Franken Sein: Guideline für Social Media

Stand: 19.06.2019

Beitragsteaser

Länge

Generell gilt: In der Kürze liegt die Würze. Insbesondere in sozialen Netzwerken ist es wichtig, sich kurz und prägnant auszudrücken. Je nach Kanal unterscheiden sich jedoch die Rahmenbedingungen für Teaser. Tipps:

- Facebook: Zwischen einem und drei Sätzen (je nach Komplexität des Inhalts)
- Instagram: Caption wird eher selten gelesen, deshalb so kurz wie möglich, die wichtigsten Informationen möglichst weit vorne platzieren

Do's

Grundsätzlich gilt: Ein Teaser sollte den User dazu animieren, auf den Beitragslink zu klicken - aber nicht um jeden Preis.

- Die Kunst liegt darin, dem User den verlinkten Beitrag mit wenigen Zeichen schmackhaft zu machen, ohne dabei zu viel zu verraten
- Community direkt ansprechen: im Stil der CI schreiben (wir duzen), ladet zum Gespräch ein
- Persönlicher „Absender" - Gerne „Wir" und „uns" verwenden
- Ansprechende Cliffhanger
- Wenige, zu dem Thema passende Emojis (außer bei ernsten Themen)
- Aufforderungen verwenden, um den User zum Interagieren zu animieren (Klicks, Kommentare, Gefällt-mir…)

- Instagram: zwei feste Hashtags (#frankensein, #imherdsnafrangge) und danach maximal zwei zum Thema passende Hashtags

Don'ts

- **SPOILER!** – greife nicht das wichtigste bereits vorweg
- Die Informationen im Teaser dürfen nicht irreführend sein, da der User sonst schnell verärgert ist (kein Clickbait!)
- Keine doppelten Informationen (Social Media-Teaser sollte andere Informationen enthalten als der Beitrags-Teaser und das Snippet (bei Facebook))
- Passive Formulierungen
- Keine Floskeln oder Füllwörter verwenden
- Wiederholungen vermeiden
- Zeichenspam
- Zu viele Emojis

<u>How to get started</u>

1. **Mache dir klar, warum der Beitrag relevant ist**. Welche Informationen über den Artikel kannst du im Teaser preisgeben, sodass der User weiß, dass der Beitrag ihm einen Mehrwert liefert? (Diese bzw. einen Teil dieser Informationen kannst du in deinem Teaser verwerten.)

2. **Formulieren.**
    a. Verdeutliche, um was es in dem Beitrag gehen wird. Der User sollte sich schon ein gutes Bild von dem machen können, was ihn erwartet (achte darauf, dass sich keine Dopplungen mit bspw. dem Beitragstitel einschleichen)
    b. Lasse bei deinem Teaser Fragen offen, sodass der User Neugier auf mehr verspürt
    c. Vermeide lange und umständliche Satzkonstruktionen – leicht verständliche, einfache Sätze versteht jeder auf den ersten Blick

3. **Kürzen und vereinfachen** (gegebenenfalls): In den meisten Fällen neigen wir dazu, unsere Sätze umständlich und mit vielen Nebensätzen zu konstruieren. Sollte dein Teaser noch zu lang sein, könnten folgende Tipps sinnvoll sein:
    a. Informationen aus Nebensätzen im Hauptsatz unterbringen
    b. Lange Sätze kürzer formulieren
    c. Unnötige Informationen und Wörter streichen

4. **4-Augen-Prinzip:** Es kann sinnvoll sein, deinen Teaser noch einmal von einer weiteren Person gegenlesen zu lassen. Versteht sie alles? Würde sie auf den Link klicken? Gibt es störende Elemente?

Beitragsformate

1. **Verlinkte Seitenbeiträge (siehe Beitragsteaser)**

2. **Eigene Bilder**

   Eigene Bilder werden immer im selben Design und Aufbau gepostet:

   - Weiße Kontur - Stärke: 35pt
   - Farbüberlagerung in FrankenSein-Rot (R: 156 G: 16 B: 6) – Transparenz: 60%
   - URL mittig unter den Spruch
   - FrankenSein-Favicon in Weiß in eine der Bildecken (je nach Bildkomposition)

Beispiel für solche Bilder:

a. Fränkischer Spruch mit passendem Anlass (Feiertage, aktuelle Situationen oder Veranstaltungen)
b. „Franggenfrage der Woche“ – lädt zur Interaktion ein: Abstimmungen, Kommentare, Umfragen

3. **Reposts (Instagram – mithilfe der App „Repost“)**
    a. FrankenSein wird auf Instagram häufig in Bildern aus Franken verlinkt
    b. Schöne Bilder können entsprechend honoriert und geteilt werden (mit Namensverlinkung des Urhebers!)

4. **Stories (Facebook und Instagram)**
    a. Qualitativ hochwertig gestaltet – soll nicht amateurhaft wirken
    b. Interaktionen können hier gut eingebaut werden (Umfragen, Abstimmungen, etc.)
    c. Orts- und Accountverlinkungen mit einsetzen (höhere Reichweite)
    d. GIFs können eingesetzt werden (nicht zu viele und passende)
    e. FrankenSein hat auch eigene GIFs (Giphy.com – Account: @frankensein)
    f. An Veranstaltungen oder passenden Anlässen kann FrankenSein auch selbst vor die Kamera treten und die Zuschauer durch das Geschehen führen. Dabei gilt: Auf Tonalität achten
    g. Videos für die Story immer in 9:16-Format! Auch ein Zusammenschnitt eines Videos (Format 16:9) sollte an das Format 9:16 angepasst werden
    h. Beiträge können gut über eine Story angeteasert werden (gestalterisch frei – wenn möglich: Open Sans als Schriftart und FrankenSein-Rot für farbliche Elemente)
    Am Schluss immer den Hinweis auf die FrankenSein-Webseite + Link in die Instagram-Bio packen

5. **Inhalte teilen, alte Seitenbeiträge neu hervorheben, Veranstaltungsposts, *Wo sind wir gerade in Franken unterwegs?* (Ratebilder ggfs. Auch mit FrankenSein-Sticker) -** gute Möglichkeit um Beitragsflaute zu überbrücken

6. **Neue Formate: Werde selbst kreativ! ☺**
7. **Veranstaltungen** – hier im Vorfeld auch regelmäßig Beiträge posten, damit die Veranstaltung in den Köpfen der „Interessierten“ bleibt (Reminder als Facebook-Meldung)

Posting-Frequenz

Social Media bedeutet auch ständige Präsenz. Das bedeutet ein Minimum von 3-4 Beiträgen pro Woche sind wichtig, um sichtbar zu bleiben. Mehr ist dabei immer möglich.

Promotions

Je nach Bedarf, können unterschiedliche Ziele promotet werden (Beitragsklicks, Seiten-Gefällt-mir, Interaktionssteigerung, etc.).
Grundsätzlich lohnt es sich, eine Promotion nicht zu lange laufen zu lassen. Es empfiehlt sich i.d.R. 7 Tage mit einem Einsatz von 10€ (je nach Wichtigkeit, z.B. WiFö-Beitrag, kann der Einsatz auch 20€ betragen).

Wichtig ist auch die Zielgruppenauswahl und deren Interessen. In unserem Fall ist das Ansbach (+ 40km), Alter 18-65 Jahre und interessiert an Franken, Dialekt + themenbezogene Attribute.