

## pressto whitebook



## Social Media in der Unternehmenskommunikation

pressto • agentur für medienkommunikation

pressto gmbh • corneliusstraße 15 • 50678 köln  
fon +49.(0)2 21.88 88 58.0 • fax +49(0)2 21.88 88 58.88  
info@pressto.de • www.pressto.de



## Inhalt

1. Social Media in der Unternehmenskommunikation
2. Planung
3. Praxis-Tipps
4. Aktuelle Social-Media-Trends
5. Beispiele

### These:

Die Präsenz in sozialen Netzwerken ist für Unternehmen heute unabdingbar, um im Zeitalter der digitalen Transformation zu bestehen.

## 1. Social Media in der Unternehmenskommunikation

### *Dabei sein ist alles!*

Aufgrund der starken Interaktion mit Nutzern und Nutzerinnen tragen Soziale Medien in hohem Maße zur Bekanntheit Ihres Unternehmens und Ihrer Marke bei. Zudem können Sie Besucher von den sozialen Netzwerken aus direkt auf Ihre Website leiten und so Ihre Marke oder Botschaft noch bekannter machen.

Interagieren Sie in Ihren Beiträgen zudem mit Ihren Followern, antworten Sie auf ihre Fragen und fragen Sie sie umgekehrt auch nach ihrer Meinung. Nutzen Sie Soziale Netzwerke zur Pflege Ihrer Kundenbeziehungen.

## 2. Planung:

Beachten Sie die folgenden Schritte, um ein nachhaltiges Social-Media-Konzept zu entwickeln:

- Überlegen Sie sich genau, welche Dialoggruppe Sie erreichen möchten, mit welcher Art von Content Sie diese Personen am besten erreichen und wie sie ihr Interesse dauerhaft halten können (bspw. Peer-to-Peer-Kommunikation, um junge Menschen anzusprechen).
- Finden Sie heraus, welche Plattformen Ihre Dialoggruppe am meisten nutzt. Millenials erreichen Sie am besten auf Instagram. Aber auch Facebook, Twitter, SnapChat, Youtube, Twitch, TikTok und Pinterest haben Nutzerzahlen in Millionenhöhe.
- Seien Sie kreativ und erstellen Sie einzigartigen Content, um sich von der Konkurrenz abzuheben. Aber: Veröffentlichen Sie nur dann Beiträge, wenn Sie auch wirklich hochwertigen Content haben. Klasse statt Masse!
- Ein Redaktionsplan hilft, den Überblick zu behalten und wichtige Anlässe und Aufhänger nicht aus dem Auge zu verlieren.
- Um den Erfolg Ihrer Marketing-Aktivitäten zu messen, sollten Sie Ihre Social-Media-Kennzahlen prüfen und steuern. Social-Media-Kennzahlen sind Daten, die Aufschluss über die Performance Ihrer Beiträge geben. So finden Sie heraus, was bei Ihrer Zielgruppe gut ankommt, etwa durch viele Klicks, Kommentare und Likes. Die Plattformen bieten dafür integrierte Analysetools an (bspw. Facebook Analytics, Instagram Insights).



### 3. Praxis-Tipps:

Um sicher zu sein, dass Ihre Botschaften den Nerv der Dialoggruppe treffen, sollten Sie einige handwerkliche Tipps und praktische Methoden beherzigen:

- Erzählen Sie Ihre Geschichte im Hochformat, egal ob Sie ein Foto, ein Meme oder ein Video posten: Vertikale Videos haben das klassische Breitbildformat im digitalen Raum vielfach abgelöst, da laut Statista über 80 Prozent der Nutzer auf ihrem Mobiltelefon surfen.
- „Was nützlich ist, ist nicht langweilig“: Helfen Sie Ihren Followern bei einem Problem. Denken Sie an alltägliche Fragen, auf die Ihre Dialoggruppe womöglich eine Antwort sucht.
- Vermeiden Sie Jargon und orientieren Sie sich an der gesprochenen Sprache. Schreiben Sie am besten so, wie Sie sprechen.
- Beweisen Sie Humor! Wenn das Ganze natürlich wirkt und nicht vom Inhalt ablenkt, kann ein unbeschwerter Ton die Aufmerksamkeit der Dialoggruppe länger fesseln.
- Benutzen Sie Analogien, um komplexe Sachverhalte einfach zu erklären.
- „In der Kürze liegt die Würze“: Schwer lesbare und lange Texte werden selten zu Ende gelesen. Versuchen Sie, aus 100 Wörtern 30 zu machen.
- Bringen Sie Struktur in Ihre Posts: Aufzählungszeichen, Listen, Kacheln und andere Formatierungsmittel sorgen für mehr Übersichtlichkeit.



- Sorgen Sie für Aufmerksamkeit, indem Sie die Nutzer überraschen oder auch mal provozieren. So erhöht sich die Chance, dass Nutzer auf Ihre Beiträge reagieren (Beispiel: „Dieser Treibstoff ist Mist! Aber umweltfreundlich, denn Biogas aus Kuhmist ist grüne Energie.“).

#### 4. Aktuelle Social-Media-Trends:

Social Media ist kein Selbstläufer, aber wenn Sie am Puls der Zeit bleiben und offen für neue Trends sind, wird Ihre Dialoggruppe das bemerken und mit Ihnen interagieren:

- Durch Apps und Funktionen wie TikTok, Koji oder Instagram Reels ist eine ganz neue Kultur des „Remixings“ entstanden. Der Begriff beschreibt, wie Nutzer im Netz vorhandene Inhalte so umwandeln, dass etwas Neues entsteht. „User Generated Content“ aus Remixes führt zu mehr Interaktion. Unternehmen und Influencer nutzen die Chance, ihre Community mit Challenges und kreativem Content an sich zu binden.
- Durch die Corona-Pandemie haben sich vier Werte in Zusammenhang mit COVID 19 etabliert, die Social-Media-Marketing momentan oft aufgreift:
  - Community (Gemeinschaft)
  - Contactless (Kontaktlos)
  - Cleanliness (Sauberkeit)
  - Compassion (Mitgefühl)
- „Memes“ sind kein neues Phänomen. Trotzdem gewinnen die von Usern kreierten Bildinhalte weiter an Bedeutung: 43 Prozent der 16- bis 29-Jährigen teilen die Bilder und Videos regelmäßig, 37 Prozent sind davon überzeugt, dass sie Kunst sind. Meist handelt es sich um einen kleinen Medieninhalt, der über das Internet verbreitet wird, wie ein Bild mit einer kurzen, prägnanten Aussage.



- Die Lust auf Retro und Nostalgie im Netz ist groß. Die Menschen erinnern sich schon immer gerne an die „gute alte Zeit“ zurück, aber in Krisenzeiten wächst dieses Bedürfnis noch stärker.
- Auch Unternehmen außerhalb der Gaming-Branche entdecken Spiele für sich. Zum Beispiel, indem Sie ein tagesaktuelles Ereignis als Aufhänger nutzen, um Wetten anzunehmen. Wer richtig tippt, bekommt einen Preis.
- Die klassischen Marketingmaßnahmen werden wieder relevanter: Newsletter und Podcasts haben wieder an Zuwachs gewonnen. Unternehmen können die Online-Maßnahmen der „älteren Semester“ also wieder umfangreicher für sich einsetzen und damit auch bei Jüngeren punkten.



- Die etablierten Plattformen sind noch nicht vom „alten Eisen“: Nach wie vor hat Facebook ein riesiges Monopol auf Daten, wodurch sich ein Vorteil für Unternehmen beim Zielgruppentargeting ergibt, an dem kaum zu rütteln ist. Und Instagram hat mit "Reels" eine neue Funktion ergänzt, die auf dem Prinzip von Start-up-Konkurrent TikTok beruht.
- Desinformation und Fake-News in sozialen Netzwerken haben stark zugenommen. Umso wichtiger

wird es für Unternehmen, mit Transparenz und Ehrlichkeit dagegenzuhalten. Social-Media-Nutzer wissen einen transparenten und verantwortungsvollen Umgang mit Informationen durchaus zu schätzen.

- Sozial- und Umweltbewusstsein werden gerade für junge Menschen immer wichtiger: Um diese Dialoggruppe abzuholen, sollte man sich stärker mit Themen wie Inklusion, sozialer Gerechtigkeit, Gleichstellung sowie Umwelt- und Klimaschutz beschäftigen.

## Kontakt

Die PRESSTO GmbH unterstützt Sie aktiv bei der Konzeption und Umsetzung von Auftritten und Kampagnen in Sozialen Netzwerken. Fragen Sie unverbindlich an:

pressto – agentur für medienkommunikation  
pressto gmbh • corneliusstraße 15 • 50678 köln  
fon +49.(0)2 21.88 88 58.0 • fax +49(0)2 21.88 88 58.88  
info@pressto.de • www.pressto.de