

**Social Media strategisch
statt zufällig nutzen**

The background of the image is a dark blue gradient. Overlaid on this are complex, glowing network structures. On the left, there are bright blue lines forming a web of interconnected nodes. These lines extend towards the right, where they transition into a denser network of red lines. The overall effect is one of digital connectivity and data flow, with the lines appearing to recede into the distance, creating a sense of depth.

Zielgruppe & Content-Strategie

Wer ist meine Zielgruppe? Bedürfnisse, Probleme, Interessen:

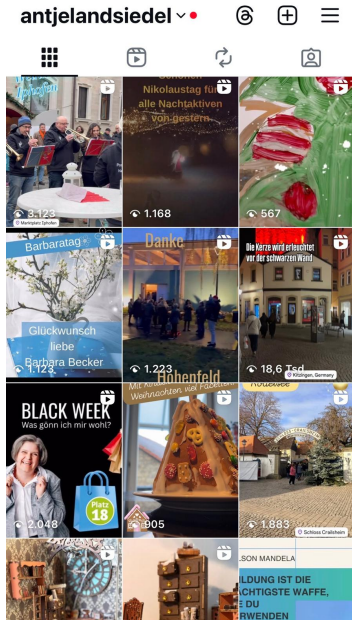
Was poste ich für meine Zielgruppe? vier Kategorien Content
Mehrwert, Inhalte, die etwas erklären oder weiterhelfen.

Unterhaltung, die leicht konsumierbar ist und Spaß macht.

Inspiration, zum Beispiel motivierende Storys oder Strategien.

Persönlichkeit, denn Menschen folgen Menschen – nicht Logos.





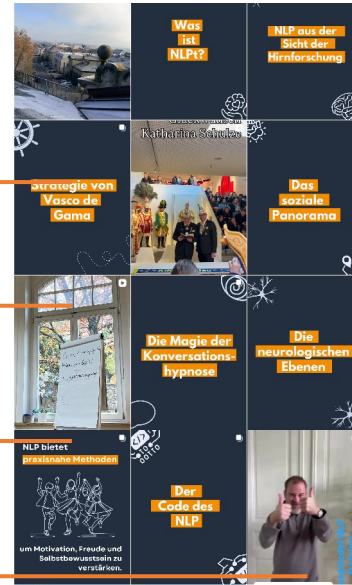
Content-Strategie

Mehrwert

Unterhaltung

Inspiration

Persönlichkeit



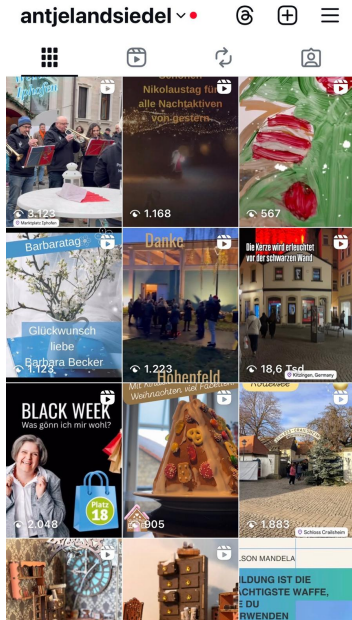
Corporate Identity (CI) auf Social Media - für die Wiedererkennung.

Farbwelt. Farben transportieren Stimmung und Emotionen und lassen sich leicht wiedererkennen

Schriftarten: Eine klare, gut lesbare Schrift für Informationen und vielleicht eine weichere Akzent-Schrift für Überschriften oder Zitate. Diese Kombination sorgt für Professionalität und Struktur.

Bildstil helle, natürliche Fotos? Schwarz-weiß? Illustrationen? Zeige ich mich viel selbst oder arbeite ich mit Symbolbildern?





CI Feinheiten

Tonalität Wie spreche ich meine Zielgruppe an? Du oder Sie, Lustig, energiegeladen oder beruhigend.

CI für Glaubwürdigkeit, Vertrauen und Professionalität.

Tipp, auch mal ausbrechen aus dem System.



Formate: Wann Reels, Story oder Karussell

Reels Reichweite, Trends, schnelle Aufmerksamkeit (Videos, manchmal reicht auch etwas Bewegung in einem Bild)

Stories Nähe, Alltag, Echtzeit-Kommunikation
(Nur 24 Stunden sichtbar)

Karussells Tiefergehende Infos, Schritt-für-Schritt-Content
(zum swipen)





Reel

Zusammen entstehen auch gute Reels

https://www.instagram.com/reel/DQUZPcZCgkv/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==



Was sind Reels?

Reels sind **kurze, hochformatige Videos**, die auf Instagram und Facebook ausgespielt werden. Sie sind eines der stärksten Tools, um **Reichweite, Sichtbarkeit und neue Follower** zu gewinnen.

Was Reels ausmacht

- ✓ **Kurz & dynamisch:** Meist 5–20 Sekunden, maximal 90 Sekunden.
- ✓ **Hochformat:** 9:16 – perfekt fürs Smartphone.
- ✓ **Schnelle Schnitte & Effekte:** Musik, Übergänge, Texte, Filter.
- ✓ **Storytelling im Mini-Format:** klare Botschaft in wenig Zeit.
- ✓ **Hohe Reichweite:** Reels werden auch Menschen gezeigt, die Dir noch nicht folgen.

Warum Reels so erfolgreich sind

1. Starker Algorithmus-Boost

Meta (Instagram/Facebook) pusht Reels, um mit TikTok mitzuhalten. Dadurch bekommen Reels oft mehr Reichweite als normale Posts.

2. Neues Publikum statt nur bestehender Follower

Reels landen im **Explore-Bereich / Reels-Feed** und werden Fremden ausgespielt, die ähnliche Inhalte mögen.

3. Emotionen & Nutzen passen perfekt

Coaching, Inspiration, Humor, Tipps, Mini-Learnings – all das funktioniert hervorragend als Reel.

Was man mit Reels machen kann

- ✓ Mini-Tutorials
- ✓ Motivierende Botschaften
- ✓ Behind-the-Scenes
- ✓ Transformationen / Vorher-Nachher
- ✓ Persönliche Geschichten
- ✓ Trends aufgreifen
- ✓ Buch- oder Tool-Empfehlungen
- ✓ Impulse, Metaphern, Übungen

Reichweite & Wachstum: Markierungen & Collab-Partner

Markierungen (Brands, Orte, Personen)

→ Sichtbarkeit erhöhen



Markierung hinzufügen

Co-Autoren einladen

Collabs

→ doppelter Feed, neuer Traffic

Wichtig ist dabei: Strategisch kooperieren
Glaubwürdigkeit vor Reichweite.



Tippe, um Personen
zu markieren

Hashtags – wie aktuell & wie viele

weniger Reichweiten-Booster, mehr Kategorien.

Hashtags helfen der Plattform, Content thematisch einzuordnen und den richtigen Menschen anzuzeigen. Nicht Massenreichweite, sondern *auffindbar für die richtige Zielgruppe* zu sein

Weniger, aber relevanter.

Mischung: breite, mittelgroße, nischige Hashtags

Empfehlung: 3–10 Hashtags, Relevanz > Menge



Postingfrequenz – wie oft posten

Regelmäßigkeit schlägt Häufigkeit

Bitte nicht eine Woche fünf Posts rauszuhauen und dann drei Wochen verschwinden.

Empfehlung:

Für **Reels** reichen in der Regel **1-3 pro Woche**

Beiträge oder Karussells für tiefergehende Inhalte. **1-2 pro Woche**

Story mehrmals pro Woche (einfach mal einen aktuelle Post teilen)



Woher kommen die Bilder

Am besten immer eigne Bilder oder Videos

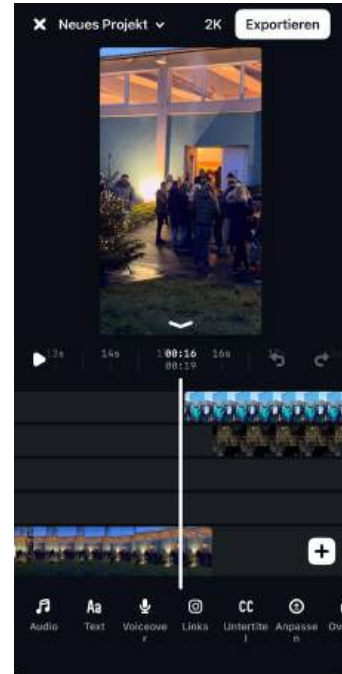
Canva: Einsteigerfreundlich, viele Vorlagen

CapCut: Ideal für Videos und Reels,

Edits (App von Instagram) für Reels

InShot: Praktisch für Mobile-Editing,

Tipp: Tools auswählen nach **Bedarf und Komfort**,
nicht nach Trend.



Woher kommen die Bilder

Bilddatenbanken – professionelles Bildmaterial

Unsplash & Pexels: Hochwertige, kostenlose Fotos für verschiedene Themen.

Canva-Stock: Direkt im Design-Tool verfügbar, praktische Templates kombiniert mit lizenzfreien Bildern.

Vorteil: Schneller Zugriff auf visuell ansprechendes Material ohne Zeitverlust.



Audiofiles – Musik & Sounds für Social Media

TikTok- & Instagram-Musikbibliotheken: Trendige Sounds, direkt nutzbar für Reels und Stories.

Lizenzfreie Musik: Pixabay, YouTube Audio Library, Epidemic Sound, Artlist – für professionelle Videos

Hinweis: Nutzungsrechte prüfen – bei Musik ohne Lizenz drohen Content-Sperrungen oder Copyright-Streiche.



Insights lesen & richtig interpretieren

Daten lesen für Wachstum, Reichweite und erfolgreiche Inhalte
Reichweite, also wie viele unterschiedliche Personen meinen Beitrag gesehen haben

Interaktionen – wer ist wirklich aktiv beim Thema

Watchtime – bleiben Menschen bis zum Ende?

Saves – ist mein Content wertvoll

Klicks- wie gut mein Content Menschen dazu bringt, den nächsten Schritt zu machen.



Welche Posts performen warum?

Wenn ein Reel besonders gut läuft, schaue ich mir an:

– Was war das Thema? – Wie war der Einstieg? – War es persönlich, humorvoll, provokant oder besonders informativ? – Wie war die Länge? Die Musik? Der Stil?

Genauso wichtig: Beiträge, die weniger performen.

– War das Thema für meine Zielgruppe relevant? – War die Message klar genug? – War das Format passend?

Diese Reflexion ist der Grundstein für echten Fortschritt.





Insights



Zielgruppe ⓘ



Optimiere Content auf Basis von Daten

Wir alle haben Posts, die wir lieben, aber die Zielgruppe leider nicht. Und das ist okay. Denn Insights helfen uns zu erkennen, was wirklich funktioniert.

Wenn ich sehe, welche Themen, Formate oder Einstiege regelmäßig gut laufen, kann ich gezielt mehr davon erstellen. Und wenn bestimmte Dinge nicht funktionieren, passe ich sie an oder lasse sie weg.

Daten geben uns Klarheit über die Bedürfnisse unserer Zielgruppe.



Social Media = Strategie + Konsistenz

- **Fokus auf die Zielgruppe**
- **Qualität statt Quantität**
- **Wiedererkennungswert durch CI**
- **Auswertung über Insights**

Instagram

- ✓ Perfekt für Markenaufbau
- ✓ Hohe Engagement-Raten
- ✓ Ideal für Coaches & Experten, die persönliche Bindung aufbauen wollen
- ✓ Reels = organisches Wachstum

Facebook

- ✓ Unschlagbar für Communitys (Gruppen)
- ✓ Optimal für längere Botschaften, Diskussionen & Events
- ✓ Starke lokale Reichweite
- ✓ Sehr gute Werbeplattform