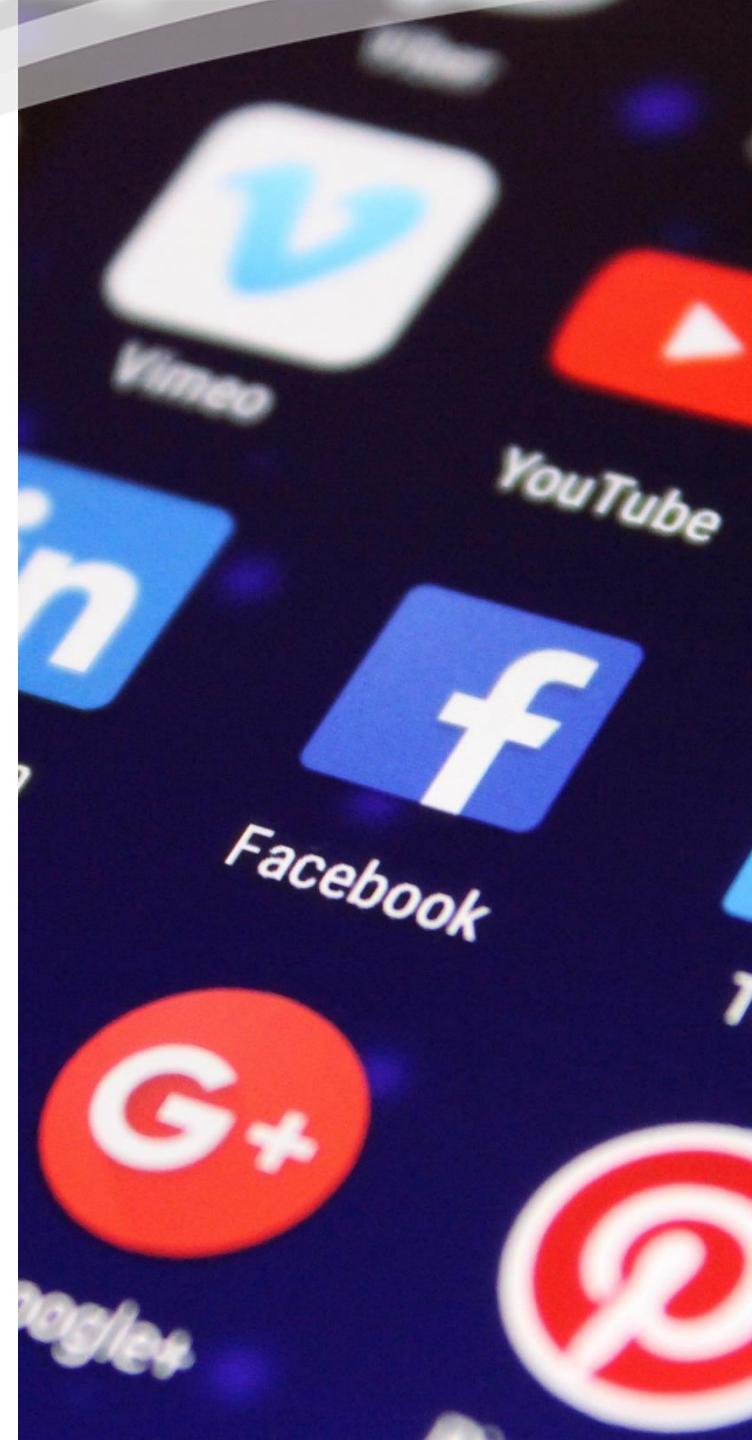


# IST FACEBOOK NOCH AKTUELL?

COMMUNITY MANAGEMENT

-

RICHTIG POSTEN



# WARUM SOCIAL MEDIA?

## *Die Zahlen sprechen für sich:*

**2018 waren 63,3 Mio. Menschen in Deutschland online**  
**77 % davon täglich**

**98 % der 30-49-Jährigen**

**96 % der 50-59-Jährigen**

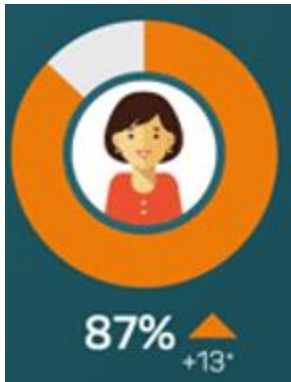
**82 % der 60-69-Jährigen**

**64 % der ab 70-Jährigen**

**(ARD/ZDF-Onlinestudie 2018)**

# WARUM SOCIAL MEDIA?

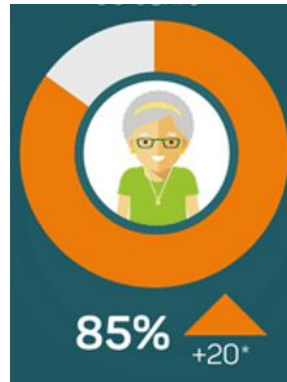
40–49 Jahre



50–59 Jahre

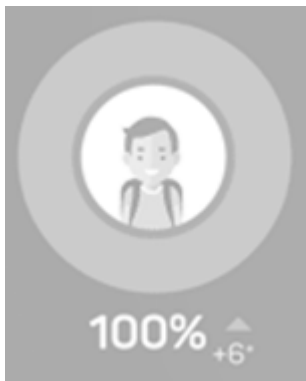


60+ Jahre

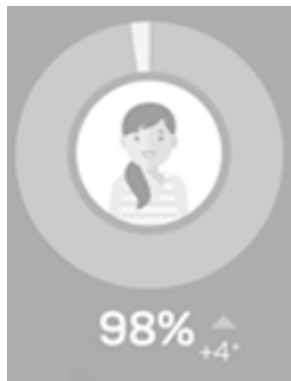


**90% aller Onliner  
auf Social Media  
aktiv**

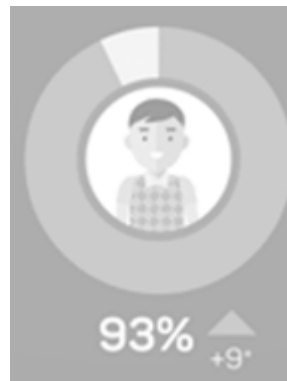
14–19 Jahre



20–29 Jahre



30–39 Jahre



**Wo sind diese  
Nutzer unterwegs?**

(Faktenkontor, Social Media Atlas 2018)

# WELCHE KANÄLE? - NUTZERSTRUKTUREN

## Beliebteste sozialen Netzwerke 2018:

YouTube



77 % 40-49 Jahre  
70 % 50-59 Jahre  
68 % 60 Jahre +

Facebook



74 % 30-49 Jahre  
73 % 50-59 Jahre  
70 % 60 Jahre +

Instagram



28 % 40-49 Jahre  
15 % 50-59 Jahre  
13 % 60 Jahre +

(Faktenkontor, Social Media Atlas 2018)

## Zielgruppen der GrimmHeimat NordHessen:

**Unternehmungslustige Familien:** 35 – 49 Jahre, Kinder 8 – 14 Jahre oder jünger

**Naturgenießer:** Paare ab 50+

**Kulturorientierte:** Paare ab 65+

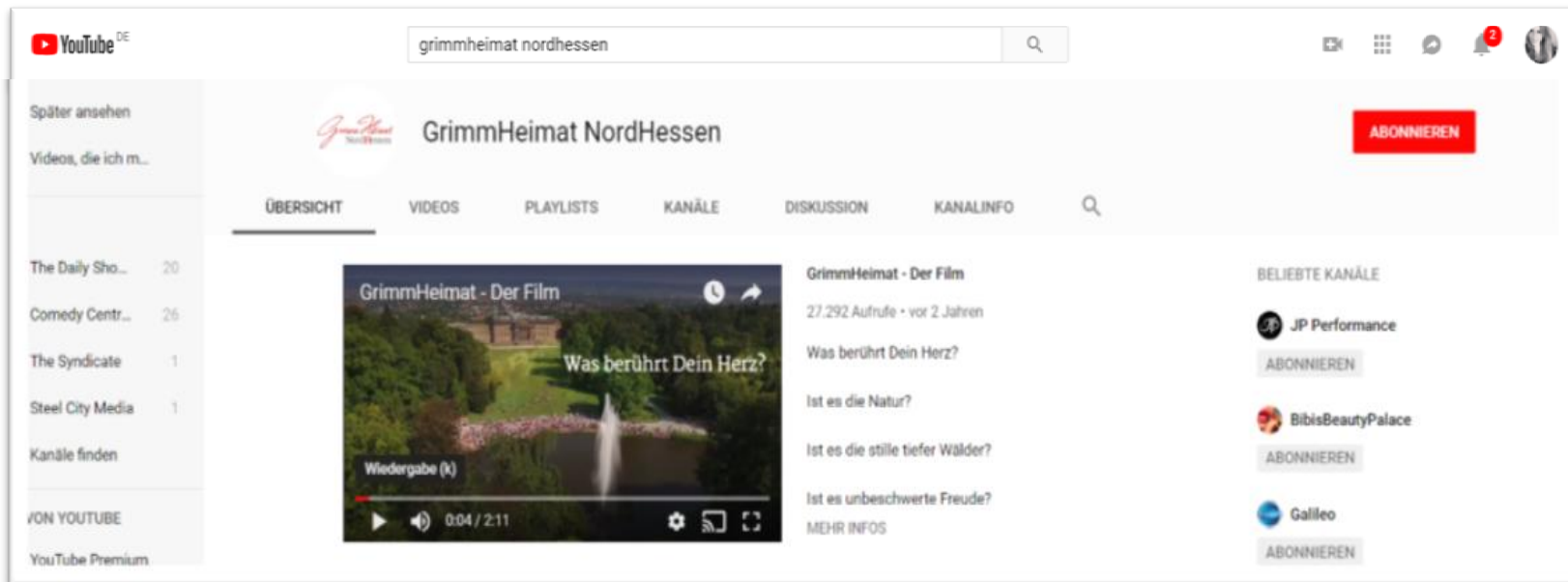
## WELCHE KANÄLE? - ZIELE & UMSETZBARKEIT

**Welche Kanäle eignen sich für die gesetzten Werbeziele?**

**Welche Kanäle sind im Unternehmen umsetzbar?**



# WELCHE KANÄLE? - YOUTUBE



## Eigenschaften:

- Zweitwichtigste Suchmaschine
- 2 Nutzungsarten: „Youtuber oder Archiv“



















## Ziele:

- Markenbekanntheit steigern
- Positives Markenimage

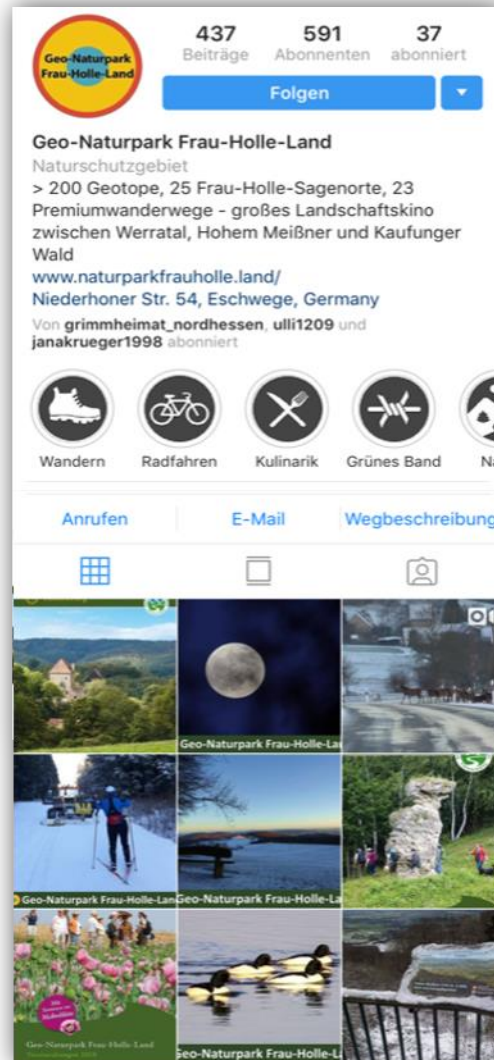
# WELCHE KANÄLE? - YOUTUBE

Uploads ▾ ALLE WIEDERGEHEN

≡ SORTIEREN NACH

 <p><b>#heimatgrosserherzen - Für ein gesundes Nordhessen</b> 44 Aufrufe • vor 4 Tagen</p>	 <p><b>Wandern</b> Im Geo-Naturpark Frau-Holle-Land 1:05</p>	 <p><b>Mohnblüte</b> Im Geo-Naturpark Frau-Holle-Land 1:03</p>	 <p><b>Frau Holle</b> Im Geo-Naturpark Frau-Holle-Land 1:06</p>	 <p><b>Kirschblüte im Geo-Naturpark Frau-Holle-Land</b> 69 Aufrufe • vor 1 Monat</p>	 <p><b>#herzverlieren - 15 x Kurzurlaub in Nordhessen</b> 51 Aufrufe • vor 1 Monat</p>
 <p><b>Verrassend! - GrimmHeimat NordHessen</b> 46.155 Aufrufe • vor 1 Monat</p>	 <p><b>Lass rollen - FULDA-Radweg R1</b> 78.093 Aufrufe • vor 2 Monaten</p>	 <p><b>#herzverlieren - 15 x Kurzurlaub in Nordhessen</b> 103 Aufrufe • vor 3 Monaten</p>	 <p><b>#herzverlieren - 15 x Kurzurlaub in Nordhessen</b> 63 Aufrufe • vor 3 Monaten</p>	 <p><b>Ich hab dich zum Fressen gern - Entdecke das...</b> 57.856 Aufrufe • vor 5 Monaten</p>	 <p><b>Erlebnisurlaub in Nordhessen - Kostenloser Freizeitspaß...</b> 205.604 Aufrufe • vor 5 Monaten</p>
 <p><b>Hauptsache, der Humor bleibt trocken - Natur spüre...</b> 120.362 Aufrufe • vor 6 Monaten</p>	 <p><b>Sightseeing mal andersder - Zauberhafte Städtetrips in...</b> 183.695 Aufrufe • vor 6 Monaten</p>	 <p><b>Natur und Erlebnis - nachhaltiger Urlaub im...</b> 112.001 Aufrufe • vor 7 Monaten</p>	 <p><b>Himmel voller Würste - die echte Ahle Wurscht</b> 71.535 Aufrufe • vor 1 Jahr</p>	 <p><b>Romantisches Fachwerk im Märchenland der Brüder...</b> 65.793 Aufrufe • vor 1 Jahr</p>	 <p><b>Mystische und wilde Natur im Kellerwald</b> 69.923 Aufrufe • vor 1 Jahr</p>

# WELCHE KANÄLE? - INSTAGRAM



## Eigenschaften:

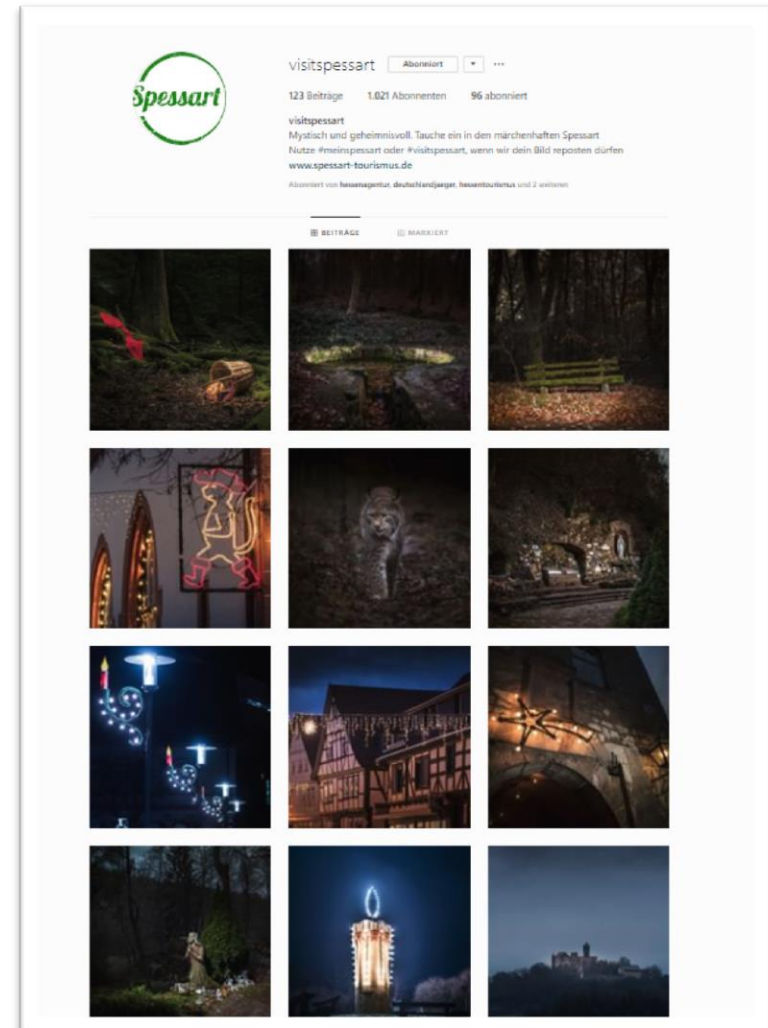
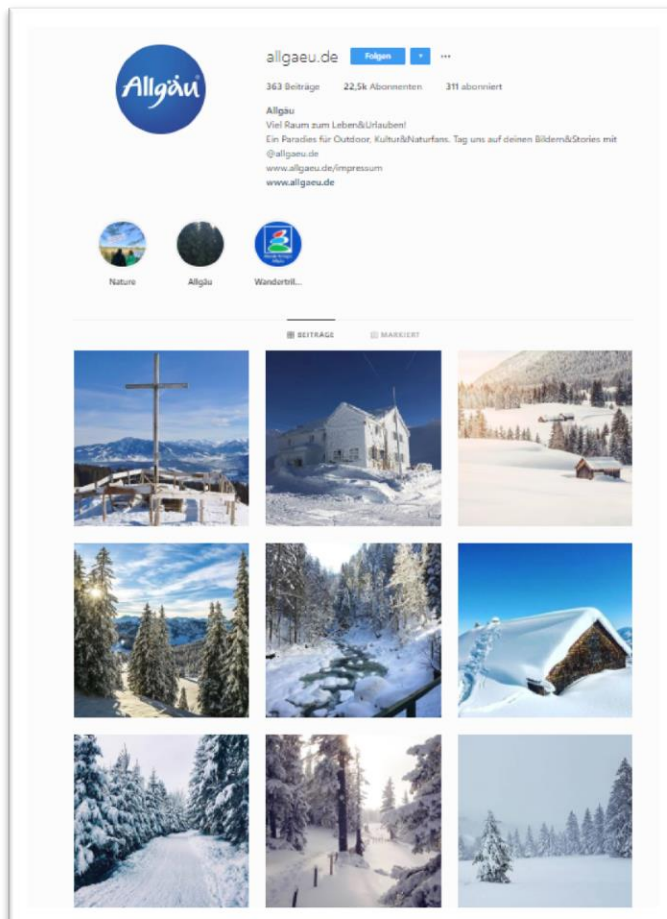
- Kohärenz zwischen Bildsprache und Markenidentität
- Einfaches Storytelling (Instagram-Stories)
- Hohes Engagement

## Ziele:

- Positives Markenimage
- Markenbekanntheit steigern
- Aufbau einer Community

# WELCHE KANÄLE? - INSTAGRAM

## Exkurs: Bildsprache



# WELCHE KANÄLE? - FACEBOOK

## Eigenschaften:

- Unternehmensprofil (Fanpage) mit Individualisierungsmöglichkeiten
- Fokus: Inspiration, Information & Service

## Ziele:

- Positives Markenimage
- Markenbekanntheit steigern
- Aufbau einer Community
- Große Reichweite erzielen, Websiteclicks, Kundendaten



Unterschied: Betreiben einer Fanpage ↔ Facebook-Werbung

# CONTENT-ERSTELLUNG AUF FACEBOOK

## Strategisch posten: Redaktionsplan erstellen!

- Regelmäßigkeit
- Qualität vor Quantität
- Rubriken- / Themenwochen
- Beiträge „planen“
- Monitoring einplanen



# CONTENT-ERSTELLUNG AUF FACEBOOK

## Aufbau von Facebook-Posts:

- Kurzer Text: 40 bis 140 Zeichen
- Aussagekräftige Bilder
- Kurze Videos: 10-15 Sekunden



## Ansprache bei Facebook-Posts:

- Persönlich
- Aktivierend
- Emotional
- Wenig werblich



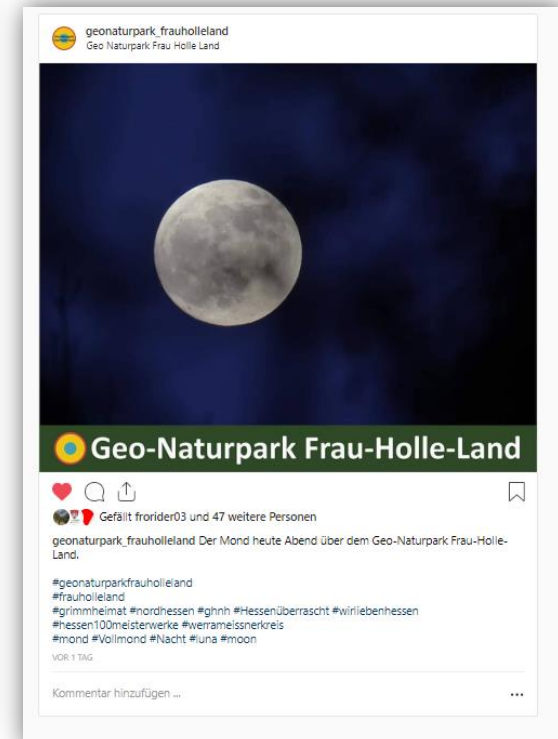
# CONTENT-ERSTELLUNG AUF FACEBOOK

**Themen: Angebote, Veranstaltungen, Kernthemen**  
Inspirierend, informativ & serviceorientiert



# CONTENT-ERSTELLUNG AUF FACEBOOK

## Themen: Aktualität, Trends, Kreativität




**GrimmHeimat NordHessen**  
 6. Juni 2017 · 🌐


**SCHÄTZEN & GEWINNEN (15/15)**  
 Wie lang ist die Gebäckstange?  
 ➡ 50 cm oder ➡ 20 cm

1. Kommentiere Deine Antwort... [Mehr anzeigen](#)




**Schätzen & Gewinnen!**  
 Dein perfekter Tag... Hessisch Lichtersau



 91

95 Kommentare · 9 Mal geteilt · 6.909 Aufrufe


 Gefällt mir


 Kommentieren


 Teilen

Relevanteste zuerst ▼


 Kommentieren ...







**Klaus Bischoff** Ach ja so um die 0,20 Meter

Gefällt mir · Antworten · 1 J


**GrimmHeimat NordHessen** Herzlichen Glückwunsch Klaus, du bist unser Gewinner! Wir haben dir bereits eine Nachricht geschrieben.

Gefällt mir · Antworten · 1 J


**Juliet November** 20 Zentimeter....lieber Peter!

Gefällt mir · Antworten · 1 J

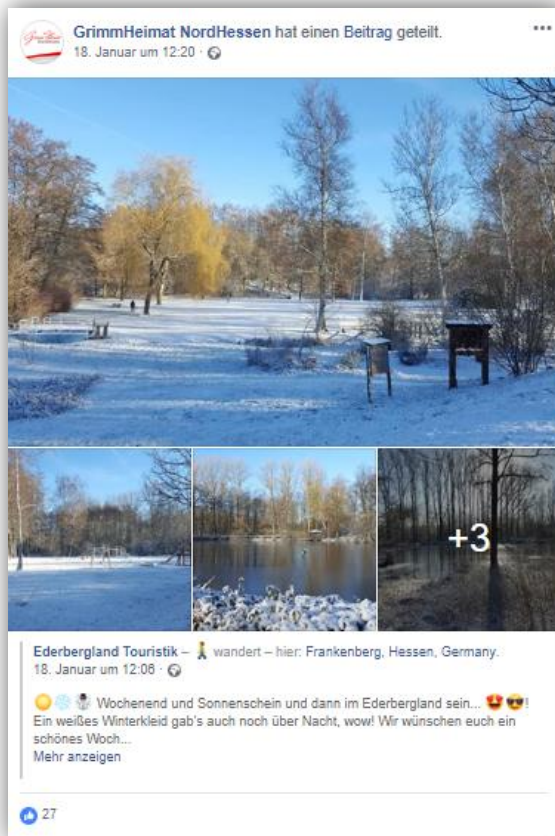
Weitere Kommentare anzeigen

2 von 95



# CONTENT-ERSTELLUNG AUF FACEBOOK

## Vernetzung & Community Management



# FACEBOOK WERBUNG

Da geht noch was – für die, die mehr wollen:

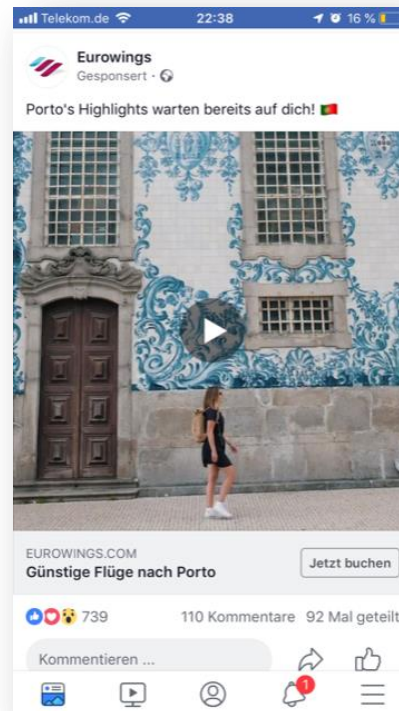
## PROMOTED POSTS

Verschafft Fans und  
“Likes” für die Facebook-Seite



## FACEBOOK ADS

Motivieren Nutzer aus Facebook heraus die  
**eigene Webseite aufrufen**, sodass mehr Traffic auf  
der Webseite entsteht.



# PROMOTED POSTS AUF FACEBOOK

Promoted Posts = beworbene Beiträge für Einsteiger

### Beitrag bewerben

ZU VIDEO ÄNDERN

Erhalte bessere Ergebnisse, indem du Videos und Fotos zu diesem Beitrag hinzufügst.

Beitrag animieren

ZIELGRUPPE

☒ Über Targeting ausgewählte Personen

Ort - Wohnhaft in: Deutschland: Hessen

Alter: 18 - 65+

☐ Personen, denen deine Seite gefällt

☐ Personen, denen deine Seite gefällt, und ihre Freunde

☐ Personen, die in der näheren Umgebung wohnen

Neue Zielgruppe erstellen

Automatische Platzierungen (empfohlen)

☒ AN

Verwende automatische Platzierungen, um dein Budget zu maximieren und deine Anzeigen mehr Personen zu zeigen. Das Auslieferungssystem von Facebook weist das Budget deiner Anzeigengruppe basierend auf der wahrscheinlich besten Performance mehreren Platzierungen zu. [Mehr dazu.](#)

Durch Klicken auf „Bewerben“ stimmst du den [Nutzungsbedingungen](#) von Facebook zu | [Hilfereich](#)

Vorschau: Desktop News Feed

GrimmHeimat NordHessen

Gesponsert ·

Winterstimmung am frühen Abend im Kurpark in schickt uns Verena! #Herzverlieren

### Beitrag bewerben

Performance mehreren Platzierungen zu. [Mehr dazu.](#)

BUDGET UND LAUFZEIT

Gesamtbudget

10,00 EUR

Geschätzte erreichte Personen

240 - 1.300 Personen pro Tag

von 2.000.000

Verfeinere deine Zielgruppe oder dein Werbebudget, um mehr Personen zu erreichen, die dir wichtig sind.

Dauer

1 Tag

7 Tage

14 Tage

Diese Werbeanzeige schalten bis

2.2.2019

Dein Tagesbudget beträgt **1,00 €**. Die Laufzeit dieser Werbeanzeige beträgt **10 Tage**. Sie endet am 02.02.2019.

ZAHLUNG

Währung

Euro

# PROMOTED POSTS AUF FACEBOOK

Promoted Posts = beworbene Beiträge für Einsteiger

### Beitrag bewerben

ZU VIDEO ÄNDERN

Erhalte bessere Ergebnisse, indem du Videos und Fotos zu diesem Beitrag hinzufügst.

**Beitrag animieren**

### ZIELGRUPPE

☒ Über Targeting ausgewählte Personen

Ort - Wohnhaft in: Deutschland: Hessen  
 Alter: 18 - 65+

☐ Personen, denen deine Seite gefällt  
☐ Personen, denen deine Seite gefällt, und ihre Freunde  
☐ Personen, die in der näheren Umgebung wohnen

[Neue Zielgruppe erstellen](#)

**Automatische Platzierungen (empfohlen)** ☒ AN

Verwende automatische Platzierungen, um dein Budget zu maximieren und deine Anzeigen mehr Personen zu zeigen. Das Auslieferungssystem von Facebook weist das Budget deiner Anzeigengruppe basierend auf der wahrscheinlich besten Performance mehreren Platzierungen zu. [Mehr dazu.](#)

Vorschau: Desktop News Feed

**GrimmHeimat NordHessen**  
Gesponsert ·

Winterstimmung am frühen Abend im Kurpark in schickt uns Verena! #Herzverlieren

Durch Klicken auf „Bewerben“ stimmst du den [Nutzungsbedingungen](#) von Facebook zu | [Hilfebereich](#)

### Zielgruppe bearbeiten

Stelle sicher, dass du deine Änderungen nach der Bearbeitung speicherst.

**Geschlecht**

Alle Männer Frauen

**Alter**

18 - 65+

**Standorte**

Deutschland  
Hessen  
Standorte hinzufügen

**Detailliertes Targeting**

Personen **EINSCHLIESSEN**, auf die mindestens **EINES** der folgenden Merkmale zutrifft

Demografie, Interessen oder Verhaltensweisen | [Vorschläge](#) [Durchsuchen](#)

- Demografische Angaben
- Interessen
- Verhalten

[Personen ausschließen](#)

Deine Zielgruppe ist **definiert**. Gut gemacht!

Potenzielle Reichweite: 2.700.000 Personen

Spezifisch Groß

[Abbrechen](#) [Speichern](#)

# PROMOTED POSTS AUF FACEBOOK

## Sinnvoll z.B.

- Bei kleinem Budget
- Zum Aufbau einer Seite
- Für Aktionen
- Für Veranstaltungen

## Ziel:

- Markenbekanntheit
- Reichweite
- Interaktionen



# FACEBOOK ADS

Breites Spektrum an benutzerdefinierten Lösungen:

## Anzeigenziele:

Website-Klicks, Seiteninteraktionen, Conversions, Lead-Generierung

## Targeting:

Demografische Angaben, Verhalten, Interessen, uvm.

## Anzeigenplatzierung:

News Feed, Mobil oder Desktop, Instagram, uvm.

## Anzeigenformate:

Bild, Video, Slideshow, Karussell, uvm.

**Format**  
Lege fest, wie deine Werbeanzeige aussehen soll.

☒

**Karussell**

Erstelle eine Werbeanzeige mit mindestens 2 scrollbaren Bildern oder Videos

☐

**Einzelnes Bild**

Erstelle bis zu 6 Werbeanzeigen mit jeweils einem Bild ohne zusätzliche Kosten

☐

**Einzelnes Video**

Erstelle eine Werbeanzeige mit einem Video

☐

**Slideshow**

Erstelle eine Anzeige mit einer Videoschleife aus bis zu 10 Bildern

☐

**Video**

Erstelle eine Werbeanzeige mit einem Video



# FACEBOOK ADS

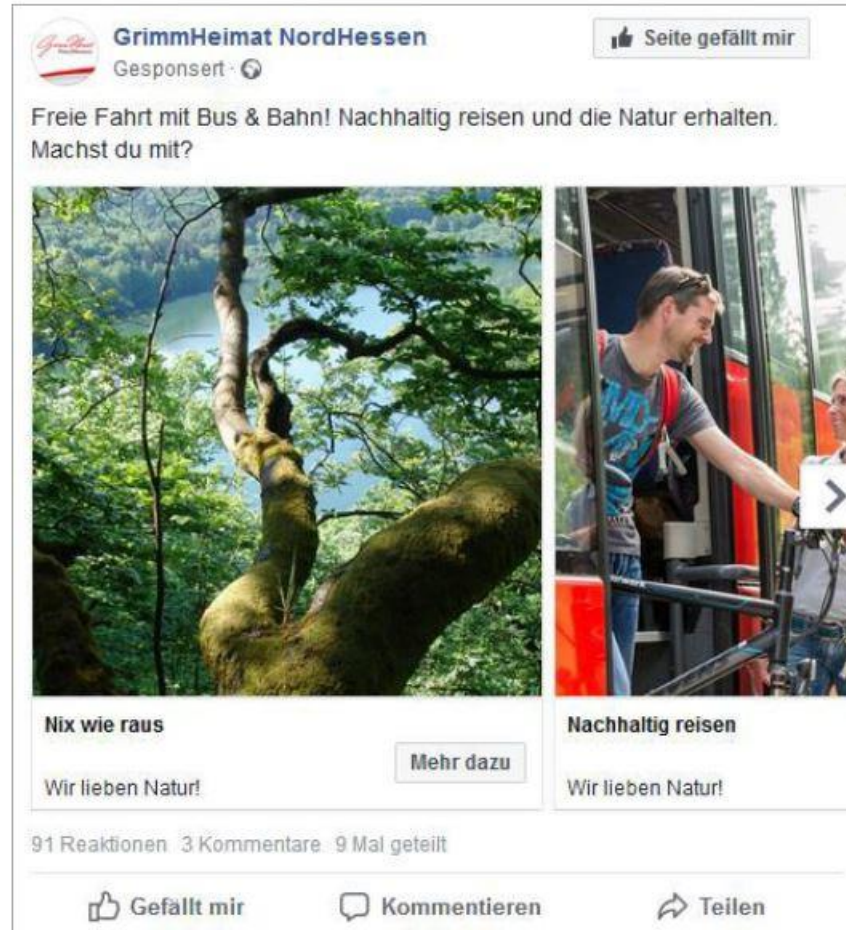
## Sinnvoll z.B.

- Im Rahmen „größerer“ Kampagnen
- Wenn weiterführende Inhalte auf der Website zu finden sind

## Ziel:

- Website-Klicks (Conversions)
- Ggf. auch Buchungen
- Reichweite
- Lead-Generierung (Interessentengewinnung, Abfragen von Kundendaten, wie z.B. Email-Adressen für Newsletter)

GERMANY - HNA - GRIMMHEIMAT NATUERLICH URLAUB - 12487 - JUNE - Ad 1



**VIELEN DANK  
FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT**



- **Klicks:** Die Anzahl an Klicks, die deine Werbeanzeige von Personen bekommt, die sie gesehen haben.
- **Klickrate** oder **CTR:** Die Anzahl der Klicks, die du erhalten hast, geteilt durch die Anzahl der Impressionen.
- **Impressionen:** Werbepattformen messen Impressionen möglicherweise unterschiedlich. Bei Facebook werden Impressionen als die Anzahl definiert, mit der Personen deine Werbeanzeige erstmalig auf ihrem Bildschirm sehen.
- **Reichweite:** Gibt die Anzahl der Personen an, denen deine Werbeanzeige gezeigt wurde.
- **Frequenz:** Die Frequenz gibt an, wie häufig deine Werbeanzeige durchschnittlich für eine Person geschaltet wurde.
- **CPM (Kosten pro 1.000 Impressionen):** Die Durchschnittskosten, die du für 1.000 Impressionen für deine Werbeanzeige bezahlt hast.
- **CPC (Kosten pro Klick auf Link):** Der durchschnittliche Betrag, den du jedes Mal bezahlst, wenn jemand auf deine Werbeanzeige klickt. Zur Berechnung dieses Betrags wird der Betrag, den du für eine Werbeanzeige gezahlt hast, durch die Anzahl der getätigten Klicks geteilt.
- **Conversions:** Conversions sind Handlungen von Kunden, wie das Tätigen eines Kaufs oder das Hinzufügen zu einem Einkaufswagen auf einer Webseite.