



si|communication

SOCIAL MEDIA **STARTER KIT**

PLATTFORM-PERFORMANCE ÜBERBLICK FÜR 2024

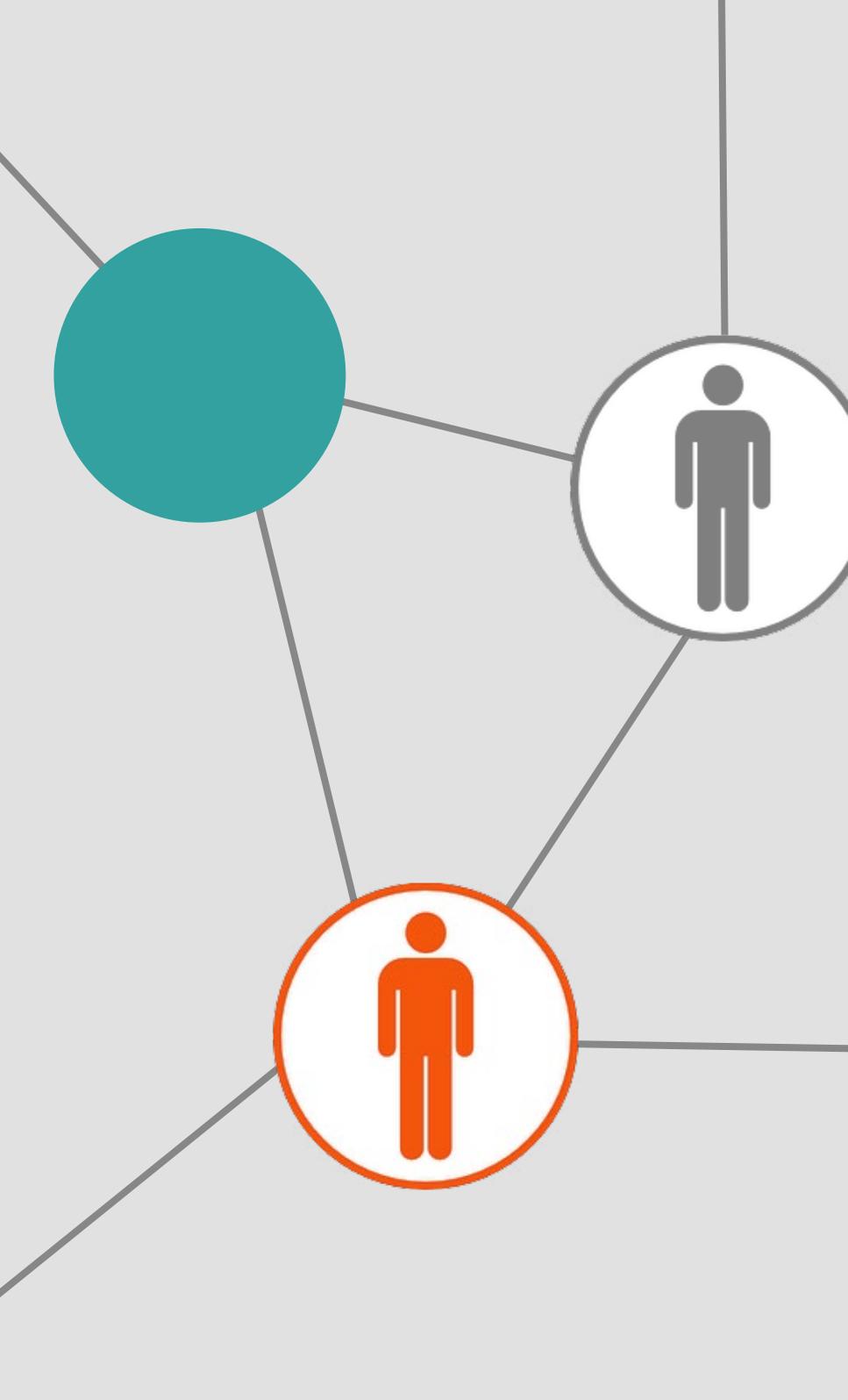
- 81,4% der Internetnutzer:innen in Deutschland (altersunabhängig) sind auf mindestens einer Social-Media-Plattform unterwegs
- 20,5% der Nutzer:innen in Deutschland suchen nach Produkten zum Kaufen
- Plattformen-Ranking: Youtube (85,1%), Whatsapp (84,7%), Instagram (61,9%), Facebook (60,2%), Tiktok (36,3%), gefolgt von Pinterest, Telegram, X, Snapchat
- Nutzungsdauer-Ranking (h pro Monat): TikTok (ca. 38 h), Youtube (ca. 15 h), Facebook (ca. 11h), Instagram (ca. 11 h), Whatsapp (ca. 9 h), Snapchat (ca. 7 h), Pinterest (ca. 1 h), LinkedIn (ca. 0,75 h)
- Trend für videobasierte Plattformen bleibt bestehen

A large magnifying glass graphic with a grey handle and frame, focusing on the text 'Stats* Jan 24'.

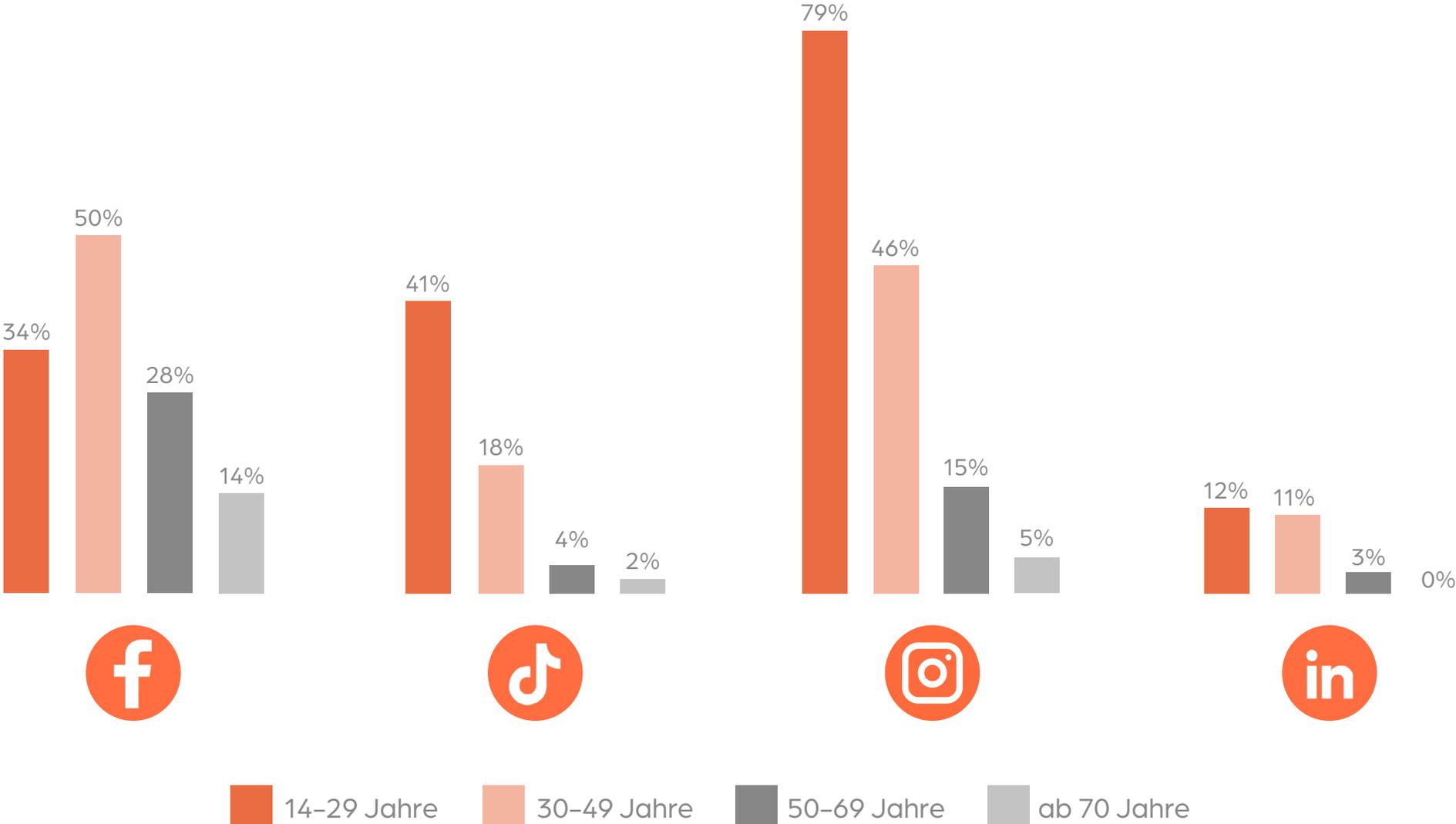
Stats*
Jan 24

STRATEGIE & MARKETING

- Starten Sie mit einer fundierten Analyse. Fragen, die Sie sich stellen könnten wären beispielsweise:
 - Wer ist meine Zielgruppe?
 - Welche Ziele verfolge ich mit meiner Präsenz auf Social Media?
 - Welche Kanäle sollte ich unter Berücksichtigung der Antworten auf diese Fragen wählen und warum, kurzum: Wo kann ich meine Zielgruppe erreichen?
 - Welche Kapazitäten und Budget habe ich?
- Fokussieren Sie sich auf die für Sie relevantesten Social Media Plattformen, um qualitativen Output und bessere Planung & Monitoring zu gewährleisten
- Nutzen Sie Tools zur Planung und Automatisierung von Posts, Storys, Reels und Anzeigen, z.B. Cross-Posting von Instagram auf Facebook über Meta-Business-Suite
- Verwenden Sie Analysetools, um Ihre Zielgruppe besser zu verstehen und zu reagieren, z.B. Instagram Dashboard



DEMOGRAFISCHER ÜBERBLICK



*Anteil der Nutzer von Social-Media-Plattformen nach Altersgruppen in Deutschland im Jahr 2023: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/543605/umfrage/>

ORGANISCH, PAID & IHRE COMMUNITY

- Ein guter Content-Mix ist essenziell für Ihren Erfolg:
 - Organisch = regulärer Content, der authentische Interaktionen und langfristiges Wachstum fördert
 - Paid = bezahlter Content in Form von Anzeigen oder gepushten Beiträgen, die eine größere Reichweite und schnelle Ergebnisse ermöglichen (z.B. direkt in Instagram oder über den Meta-Werbeanzeigenmanager möglich)
- Betreiben Sie aktives Community-Management, um ein besseres Verständnis für die Bedürfnisse und Wünsche Ihrer Zielgruppe zu erhalten und das Vertrauen und Engagement Ihrer Follower zu steigern. Dies umfasst beispielsweise:
 - Liken und beantworten von Kommentaren und Nachrichten
 - Aktives Einbeziehen mit Umfragen oder Gewinnspielen
 - Privaten Nachrichten-Channel auf Instagram pflegen
- Kooperationen mit Unternehmen & Influencern können Ihre Reichweite, Bekanntheit und Vertrauen steigern



3–5 mal pro Woche posten
(für höheren Zuwachs täglich posten)



5–7 mal pro Woche posten



1–2 mal pro Woche posten

TIPP:
Täglich Kanäle checken
und aktiv sein, um flexibel
zu bleiben und auf Trends
oder Community-
und Kundenfeedback
reagieren zu können!

CONTENT & GESTALTUNG

- Passen Sie den Content & Ansprache (Duzen oder Siezen) an die Plattform an: Instagram eher locker und offen, LinkedIn eher Business-like
- Goldene Regeln bei der Texterstellung:
 - Kurze Texte werden auf Instagram eher gelesen, LinkedIn gerne etwas ausführlicher und detaillierter
 - Ein Call-To-Action (CTA) am Ende animiert zur Interaktion und sollte daher nie fehlen
 - Verwenden Sie nur relevante Hashtags, aktuell werden eher wenig Hashtags genutzt (max. 6 Stück)
- Entwickeln Sie wichtige und aktuelle Highlights, z.B. About us, Feedback, Behind-the-Scenes, wichtige Produkte etc.
- Bieten Sie Ihrer Community einen Mehrwert mit Ihrem Content und gehen Sie auf Wünsche von Seiten der Community ein (Was will meine Community sehen?)



DESIGN

The logo features the word "DESIGN" in a bold, white, sans-serif font. The letter "I" is replaced by a stylized lightbulb icon with a yellow glow and a blue base. The logo is centered within an orange speech bubble that has a teal tail pointing downwards and to the left. The background of the slide is a light gray gradient.

TYPHO

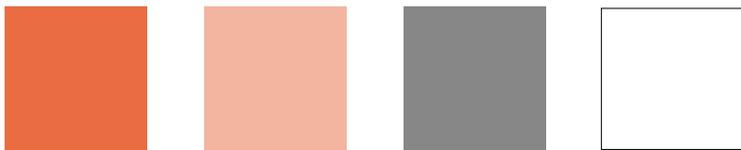
Montserrat Bold

Headline, Betonung

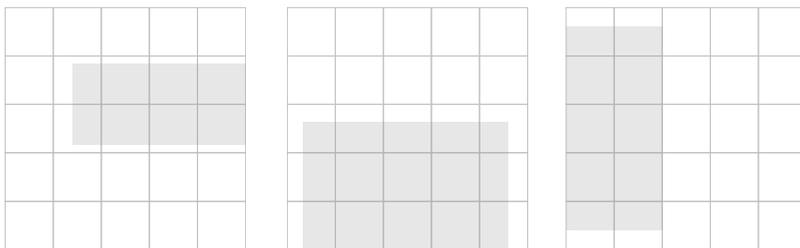
Montserrat Light

Fließtext

FARBEN



LAYOUT



*Beispielansicht einer visuellen Klammer

- Achten Sie auf eine ausgeglichene Feed-Ansicht durch Entwicklung einer visuellen Klammer (Farb- & Bildwelt, Schriftwahl, grafische Elemente, evtl. feste Anordnung einzelner Elemente)
- Investieren Sie in eigenes authentisches Bild- und Videomaterial und in Stock-Bilder (nicht ausschließlich, denn das fällt auf und man büßt an Authentizität ein)
- Auf Formate achten, damit Posts, Storys, Reels etc. gerätübergreifend optimal ausgespielt werden (Mobil, Desktop...)
- Neben dem Content-Mix sollten Sie unbedingt auf abwechslungsreiche Content-Formate setzen: Statischer Post (Bild oder Grafik) vs. Reel
- Verschiedene inhaltliche Kategorien sollten gestalterisch auf den ersten Blick in der Feed-Ansicht erkennbar sein, z.B. FAQs, Gewinnspiele, Themenwochen, Fakten, Quotes etc.
- Storys sind wichtig (gerade durch den Interaktions-Button wird Community animiert mehr zu interagieren)
- Experimentieren Sie mit neuen Plattform-Features: Instagram pusht oft Beiträge, die neue Features enthalten (bspw. Corona-Sticker, Interaktions-Buttons etc.)

PLATTFORMSPEZIFISCHE VORGABEN

- Titelbild: 851 x 315 px
- Profilbild: 170 x 170 px
- Ad und Post: 1.080 x 1.080 px
- Story und Video: 1.080 x 1.920 px
- Story max. 15 sec., Video max. 10 min



- Ad und Video: 1.080 x 1.920 px
- In TikTok erstellte Videos max. 60 sec.
- Hochgeladene Videos max. 3 min.

- Profilbild: 400 x 400 px
- Ad und Post: 1.080 x 1.080 px
- Titelbild (Unternehmen): 1.128 x 191 px
- Video: 1.080 x 1.080 px/ 1.080 x 1.920 px
- Video max. 15 min



- Thumbnail: 161 x 161 px
- Ad und Post: 1.080 x 1.080 px
- Story und Reel: 1.080 x 1.920 px
- Story max. 60 sec., Reel max. 90 sec.

QUICK-CHECK FÜR IHR SOCIAL MEDIA

Zielgruppe kennen und für passende Social Media Plattformen entscheiden

Vorab Content-Kategorien und Gestaltungselemente festlegen

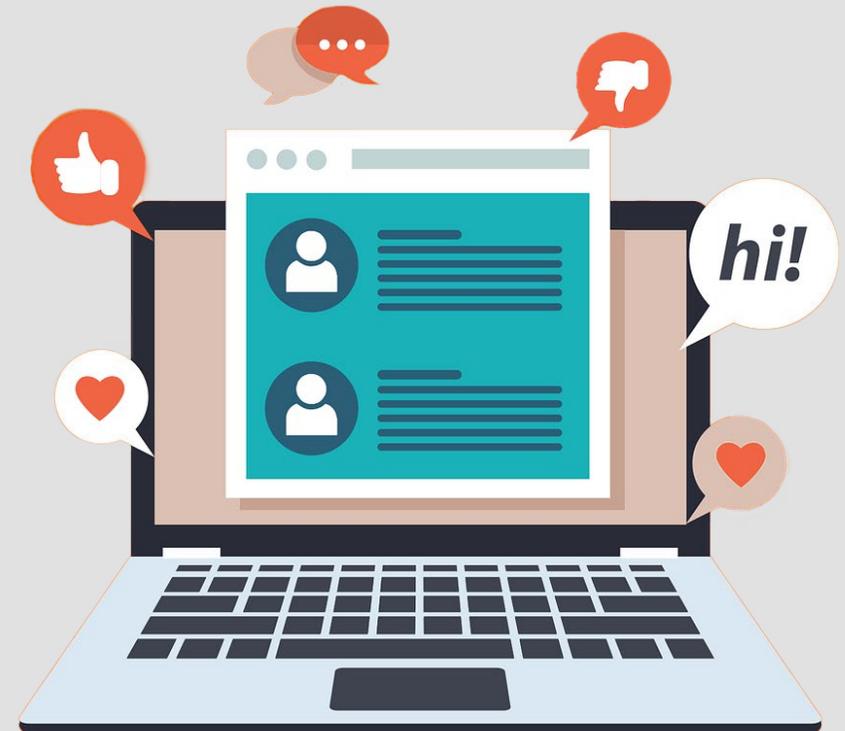
Prägnante Beiträge mit Mehrwert und CTA am Ende verfassen

Auf Abwechslung zwischen Bild- und Video-Content achten (Mobile First)

Regelmäßig posten und intensiv Community Management betreiben

Kontinuierliches Monitoring und Performance-Analysen

Sollten Sie Hilfe benötigen, besteht auch immer die Möglichkeit, mit einer Agentur zusammenzuarbeiten, die in Ihrem Sinne die Kanäle betreut. Auch in diesem Fall achten Sie darauf, personelle Ressourcen bereit zu halten.



SOCIAL MEDIA **STARTER KIT**

si|communication

Spiegel Institut Communication GmbH & Co. KG
Friedrich-Koenig-Straße 3-5
D-68167 Mannheim

Kontakt: socialmedia@sicommunication.de



**TANZEN SIE MIT UNS
AUS DER REIHE**

