



# Wie plane ich Social-Media-Aktivitäten?

## Tipps und Tricks für die tägliche Bündnisarbeit

Mit einem Social-Media-Kanal kann der öffentliche Auftritt Ihres Lokalen Bündnisses mehr Aufmerksamkeit erhalten. Jedoch setzt dies eine kontinuierliche Betreuung voraus, die gut organisiert und gepflegt werden muss. In dieser Arbeitshilfe stellen wir Ihnen Möglichkeiten vor, wie Sie Ihre Social-Media-Aktivitäten arrangieren, strukturieren und planen können.

### Social-Media-Guidelines

Ihr Lokales Bündnis hat mehrere Personen im Team, die alle in die Social-Media-Aktivitäten integriert werden sollen? Doch das Team ist wenig erfahren im Umgang mit den sozialen Medien und es fehlt ein einheitliches Vorgehen? Dann lohnen sich sogenannte Social-Media-Guidelines. Dies sind hilfreiche Richtlinien, die Ihrem Team Sicherheit im Umgang mit dem Auftritt Ihres Lokalen Bündnisses in den sozialen Medien geben. Sie helfen im Umgang mit Kritik und enthalten Informationen zum Datenschutz-, Urheber- und Persönlichkeitsrechten.<sup>1</sup> Daher sollten sich die Inhalte der Social-Media-Guidelines an den Bedürfnissen Ihres Lokalen Bündnisses orientieren. Sie können u. a. enthalten:

- Eine kurze Einführung in das Thema
- Ziele und Strategien
- Das Auftreten Ihres Lokalen Bündnisses

- Verhaltensregeln in den sozialen Medien
- Rechtliche Fragen (Datenschutz-, Urheber- und Persönlichkeitsrecht – **informieren Sie sich hier gut!**)<sup>2</sup>

Ihre Social-Media-Guidelines können Sie mithilfe von guten Beispielen aus dem Internet einfach selbst im Team festlegen. Überlegen Sie alle zusammen, wie Sie Ihre Social-Media-Guidelines gestalten wollen.<sup>3</sup>

#### Hier finden Sie gute Beispiele für Social-Media-Guidelines:

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend  
Bundeswehr  
Fraunhofer-Gesellschaft

1 Belvederesi-Koch, Rebecca. 2013. Erfolgreiche PR im Social Web. Das praktische Handbuch. Bonn: Galileo Press.

2 <https://www.business-wissen.de/artikel/social-media-guidelines-fuer-mitarbeiter-mit-beispielen/>. Abrufdatum: 20.08.2024.

3 <https://www.business-wissen.de/artikel/social-media-guidelines-fuer-mitarbeiter-mit-beispielen/>. Abrufdatum: 20.08.2024.

## Tipps für die Content-Planung

Bevor es an die konkrete Planung geht, bestimmen Sie, welche Ziele Sie mit Ihrem Social-Media-Kanal erreichen möchten. Ihren Content, bestehend aus Posts, Reels oder Storys, erstellen und planen Sie, um diese Ziele zu erreichen.<sup>4</sup>

Mit folgenden Tipps und Tricks können Sie Ihrer Content-Planung Struktur verleihen:

- 1. Planen Sie Ihren Content langfristig:** Jeden Tag einen Post zu schreiben ist zu anstrengend. Nehmen Sie sich regelmäßig Zeit und erstellen Sie einen Content-Speicher, der Veröffentlichungen für die nächsten Wochen oder sogar Monate enthält. Dadurch sparen Sie wertvolle Zeit.
- 2. Setzen Sie Prioritäten:** Welche Aufgaben bezüglich der Pflege Ihres Social-Media-Kanals oder Posts sind wichtiger und besitzen mehr Dringlichkeit als andere? Setzen Sie Prioritäten und arbeiten Sie nach ihnen.
- 3. Der Social-Media-Kalender:** Wann möchten Sie was posten? Erstellen und pflegen Sie einen

Social-Media-Kalender (z. B. mithilfe einer Excel-Tabelle), in dem Sie eintragen, welchen Content Sie wann veröffentlichen möchten. Sie können den Tag und die Uhrzeit der Veröffentlichung im Voraus bestimmen.

Möchten Sie, dass Ihr Content zum geplanten Zeitpunkt automatisch gepostet wird? Recherchieren Sie online sogenannte Tools, die Ihnen dabei helfen. Mit diesen meist kostenpflichtigen Tools datieren Sie Ihren Content nicht nur vor und posten ihn automatisch zum gewählten Zeitpunkt, mit ihrer Hilfe können Sie Ihre Social-Media-Aktivitäten auch auswerten.

### Was versteht man unter „Content“ und „Content-Planung?“

Der Begriff „Content“, auf Deutsch „Inhalt“, bezeichnet sämtliche Formen von Inhalten im Internet.<sup>5</sup> Dazu zählen im Bereich Social-Media u.a. Posts, Reels und Stories oder auch Bilder. Dementsprechend ist „Content-Planung“ die strategische Planung dieser Inhalte, also wann welcher Inhalt veröffentlicht werden soll.<sup>6</sup>

## Ist Ihr Content guter Content?

Nach dem Erstellen und vor der Veröffentlichung können Sie prüfen, ob Ihr Content wirklich guter Content ist. Denn nur guter Content stellt einen Mehrwert für Ihren Kanal dar und bindet bestehende und generiert neue Follower.

Zur Prüfung Ihres Contents können Sie beispielsweise das einfache und alltagstaugliche KUDOS-Modell von Charlene Li und Josh Bernoff von Forrester Research<sup>7</sup> nutzen. Das KUDOS-Modell gibt 5 Kriterien vor, die erfüllt sein müssen, damit man von gutem Content sprechen kann:

**Knowledgeable:** Ist Ihr Content gut zu merken und wiedererkennbar?

**Useful:** Ist Ihr Content wertvoll und bietet einen Nutzen bzw. Mehrwert für Ihre Follower?

**Desireable:** Ist Ihr Content außergewöhnlich und begehrenswert?

**Open:** Ist Ihr Content authentisch, glaubwürdig, ehrlich und transparent?

**Shareable:** Ist Ihr Content leicht zugänglich und teilbar für Ihre Follower?<sup>8</sup>

4 <https://blog.hootsuite.com/de/content-planung-fur-soziale-medien/>. Abrufdatum: 20.08.2024.

5 <https://www.onlinemarketing-praxis.de/glossar/content>. Abrufdatum: 16.09.2024.

6 <https://www.textbroker.de/8-tools-fuer-die-content-planung#:~:text=Was%20ist%20Content%2DPlanung%3F,auf%20welchem%20Kanal%20ver%3B6ffentlich%20wird>. Abrufdatum: 16.09.2024.

7 Li, Charlene und Bernoff, Josh. 2008. Groundswell. Winning in a world transformed by social technologies. Harvard Business Press: Boston, MA.

8 <https://www.marketingkurs.de/social-media-marketing-smm/social-media-strategie/kanaele-und-inhalte-auswaehlen.html>. Abrufdatum: 20.08.2024.

Ein Beispiel für einen guten Post finden Sie auf dem Instagram-Kanal des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) [@bmfsfj](#): Im Post vom 14. August 2024 teilt das BMFSFJ auf 6 Seiten alles Wichtige zum weiterentwickeltem KiTa-Qualitätsgesetz mit, ist also für die Follower „Useful“ und „Open“. Dank des Corporate Design ist der Post „Knowledgeable“. Aufgrund der Aktualität und des Nachrichtenwerts ist der Post „Desireable“. Außerdem ist der Post oben auf dem Profil angeheftet, gleich für den Follower erkennbar, also „Shareable“.<sup>9</sup>

Neben einer guten Organisation, Planung und Strukturierung ist eine Sache besonders wichtig: Flexibilität! Unvorhergesehene Ereignisse können bedeuten, dass Sie flexibel sein und Änderungen oder Neues spontan auf Ihrem Social-Media-Kanal veröffentlichen müssen.

So steht Ihren erfolgreichen Social-Media-Aktivitäten nichts mehr im Weg.

Weitere Tipps für eine erfolgreiche Social-Media-Arbeit, finden Sie [hier](#).



Quelle: [@bmfsfj](#)

<sup>9</sup> [https://www.instagram.com/p/C-o8cpvliQd/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==](https://www.instagram.com/p/C-o8cpvliQd/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==).  
Abrufdatum: 20.08.2024.