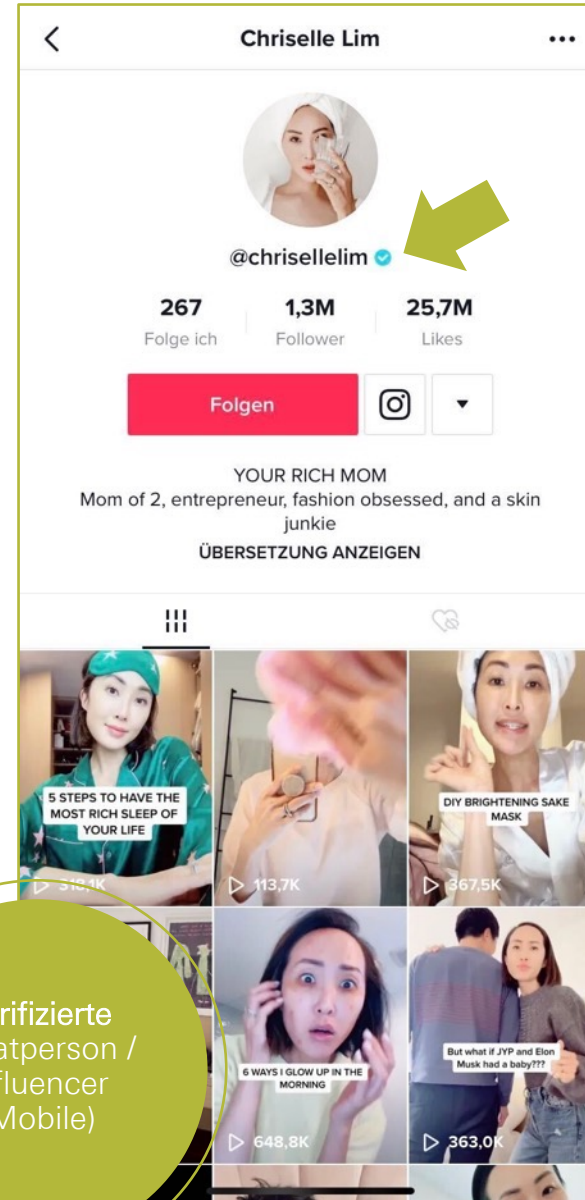


Profil  
Unternehmen  
(Mobile)





Verifizierte Unternehmensseite (Mobile)



Verifizierte Privatperson / Influencer (Mobile)

# TikTok Seiten

## „Folge ich“ vs. „Für dich“

- ▶ Der Home-Bereich ist in zwei Abschnitte unterteilt
  - ▶ „Für dich“- und „Folge ich“-Seite
- ▶ Die „Für dich“-Seite ist das Erste, womit du auf TikTok in Berührung kommst.
  - ▶ Noch bevor du dich registrieren musst oder bevor du den ersten Content Creators aktiv folgst, landest du in diesem Bereich und damit bereits bei den ersten Videos



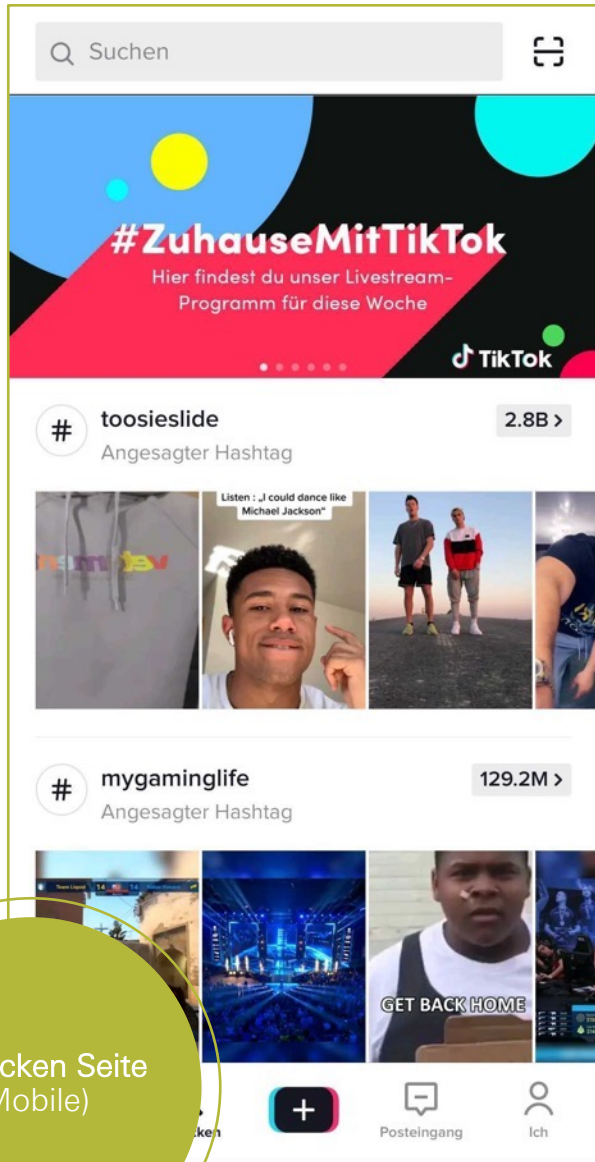
# TikTok Seiten

## „Folge ich“ vs. „Für dich“

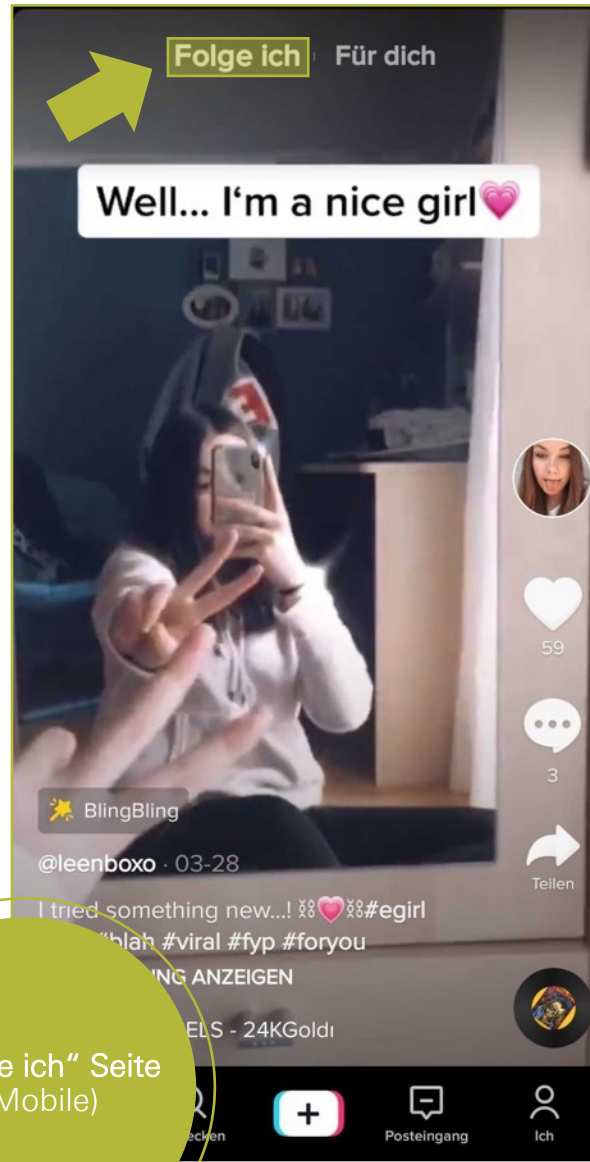
- ▶ TikTok zeigt seinen User/innen „automatisch“ neue Inhalte an.
  - ▶ Während man bei Instagram dafür erst proaktiv auf die Entdecken-Seite klicken muss
  - ▶ Auch TikTok hat eine Entdecken-Seite: Hier findest du die neuesten Trends und Hashtag-Challenges. Diese Auswahl variiert je nach Land des Users.



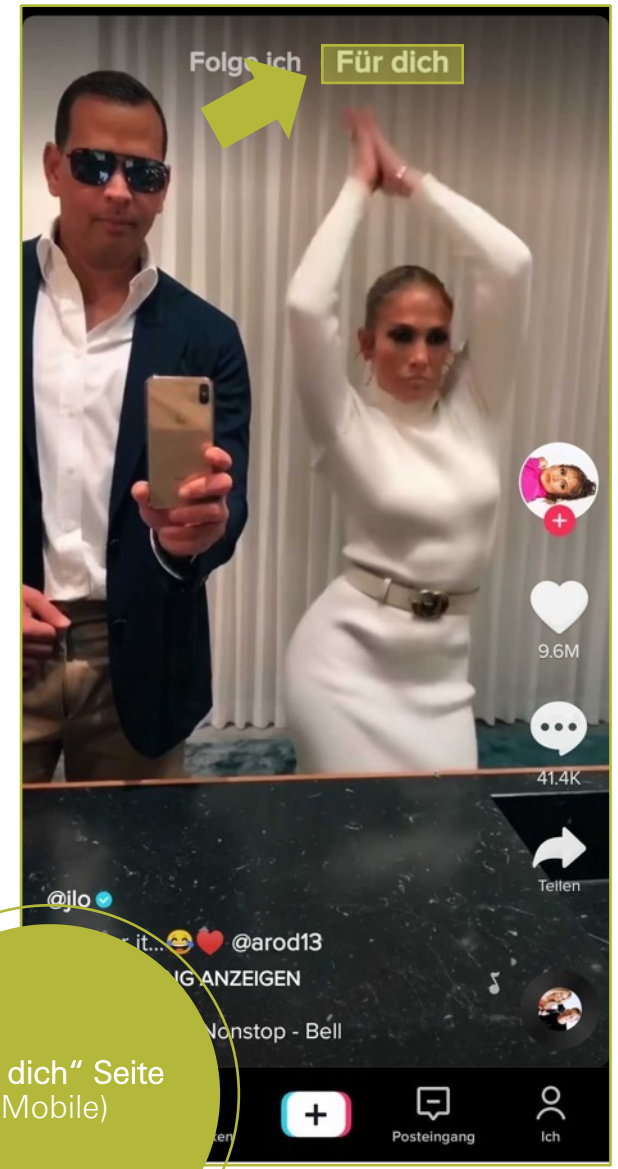




Entdecken Seite  
(Mobile)



"Folge ich" Seite  
(Mobile)



"Für dich" Seite  
(Mobile)



# Der/die durchschnittliche TikTok User/in

- ▶ Ist 16-24 Jahre alt mehr weibliche User\*innen
- ▶ Öffnet die App 10 Mal täglich
- ▶ Verbringt durchschnittlich 50 Minuten am Tag mit TikTok



# Tipps, Tricks & Facts

## TikToks



- ▶ Speichern & Teilen (Call to Action)
  - ▶ Das Speichern und Teilen deines Contents wird vom Algorithmus besonders hoch eingestuft – höher als das klassische Engagement (Liken und Kommentieren).
    - Beeinflussen kann man das Speichern allerdings nur schwer.
  - ▶ Von einem direkten Aufruf „Bitte speichere mein Video!“ oder „Teilt das Video mit xyz!“ raten wir ab.
  - ▶ Aber: Das Teilen eines Videos kann man indirekt beeinflussen.
    - „Wen kennt ihr, der immer zu spät kommt?“ → Fragen wie diese, bringen den/die User/in zum Nachdenken und animieren eventuell dazu mit der Person, die ihm/ihr einfällt, zu teilen.
- ▶ Lokalität
  - ▶ Der Faktor spielt auf TikTok eine deutlich größere Rolle als auf anderen Plattformen.
  - ▶ Das stark regionale Ausspielen ist vor allem für kleinere und lokal angesiedelte Content Creator und Influencer interessant.

# Tipps, Tricks & Facts

## TikToks



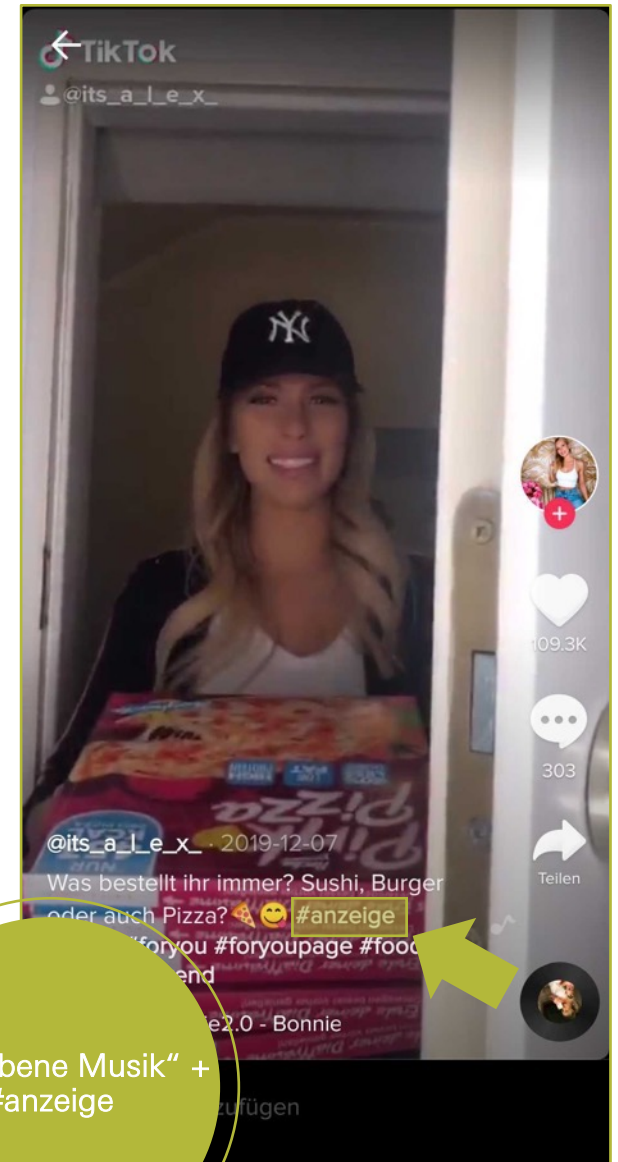
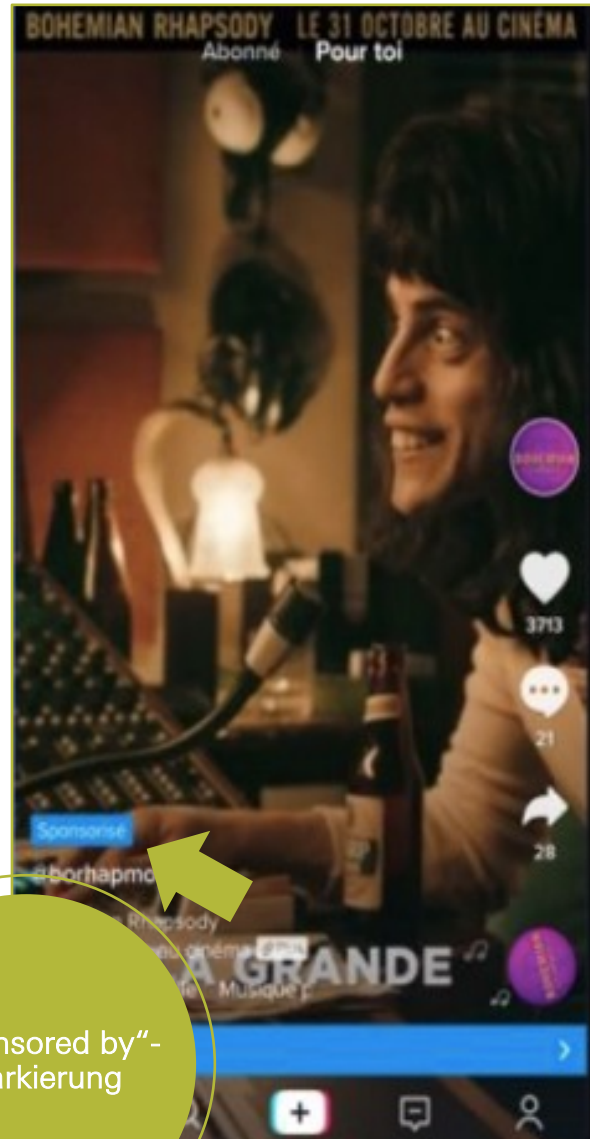
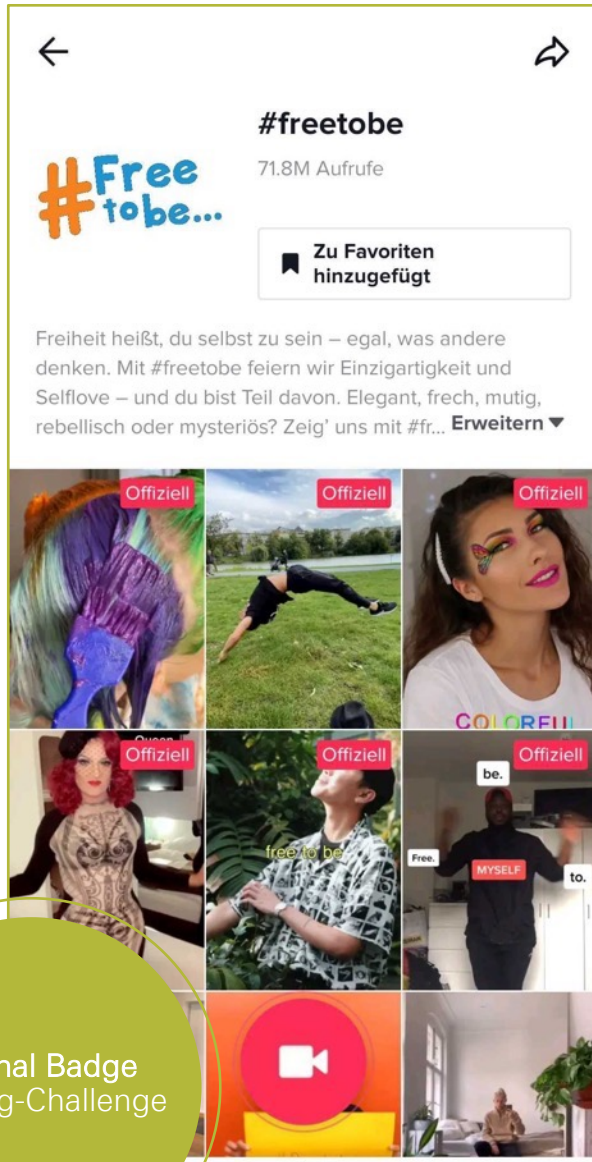
- ▶ Trendige Spezialeffekte, Audiotracks und Hashtags
  - ▶ Wenig überraschend: Social Media-Plattformen mögen es, wenn die von ihnen angebotenen Features häufig verwendet werden.
  - ▶ Der Algorithmus favorisiert
    - Videos, welche die zahlreichen angebotenen Spezialeffekte verwenden → [Falco Punch](#)
    - Videos in denen trendige Audiotracks (laut den Trendangaben in der App) benutzt werden
    - Videos, welche die von TikTok promoteten, Hashtags benutzen

# TikTok Challenges

## Hashtags

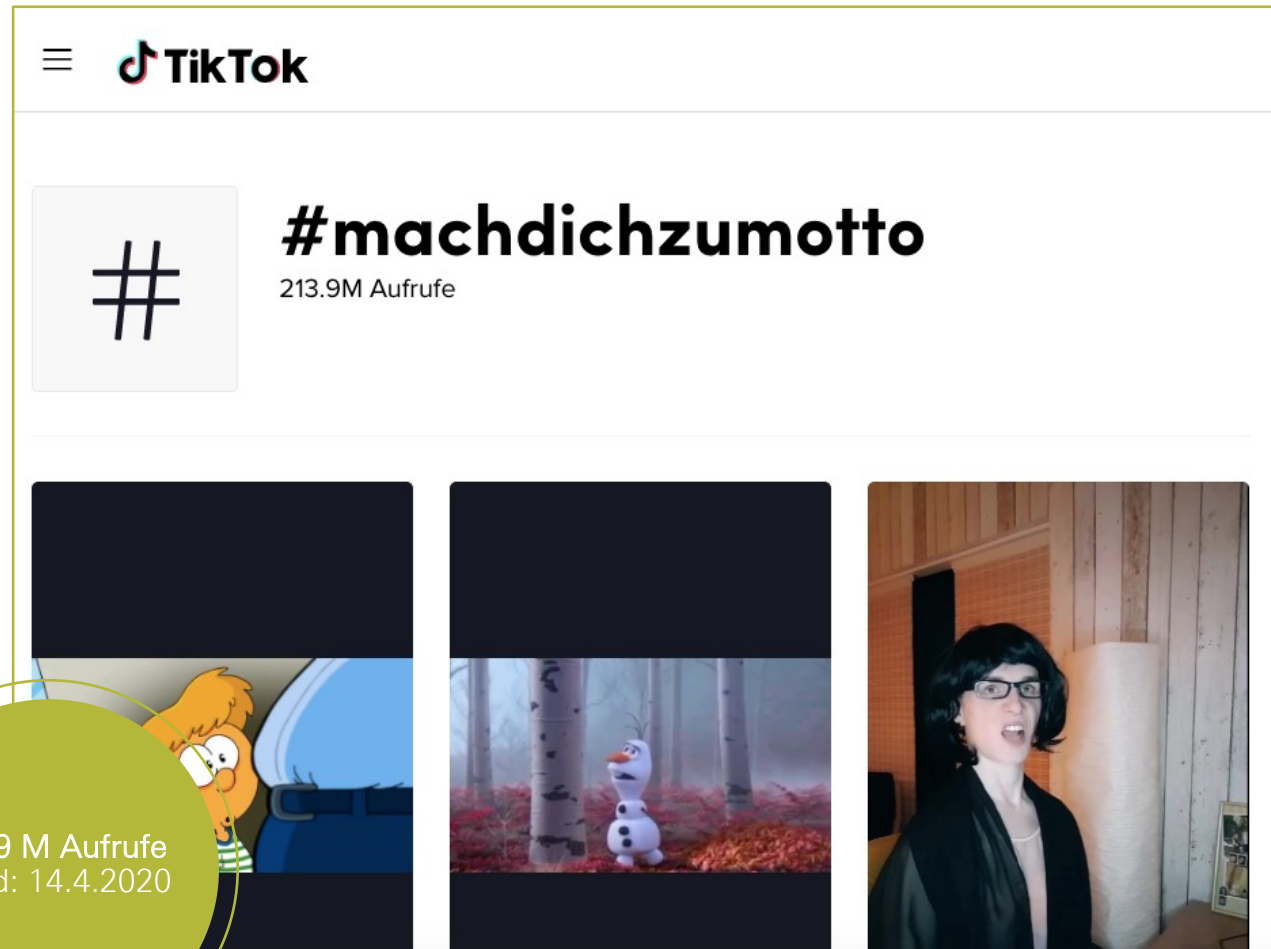
- ▶ Unter einem bestimmten Hashtag (#) wird eine Challenge kreiert.
  - ▶ Challenge bedeutet, dass jede/r User/in diese „Herausforderung annehmen“ kann, indem er oder sie selbst ein Video unter besagtem Hashtag dreht und veröffentlicht.
  - ▶ Ebenso kann jede/r User/in oder jede Brand eine neue Challenge ins Leben rufen.
- ▶ Hashtag-Challenges erhöhen die Chancen, mit deinen Videos viral zu gehen.
  - ▶ Es ist ratsam, vor allem zu Beginn daran teilzunehmen.
- ▶ TikTok belohnt diejenigen, die an Hashtag-Challenges teilnehmen oder sie kreieren.
- ▶ Es ist gut möglich, dass diese sogar gefeared werden.





# TikTok Hashtag-Challenges

## Well Done!



213,9 M Aufrufe  
Stand: 14.4.2020

# TikTok Hashtag-Challenges

## Well Done!



☰ TikTok

## #freetobe

71M Aufrufe

Freiheit heißt, du selbst zu sein – egal, was andere denken. Mit #freetobe feiern wir Einzigartigkeit und Selflove – und du bist Teil davon. Elegant, frech, mutig, rebellisch oder mysteriös? Zeig' uns mit #freetobe, wer du bist und was dich ausmacht. Inspiriere die Community und werde Teil des Movements

Offiziell

Offiziell

Offiziell

71 M Aufrufe  
Stand: 14.4.2020



# TikTok

## Interaktionen

- ▶ Mit Interaktionen zeigst du deinen Follower/innen, dass du dich für sie interessierst bzw. dass du Teil von ihnen bist.
- ▶ Ohne eine große und treue Anzahl an Follower/innen, gelingt es nicht von der Reichweite zu leben.
- ▶ Follower/innen bilden die Basis für die Reichweite, die monetarisiert werden kann.
- ▶ Interaktion ist genauso wichtig wie das Posten selbst.





# Themen für Content

# Themenspeicher

## Social Media

- ▶ Mitglieder vor den Vorhang
- ▶ Ein Tag als Musikant\*in
- ▶ Instrumente
- ▶ Wusstest du schon, dass ...
  - ▶ Fakten
  - ▶ Zahlen
  - ▶ Daten
- ▶ Erfolge
- ▶ Auftritte & Events
  - ▶ Konzerte
  - ▶ Geburtstage
- ▶ Feiertage



# Themenspeicher Social Media

- ▶ Geschichten und Wissen vermitteln
- ▶ Ausflüge
- ▶ Lustige Geschichten
- ▶ Proben
- ▶ Umfragen zu neuen Musikstücken
- ▶ Trends / Challenge
- ▶ Reposts
- ▶ Videos
  - Story
  - Reels



# Inspiration Postings

## Start in das Wochenende

- ▶ Super Foto
- ▶ Personen markiert
- ▶ Kurzer knackiger Text
- ▶ Ort markiert
- ▶ Hashtags verwendet
- ▶ Emojis verwendet





# Inspiration Postings

## Challenges/Trends

- ▶ Super Foto
- ▶ Personen markiert
- ▶ Bei Trends oder Challenge mitwirken
- ▶ Ort markiert
- ▶ Hashtags verwendet
- ▶ Weitere Vereine getagged



# Inspiration Postings

## Einblicke

- ▶ Ausflug: Jungmusik
- ▶ Lässiges Foto
- ▶ Personen markiert
- ▶ Ort verlinkt
- ▶ Hashtags verwendet
- ▶ Emojis verwendet



# Inspiration Postings

## #wiederda

- ▶ Zurück aus der Corona Pause
- ▶ Gesamter Verein zeigen
- ▶ Instrumente und Vielfalt
- ▶ Ort verlinkt
- ▶ Emojis verwendet





# Inspiration Postings

## Feiertage

- ▶ Tag der Blasmusik
- ▶ Musiker\*innen in Aktion
- ▶ Ort verlinkt
- ▶ Emojis verwendet
- ▶ Personen markiert





# Inspiration Postings

## Mitglieder

- ▶ Hochzeit
- ▶ Viele Fotos
- ▶ Personen und Mitglieder zeigen
- ▶ Sehr schöner Text
- ▶ Personen markiert
- ▶ Emojis verwendet



# Inspiration Postings

## Events und Konzerte

- ▶ Sujet für Events
- ▶ Informativer Text
- ▶ Personen markiert
- ▶ Emojis verwendet
- ▶ Hashtags



**Platzkonzert**  
Bürgermusik Silbertal

📅 Samstag 21. August  
🕒 14:00 Uhr

📍 Gasthaus Fellimännle  
☀️ - nur bei guter Witterung -

**buergermusik\_silb** • Abonnieren  
Silbertal, Vorarlberg, Austria

**buergermusik\_silbertal** Es isch bald sowiet.... üser alljährliches Platzkonzert im Fellimännle stohr vor dr Tür 🥰 Egal ob drs met nra Wanderung öbern Kristberg, oder met ma gmütliche Spaziargang vom Tal us kombiniaran, kann vorbei ga losna! Hervorragendes Essa und kaltes Biar sen garantiart 😊 Bis Samstag in aller Frische, Euri Taler Musig 💙

#talermusig #blasmusik  
#makeblasmusikgreatagain #konzert  
#platzkonzert #samstag #kultur  
#meinmontafon #montafon  
#vorarlberg #freudezurmusik  
#einlebenlang #wirmusikanten

9 Wo.

👍🗨️📌

👤 Gefällt diegsibergerin und 64 weitere Personen

15. AUGUST

😊 Kommentar hinzufügen ... **Posten**

# Inspiration Postings

## Events und Konzerte

- ▶ Personen zeigen
- ▶ Emojis verwendet
- ▶ Viele Fotos
- ▶ Hashtags
- ▶ Mitglieder markiert
- ▶ Ort verlinkt





# Inspiration Videos

Events und Konzerte





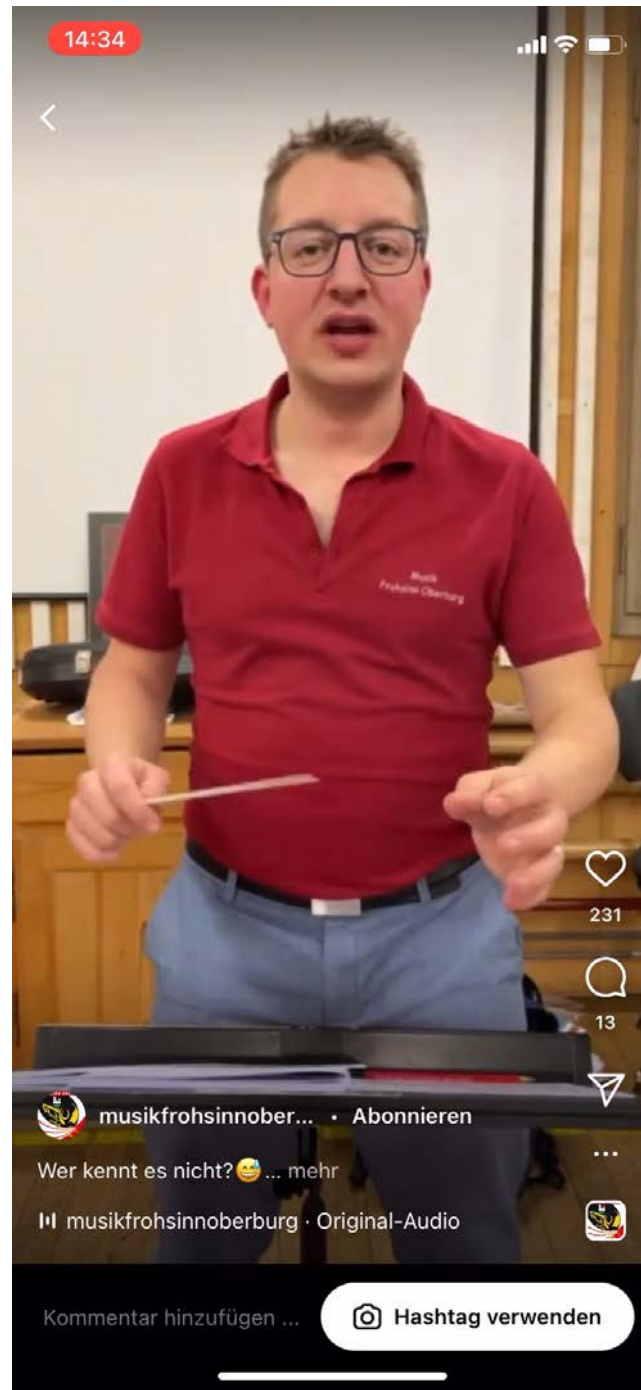
# Inspiration Videos

Feier- & Festtage




# Inspiration Videos

Humor und Witz











# Beispiele TikTok / Reels

 **erpfenhauserdorfmusikant** ...  
Erpfenhauser Dorfmusikanten  
[Folgen](#)

10 Folge ich 5422 Follower 79.5K Likes  
Großartige Blasmusik in minimalistischer Form 🍷🔥🍷 „Zschn“ out now 🍷  
[open.spotify.com/artist/5SaM...](https://open.spotify.com/artist/5SaM...)

Videos [Gefällt](#)

 <p><b>Radler?</b> ▶ 1648</p>	 <p><b>Löffel-Polka</b> ▶ 2018</p>	 <p><b>Nebel</b> ▶ 2122</p>
 <p><b>Bierkühler</b> ▶ 644.1K Mit wem würdest du</p>	 <p><b>Bierkühler</b> ▶ 14.7K</p>	 <p><b>Wir können auch anders</b> ▶ 8019</p>

TikTok  
@martinwambach



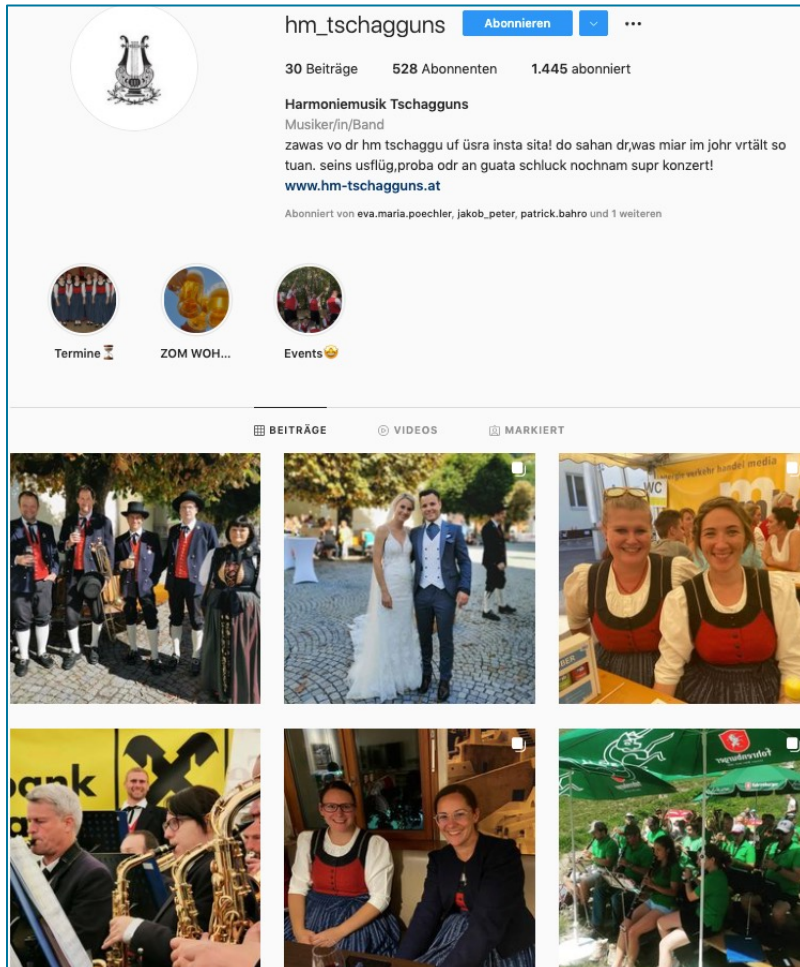
MUSIKANTEN-MODUS  
Musikanten  
Challenge

TikTok  
@sir.philipp.kapfer



Lieder, die auf  
Dorffesten nicht fehlen  
dürfen

# Beispiele Instagram



hm\_tschagguns Abonnieren ▼ ⋮

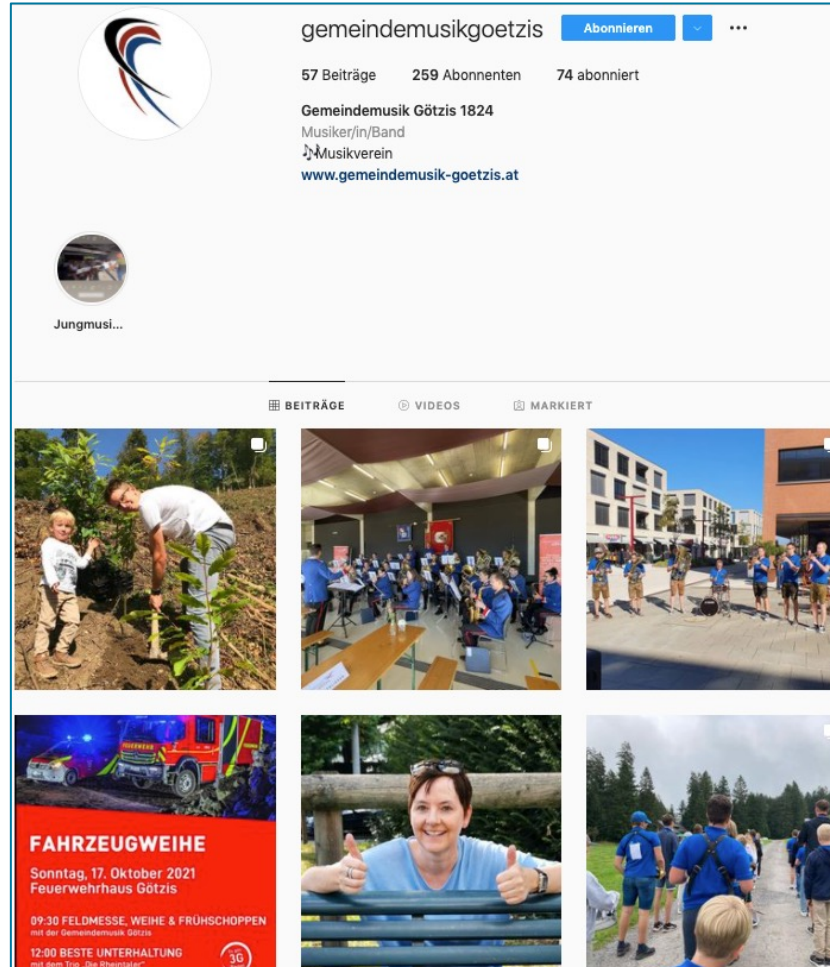

30 Beiträge 528 Abonnenten 1.445 abonniert

**Harmoniemusik Tschagguns**  
Musiker/in/Band  
zawas vo dr hm tschaggu uf üsra insta sita! do sahan dr,was miar im johr vrtält so tuan. seins usflüg,proba odr an guata schluck nochnam supr konzert!  
[www.hm-tschagguns.at](http://www.hm-tschagguns.at)

Abonniert von eva.maria.poechler, jakob.peter, patrick.bahro und 1 weiteren

Termine ZOM WOH... Events

BEITRÄGE VIDEOS MARKIERT



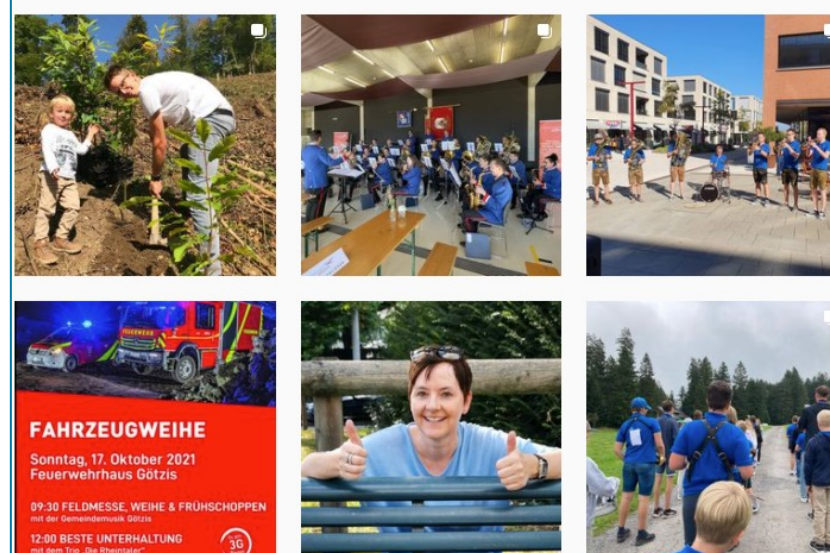
gemeindemusikgoetzis Abonnieren ▼ ⋮

57 Beiträge 259 Abonnenten 74 abonniert

**Gemeindemusik Götzis 1824**  
Musiker/in/Band  
Musikverein  
[www.gemeindemusik-goetzis.at](http://www.gemeindemusik-goetzis.at)

Jungmusi...

BEITRÄGE VIDEOS MARKIERT



Harmoniemusik  
Tschagguns  
▸ 528 Abonnenten

Harmoniemusik  
Bartholomäberg  
▸ 259 Abonnenten



# Beispiele Instagram

**Bürgermusik Silbertal**  
#talermusikg

**buergermusik\_silbertal** Abonnieren

45 Beiträge 1.679 Abonnenten 2.804 abonniert

**Bürgermusik Silbertal**  
Musiker/in/Band  
SILBERTAL IM MONTAFON  
[www.bm-silbertal.at](http://www.bm-silbertal.at)  
Abonniert von nicoontour, korinna\_ganahl, wachter.andreas und 7 weiteren

Umfragen, Zamma u Gaudi ho, Termine

BEITRÄGE VIDEOS MARKIERT

Grid of 6 posts: wedding photo, musician playing, woman at table, Platzkonzert (Aug 28), three women in traditional dress, Platzkonzert (Aug 21).

**baerger\_musik** Abonnieren

62 Beiträge 547 Abonnenten 507 abonniert

**Harmoniemusik Bartholomäberg**  
Musiker/in/Band  
Seit 1928  
Sonnenbalkon des Montafons  
49 Musikanten  
[youtu.be/4-Mstx7RXAU](https://youtu.be/4-Mstx7RXAU)  
Abonniert von korinna\_ganahl, wachter.andreas, nataliedonz und 3 weiteren

Ofweg, Ätz gomr [...], Ruassiga ..., Ruaßiga Fr...

BEITRÄGE VIDEOS MARKIERT

Grid of 6 posts: band playing outdoors, band on path, Fröhschoppen ABGESAGT, band playing outdoors, Polaroid photos, woman in traditional dress.

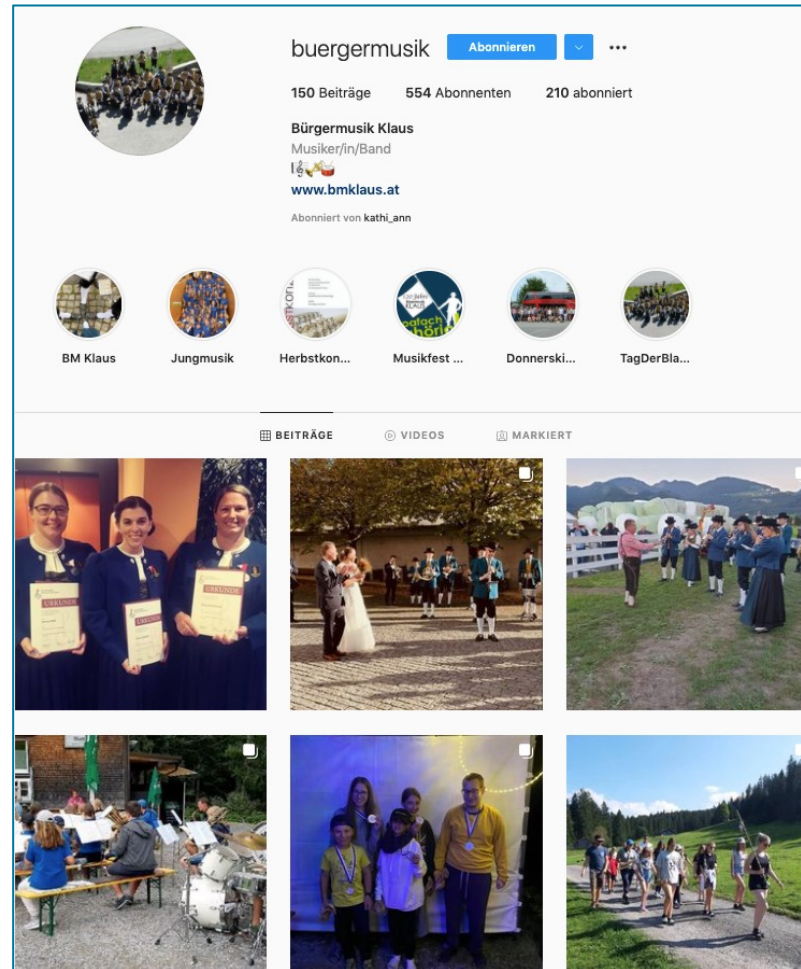
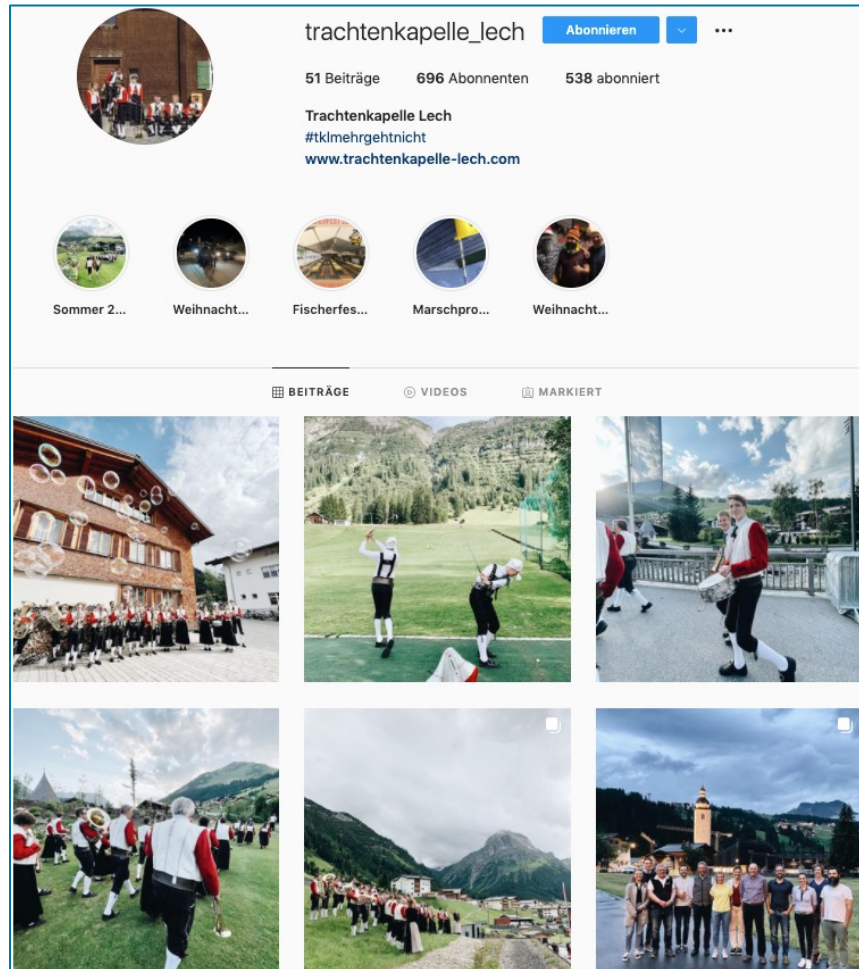
Bürgermusik Silbertal

▸ 1.679 Abonnenten

Harmoniemusik  
Bartholomäberg

▸ 547 Abonnenten

# Beispiele Instagram



Trachtenkapelle Lech

▸ 696 Abonnenten

Bürgermusik Klaus

▸ 554 Abonnenten





# Foto & Video



# Guideline

## Social Media Foto & Film

- ▶ Tipps, Tricks & Facts für Fotos
- ▶ Well done & try again



A vintage Canon camera is positioned on a sandy beach in the foreground. In the background, the wooden legs of a pier extend into the water under a clear sky. The overall scene is bright and scenic.

# Tipps & Tricks für Social-Media-Fotos

## ▶ Qualität

- ▶ Smartphone-Bilder in höchster Qualität reichen aus.
- ▶ Möglichst hohe Auflösung der Bilder.
  - (ideal 72 dpi, mindestens 404 x 404).

## ▶ Belichtung

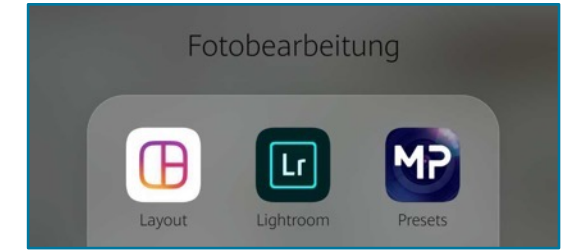
- ▶ Nicht gegen das Licht, sondern mit dem Licht fotografieren.
- ▶ So viel Licht wie möglich im Raum einschalten.

## ▶ Posing

- ▶ Personen vorteilhaft darstellen (von oben etc.)
- ▶ Gestellte Positionen sind oft sinnvoller
- ▶ Keine „Passfotos“, fröhliche Gesichter
- ▶ Gruppenfotos – nicht mehr als 3-4 Personen
  - Ausnahme Großgruppe

## ▶ Ziel fokussieren & scharf stellen

# Tipps & Tricks für Social-Media-Fotos



- ▶ Format
  - ▶ Hoch- oder Querformat – eure Entscheidung. Aber daran festhalten
- ▶ Look
  - ▶ Auf Kleidung und Hintergrund achten
    - Keine Muster (kleinkariert, gestreift, gepunktet etc.)
- ▶ Anzahl
  - ▶ Mehrere Foto schießen und anschließend auswählen
- ▶ Bearbeitung
  - ▶ Bilder immer bearbeiten
  - ▶ Immer denselben Filter und Stil verwenden
    - AdobeLightroom, Facebook, Instagram Layout, Instagram etc.
- ▶ Freigabe der Fotografierten einholen
- ▶ Handykamera verwenden (z.B. nicht Instagram-Kamera)



# Tipps & Tricks für Webvideos

- ▶ Qualität (meist voreingestellt bei den neuen Smartphones)
  - ▶ HD-Qualität (1920 x 1080)
  - ▶ MOV- oder MP4-Format
  - ▶ Eine Bildrate von maximal 30 Bildern/Sekunde
  - ▶ Stereoton mit 44.100 Hz
- ▶ Belichtung
  - ▶ Nicht gegen das Licht filmen oder das Licht zu sehr im Rücken
  - ▶ Speziell, wenn eine Person gefilmt wird, denn diese wird so die ganze Zeit geblendet
- ▶ Anzahl & Menge
  - ▶ Je nach Verwendung bzw. ob ein Schnitt gemacht wird
  - ▶ Videos kürzer als 120 Minuten und kleiner als 4 GB



# Tipps & Tricks für Webvideos

## ▶ Format

### ▶ Querformat

- 16:9 YouTube, Facebook (vgl. Fernseher)

### ▶ Quadratisch

- 1:1 Instagram

### ▶ Hochformat

- 4:5 / 9:16 Instagram TV
- 9:16 Snapchat-, Instagram- und Facebook Storys (Smartphone Hochformat)

## ▶ Saubere Linse

- ▶ Klingt logisch, wird trotzdem oft vergessen





# Tipps & Tricks für Webvideos

- ▶ Kulisse, Hintergrund & Look
  - ▶ Auf Kleidung und Hintergrund achten
    - Keine Muster (kleinkariert, gestreift, gepunktet etc.)
  - ▶ Keinen zu aufgeregt/komplexen/unruhigen Hintergrund wählen
  - ▶ Sich bewegende Objekte können schnell störend wirken. Darf schön oder spannend sein, besser nicht in der Putzkammer
- ▶ Bearbeitung
  - ▶ Zumindest den Anfang und das Ende wegschneiden
    - Klappt auch prima am Smartphone
  - ▶ Mögliche Schnittprogramme
    - Microsoft Movie Maker, Apple iMovie, Adobe PremierePro
- ▶ Freigabe der im Video zu sehenden Personen einholen



# Tipps & Tricks für Webvideos







- ▶ Bewegung
  - ▶ Ruckartige oder schnelle Bewegungen sowie Schwenks vermeiden
    - Besonders beim Filmen mit dem Smartphone fallen Bewegungen später im Video unangenehm auf
  - ▶ Tipp: Auf Arm abstützen, gegen eine Wand lehnen und die Ellenbogen so dicht wie möglich am Körper halten
- ▶ Ton
  - ▶ Während dem Filmen mit dem Smartphone ist der Kameramann\*die Kamerafrau viel näher am integrierten Mikrofon. Reden und Lachen verkneifen!



# Tipps & Tricks für Webvideos

- ▶ Equipment
  - ▶ Externes Mikrofon und Gimbal sind in der Anschaffung nicht all zu teuer und verbessern die Qualität der Aufnahmen extrem
- ▶ Bildausschnitt
  - ▶ Nicht jeder Bildausschnitt eignet sich für jede Situation. Die richtige Mischung macht's. So wirkt das Video interessanter

# Tipps & Tricks für Webvideos

Mood	Einstellung	Beschreibung	Mood	Einstellung	Beschreibung
	<b>Totale</b>	Person in voller Größe sichtbar; viel Umgebung		<b>Close-Up</b>	Gesicht oder anderes Detail sichtbar; vermittelt Emotionen
	<b>Halbtotale</b>	Person ab der Hüfte sichtbar; Umgebung gut zu sehen		<b>Over Shoulder</b>	Ideal, um Gesprächssituationen darzustellen
	<b>Halbnah</b>	Personen ab der Brust sichtbar; Interview-Situation(en)		<b>Two Shot</b>	Zwei Personen gleichzeitig in der Halbnahen



# Webvideos Well done!



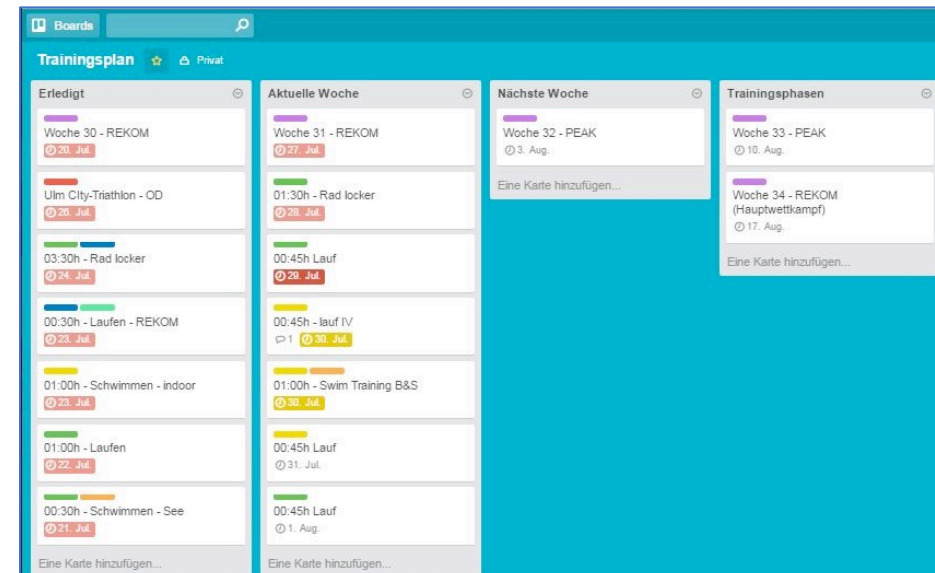


# Tools für bessere Postings

# Tool Trello

- ▶ Ein Tool für Projektplanung und Organisation
- ▶ Mit Kalender Redaktionsplanung im Blick behalten
- ▶ Bestens bei Abstimmungsprozessen im Unternehmen
- ▶ Einfach für Agenturen oder Partner-Firmen
- ▶ Es gibt eine gratis Version
- ▶ Bei monatlichem Abo gibt es noch mehr Möglichkeiten

▶ [Trello](#)





# Tool Bitly

- ▶ Onlinetool um URL's zu kürzen
- ▶ Super um lange Links zu verkürzen
- ▶ Kostenlos
- ▶ Vergleich
  - ▶ <https://www.ikp.at/ozapft-is-mal-anders-alkoholfrei-aber-prickeInd-ikp-vorarlberg-startet-workshops/>
  - ▶ <https://bit.ly/3lCollk>
- ▶ Links in Bio setzen (sieht schöner aus)
- ▶ Links in Facebook Posting einfügen
- ▶ [Bitly](#)

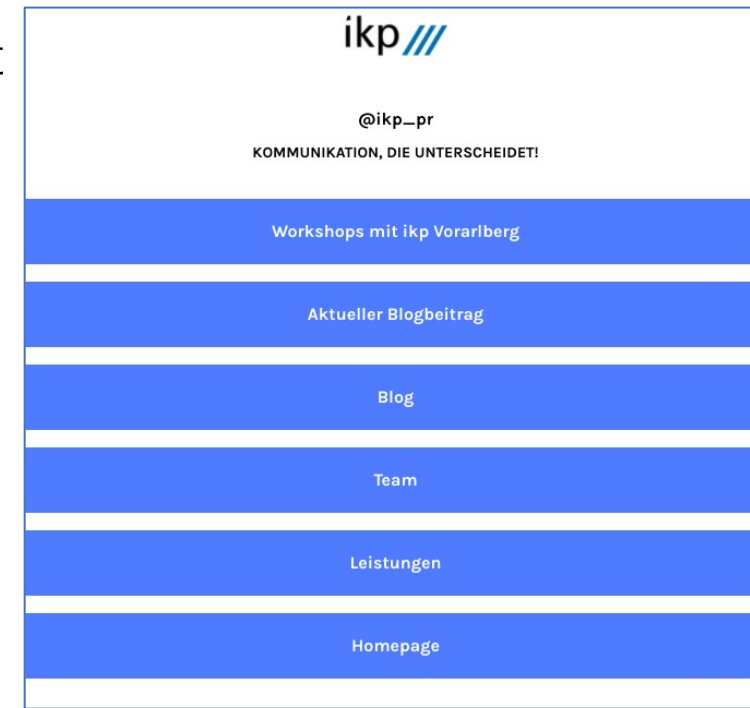


# Tool

## Linktr.ee

### Linktr.ee

- ▶ Ein Tool, mit dem man die 1-Link Regel auf Instagram umgehen kann
- ▶ Die App generiert eine separate Zielseite, auf der man unterschiedliche Links eintragen kann
- ▶ Der Link wird in der Instagram Bio hinterlegt
- ▶ So haben die Nutzer die Möglichkeit, auf mehrere Seiten des Unternehmens zu gelangen
- ▶ Kostenlos für einfache Nutzung
- ▶ [Linktree](#)



# App MOJO



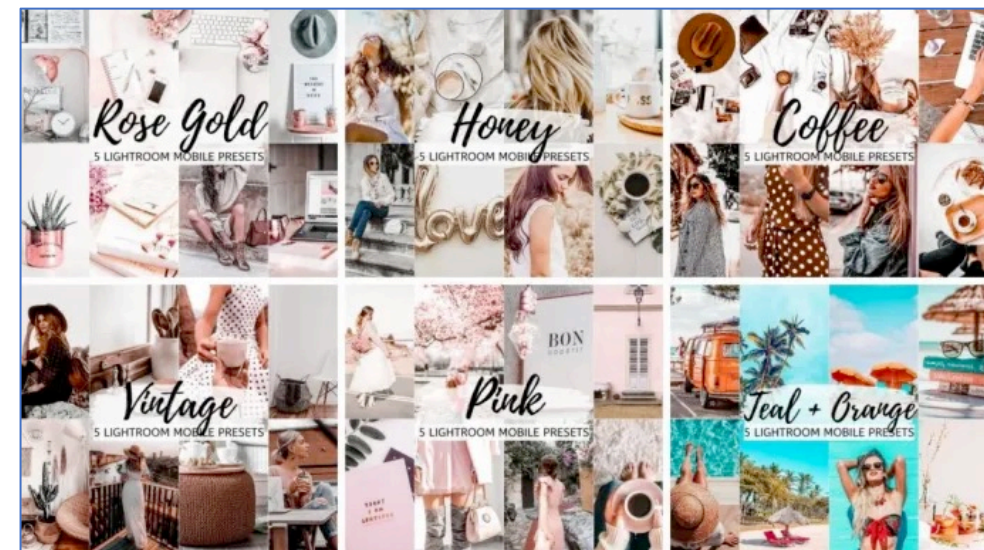
- ▶ App zum Storys erstellen, bearbeiten und kreativ umsetzen
- ▶ Es sind gratis Vorlagen verfügbar, die individualisiert werden können
  - ▶ Schrift
  - ▶ Logo
  - ▶ Farbe
  - ▶ ...
- ▶ Gratis = Nutzung von ausgewählten Folien
- ▶ Abo: ca. 40 € im Jahr & alle Möglichkeiten stehen offen



# App Lightroom



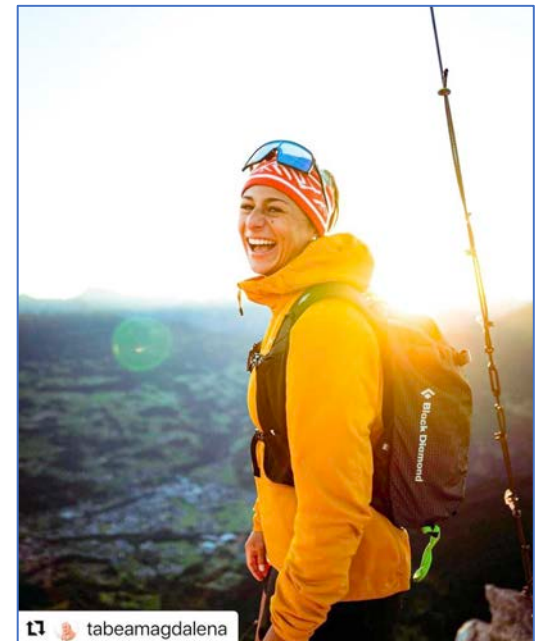
- ▶ Bildbearbeitungs-App
- ▶ Viele Tools für die Bearbeitung von Fotos
- ▶ Möglichkeit eigene Presets (=Filter) zu verwenden um Feed individuell zu gestalten
- ▶ Kostenlose Version für das Smartphone reicht völlig





# App Repost

- ▶ App um Fotos auf Instagram zu teilen
- ▶ Urheber-Account wird mit Wasserzeichen auf dem Foto hinterlegt
- ▶ Kostenlos





# Tool

## Unsplash

### Unsplash

- ▶ Internationale Website für Fotos,
- ▶ Urheber stellen der Online-Community ihre Bilder für eine kostenlose Verwendung zur Verfügung
- ▶ Führende Quelle für Bilder im Internet

### Achtung:

- ▶ Selbstgemachte Fotos sind immer besser als Stockbilder
- ▶ Immer die Bildquelle angeben  
(egal ob Blog, Website oder SoMe Posting)

- ▶ [Unsplash](https://unsplash.com)

# WeTransfer statt WhatsApp

- ▶ Werden Fotos oder Videos über WhatsApp verschickt, verlieren sie an Qualität
- ▶ Um das zu umgehen, gibt es die Plattform WeTransfer
- ▶ Hier können große Dateien in eine Cloud geladen werden
- ▶ Diese werden per generiertem Link oder gleich an eine Mailadresse versandt.
- ▶ = kein Qualitätsverlust
- ▶ Die kostenlose Version reicht für den seltenen Gebrauch, werden aber oft große Inhalte versendet, empfehlen wir das Abo



# Ihr persönliches ikp Team



**Martin Dechant** | Geschäftsführer  
+43 5572 398811  
[martin.dechant@ikp.at](mailto:martin.dechant@ikp.at)



**Katharina Schneider** | Social Media  
Management  
+43 5572 398811-15  
[katharina.schneider@ikp.at](mailto:katharina.schneider@ikp.at)