

5 Tipps für die Erstellung von Social Media Beiträgen

1. Content is King – Inhalt ist immer noch König

Allseits bekannt aber immer richtig: die Inhalte sind immer noch das Wichtigste für den Erfolg von Social Media Beiträgen. Relevante Inhalte sind die WÄHRUNG in der Social Media Welt. Nur relevante und wertvolle Inhalte (z.B. Inhalte, die helfen oder unterhalten) werden gelikt und geteilt. Es ist also darauf zu achten, nur Inhalte zu teilen, die für die Community am besten geeignet sind.

So werden wertvolle Inhalte für Social Media Beiträge erstellt

- Teilt Inhalte, die Deine Zielgruppen wirklich interessieren.
- Teilt bestehenden Homepagenews, Bilder, und Videos oder Whitepapers als Social Media Posts, denn gerade solche Inhalte sind sehr beliebt auf den sozialen Netzwerken.
- Teilt Inhalte, die Deine Leser als nützliche Wissensquelle für wertvolle Informationen in Erinnerung bleiben.
- Gebt den Lesern Tipps und Strategien, oder teile unterhaltsame Inhalte die auf die spezielle Zielgruppe und das Thema abgestimmt sind.

2. Bilder und Videos für Inhalte nutzen

90% der Information, die unser Gehirn verarbeitet, sind visuell. Visuelle Inhalte erhalten mehr Likes, werden öfter geteilt und kommentiert als reine Textnachrichten. Visuelle Informationen bleiben über 65% länger im Gedächtnis und Menschen erinnern sich an Grafiken über 6x wahrscheinlicher als an reine Text- oder Audioinformationen. So können visuelle Inhalte in Social Media Posts zusätzliche Reichweite generieren und mehr Traffic auf die Website bringen. Videos können sogar die faszinierendsten Infografiken in den Schatten stellen. Social Videos werden 1200% mehr geteilt als Text und Bilder zusammen.

So nutzt man die Macht der Bilder für Social Media Posts

- Illustriert die Beiträge mit Grafiken, Fotos oder Infografiken.
- Teilt Videos als eingebettete Videos, anstelle von Video Links, um die Sichtbarkeit der Posts bei Facebook und Twitter zu erhöhen.
- Teilt Websietbeiträge immer sowohl als Link-Post als auch als Image-Post auf den Social Media Kanälen, wie Facebook und Twitter. Image-Posts können einen großen Einfluss auf die Reichweite und Interaktion mit Posts haben.

3. Das richtige Beitragsformat

Twitter und Facebook bieten zwei allgemeine Postformate: Link-Post-Format und Bild-Post-Format: Bild-Posts können bis zu fünfmal mehr Interaktion erzeugen als normale Text-Updates. Außerdem werden Image-Posts auf Twitter und Facebook automatisch in die Bildergalerie hochgeladen und bleiben so auf dem Profil sichtbar und zugänglich, auch wenn der Beitrag längst aus dem sichtbaren Social Media Feed verschwunden ist.

So setzt man die verschiedenen Postformate für Social Media Beiträge erfolgreich ein

- Teilt Beiträge zuerst als Standard-Linkbeitrag. Dadurch wird das Beitragsbild, wie in den Meta-Tags des Beitrags definiert, mit Deinem Beitrag geteilt.
- Teilt den Beitrag als Bild-Post-Format für ein wiederholtes Teilen, aber zu einem späteren Zeitpunkt. Verwende einen anderen Kommentar, um das Social Media Post zu variieren. Analysiert die Resonanz für beide Beitragsformate. Manchmal funktionieren Bild-Posts viel besser als Link-Posts.
- Plant die Beiträge zu verschiedenen Zeiten und an verschiedenen Tagen. Das bringt noch mehr Variationen und kann noch mehr potentielle Leser erreichen.

4. Die Verwendung von Hashtags und Hashflags

Die meisten sozialen Netzwerke nutzen mittlerweile Hashtags, um Social Media Inhalte zu kategorisieren und es den Usern zu erleichtern, passende Beiträge zu einem bestimmten Thema zu finden. Für die Social Media Kommunikation sind Hashtags wichtige Parameter, um Beiträge in durchsuchbare Inhalte zu verwandeln. Sie dienen außerdem dazu, Beiträge mit aktuellen Diskussionen und Streams (Trending Hashtags) zu verknüpfen. Allerdings funktionieren Hashtags nicht in allen sozialen Netzwerken gleich gut. Sie funktionieren gut für Twitter und Instagram, aber sie erzielen weniger Resonanz bei Facebook.

Wie gut Hashtags funktionieren, kann aber auch von der Anzahl der verwendeten Hashtags abhängen. Studien zeigen, dass Tweets mit mehr als zwei Hashtags weniger Interaktion erzielen. Die Ergebnisse sind ähnlich für Facebook-Hashtags. Auf Instagram dagegen gilt, je mehr Hashtags desto mehr Interaktion. Diese Strategie funktioniert zumindest für bis zu 10 Hashtags. Instagram-Posts mit mehr als 10 Hashtags laufen Gefahr, einen Teil dieses Engagements zu verlieren. Ein wohlüberlegter Einsatz von strategisch ausgewählten Hashtags kann einen erheblichen Einfluss auf die Sichtbarkeit und Reichweite von Social Media Beiträgen haben.

So entwickelt man die richtige Hashtags-Strategie für Social Media Posts:

- Verwendet Hashtags nur für Beiträge, die für das Thema relevant sind. Die Verwendung falscher Hashtags oder Trending Hashtags, nur um Aufmerksamkeit zu erzielen, kommt bei den Twitter-Nutzern nicht gut an und erzeugt eher negative Resonanz.
- Für Hashtags werden Mehrwortbegriffe wie #SocialMedia oder auch ganze Phrasen #photooftheday zusammengezogen. Versucht jedoch nicht zu viele Wörter aneinanderzureihen und achtet darauf, dass man den Sinn des Hashtags noch versteht.
- Verwendet nur Keywords und Phrasen für typische Suchbegriffe zu Themen.
- Kein Hashtag SPAM: #Wenn #Du #für #jedes #Wort #in #Deinem #Post #einen #Hashtag #setzt, wird der Beitrag unleserlich.
- Verwendet Hashtags, um an Gesprächen teilzunehmen, wie zum Beispiel:
 - Themen von allgemeinem Interesse (#Blogger_DE, #Food, #Marketing)
 - Beliebte Hashtags oder Trend-Hashtags (aber nur, wenn Beitrag für das Thema relevant ist) (#MontagMotivation, #Migrationspakt)
 - Aktuelle Veranstaltungen (#WM2018, #Superbowl)
 - Feiertage oder Feste (#Weihnachten, #BlackFriday, #RedNoseDay)
 - Beliebte Kulturthemen und Happenings (#GameofThrones, #IceBucketChallenge)

Bei der Teilnahme an Trending Hashtags und Diskussionen sollte man immer überlegen, ob der Beitrag wirklich relevant für dieses Thema oder diese Diskussion ist. Besondere Vorsicht ist geboten, wenn man bekannte Marken und namhafte Unternehmen mit Trending Hashtags verbindet. Vor allem in Verbindung mit werblichen Aussagen wird daraus schnell ein Shitstorm.

5. Die besten Zeiten zum Teilen von Social Media Posts

Jedes Netzwerk hat unterschiedliche Schwerpunktzeiten, zu denen die User verstärkt aktiv sind. Das Posten zur richtigen Zeit kann die Chance erhöhen, in den Newsfeed der Follower sichtbarer zu sein. Social Media Beiträge, die zu den meistfrequentierten Zeiten des Tages gepostet werden, erzeugen bis zu 30 % mehr Interaktionen.

So plant man Social Media Beiträge zur besten Zeit für die Social Networks und Communities

- Werft einen Blick auf die besten Zeiten für Social Media Beiträge in den verschiedenen sozialen Netzwerken.
- Beachtet die meistfrequentierte Zeit für Social Media Beiträge in jedem einzelnen Netzwerk.
- Erstellt eine Social Media Plan für das Teilen von Beiträge in jedem Netzwerk.

Teilt dann jedes einzelne Medienformat auf den Social-Media-Kanälen. So verlängert man die Lebenszeit der Inhalte und sorgt für mehr Sichtbarkeit und Aufmerksamkeit auf den Social-Media-Kanälen.

So kann man Social Media Posts optimieren

- **Twitter:** Setzt Keywords als #Hashtags und ergänzt @Handles, wenn man andere Tweepers direkt adressiert.
- **Facebook Profil:** Fügt dem Beitrag einen persönlichen Kommentar hinzu. Ob Fragen oder Aussagen – ladet die Leser dazu ein, den Beitrag zu kommentieren.
- **Facebook Seite:** Je nach den Gepflogenheiten der Community sollte der Beitrag auf einer Facebook Seite etwas förmlicher ausfallen, als auf einem persönlichen Profil. Und, veröffentlicht den Beitrag auf der Facebook Seite zu einer anderen Zeit als auf dem Facebook Profil.
- **Facebook Gruppen:** Wählt die Gruppen sehr sorgfältig je nach Inhalt und Ausrichtung des Beitrags aus und achtet dabei genau auf die Gruppenregeln. Stimmt Kommentar sehr individuell auf die Gepflogenheiten der jeweiligen Gruppe aus. Achtet darauf, dass die Beiträge in den Facebook Gruppen jeweils an unterschiedlichen Tagen und zu unterschiedlichen Zeiten veröffentlicht werden.
- **Instagram, Pinterest, Flickr:** Bei den Bilder-Netzwerken steht das Bild im Vordergrund, sollte aber durch einen entsprechenden Kommentar ergänzt werden. Wichtig ist, das Bild an das optimale Format für das jeweilige Netzwerk anzupassen und den Text durch den Einsatz von #Hashtags zu verfeinern. Und nicht vergessen, einen Link zum Blog oder zur Website zu ergänzen, auch wenn die Links bei Instagram nicht aktiviert sind.

Quelle: www.blog2social.com

(<https://www.blog2social.com/de/blog/erfolgreiche-social-media-beitraege/>)