

ibi

Facebook und Instagram – der Einstieg

Projekt „Erfolgreich handeln“ des Bayerischen Wirtschaftsministeriums

Der Handel soll wettbewerbsfähig bleiben – wir unterstützen dabei!

Die Corona-Pandemie, der Krieg in der Ukraine und die damit verbundenen Preissteigerungen haben massiven Einfluss auf den Handel.

Geändertes Einkaufsverhalten, veränderte Kundenbedürfnisse, hohe Energiekosten – wer in Zukunft noch erfolgreich sein will, muss sich anpassen.

Die Initiative „Erfolgreich handeln“, **initiiert und finanziert durch das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie**, hilft Ihnen dabei!

Projektlaufzeit: Januar 2023 bis Dezember 2024

Vorgängerprojekt: Die Förderinitiative „Bayern hilft seinen Händlern“

www.erfolgreich-handeln.bayern



Wie sieht unser Bildungsangebot aus?

Unsere Formate



Webseite & Newsletter



Workshops



Webinare



Mediathek |
Webinar-
aufzeichnungen

Unsere Themen

 E-Commerce	 Digitale Prozesse	 Nachhaltigkeit
 Digitale Sichtbarkeit	 Neue Geschäftsmodelle	 Soziale Medien
 IT-Sicherheit	 Bezahlverfahren	 ... und vieles mehr

01 Erfolgreich handeln

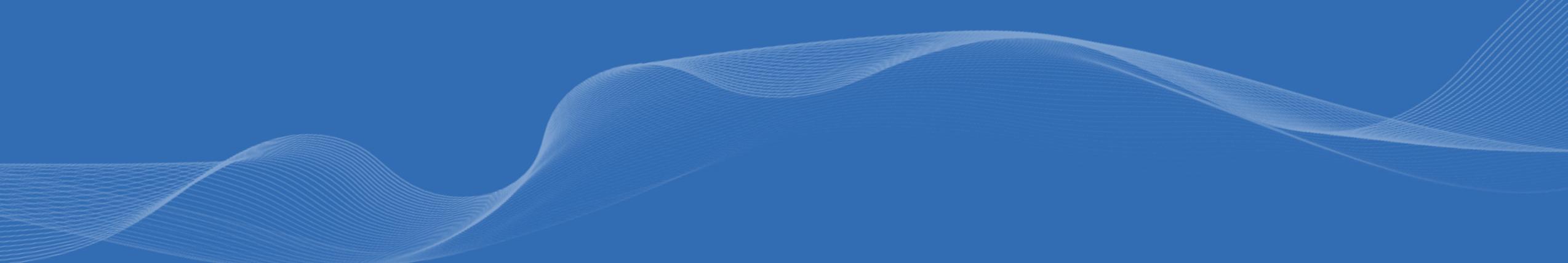
02 Warum Social Media?
Zahlen, Daten, Fakten

03 Erste Schritte

04 Facebook & Instagram: Was macht ein
gutes Profil aus?

05 Nützliche Tools

06 Weiterführendes Material



01

**Erfolgreich handeln
Wer sind wir?**

Worum geht es?

Der Handel soll wettbewerbsfähig bleiben – wir unterstützen dabei!

Die Corona-Pandemie, der Krieg in der Ukraine und die damit verbundenen Preissteigerungen haben massiven Einfluss auf den Handel.

Geändertes Einkaufsverhalten, veränderte Kund:innenbedürfnisse, hohe Energiekosten – wer in Zukunft noch erfolgreich sein will, muss sich anpassen.

Die Initiative „Erfolgreich handeln“, gefördert durch das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie, hilft Ihnen dabei!

Von Januar 2023 bis Ende 2024 läuft das Projekt.

Vielleicht kennen Sie uns schon: Wir knüpfen an die Arbeit der Förderinitiative „Bayern hilft seinen Händlern“ an.

Wie sieht unser Bildungsangebot aus?

Unsere Formate



Webseite &
Newsletter



Workshops



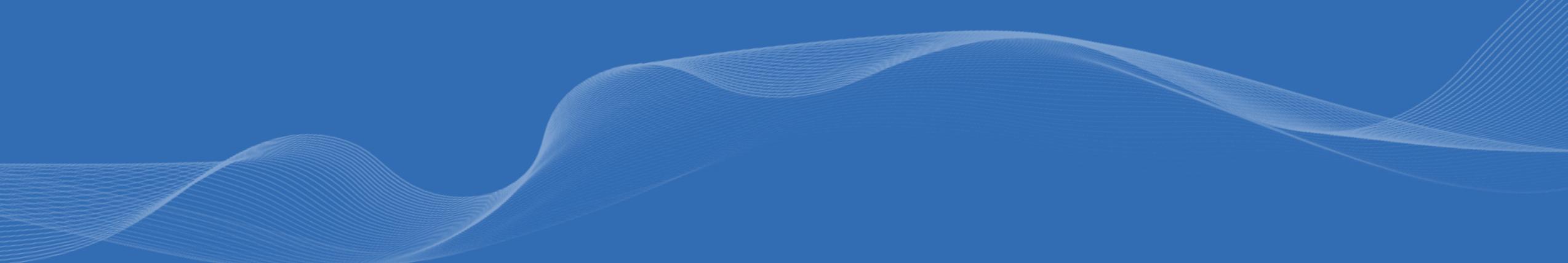
Webinare



Mediathek |
Webinar-
aufzeichnungen

Unsere Themen

 E-Commerce	 Digitale Prozesse	 Nachhaltigkeit
 Digitale Sichtbarkeit	 Neue Geschäftsmodelle	 Soziale Medien
 IT-Sicherheit	 Bezahlverfahren	 ... und vieles mehr



02

**Warum Social Media?
Zahlen, Daten, Fakten**

Wie sich die Mediennutzung verändert hat

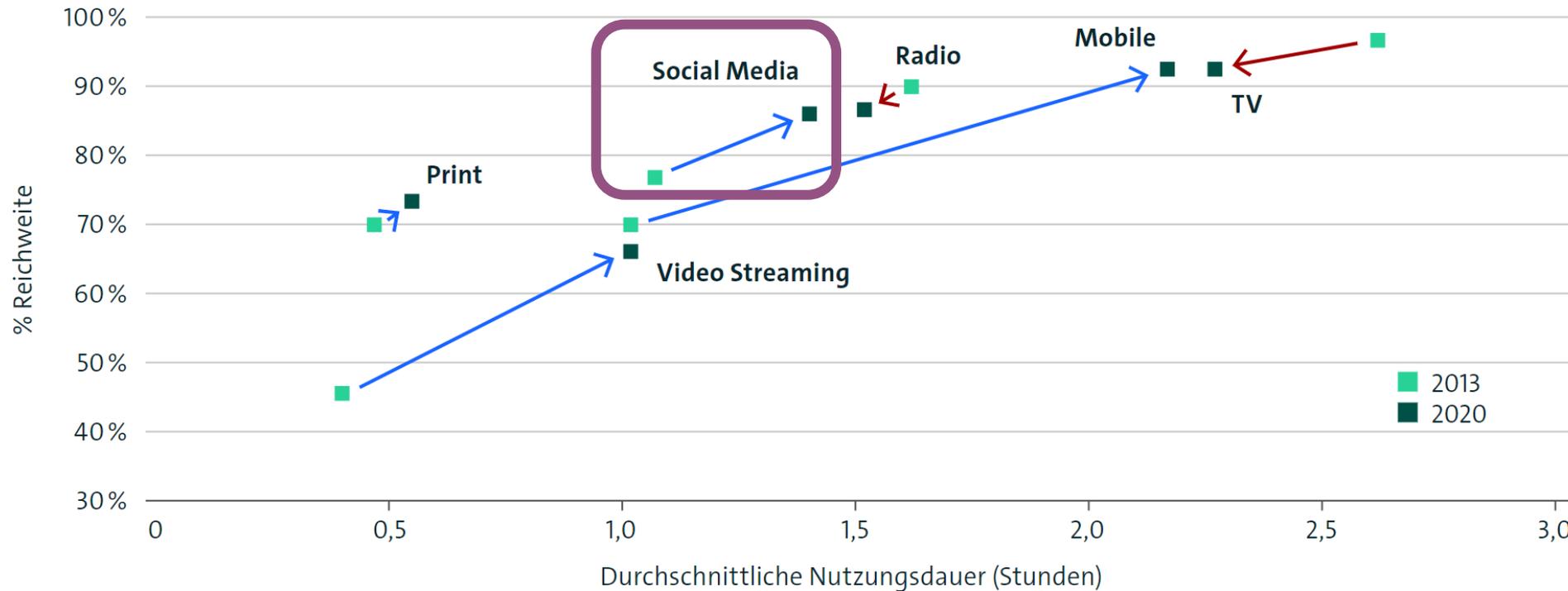


Abbildung 1: Entwicklung der Mediennutzung in Deutschland

Social Media ist das Leitmedium der jungen Zielgruppe

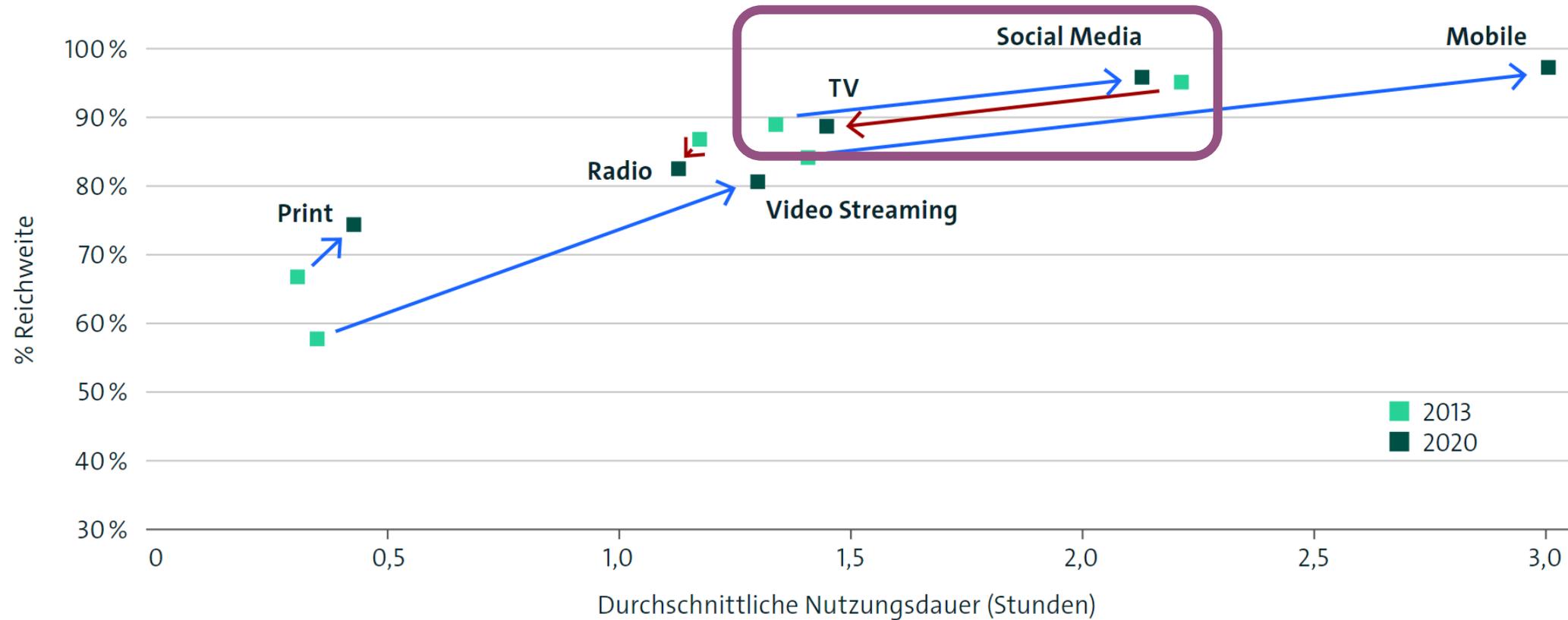


Abbildung 2: Mediannutzung Gen Z & Millennials (Alter 16–34)

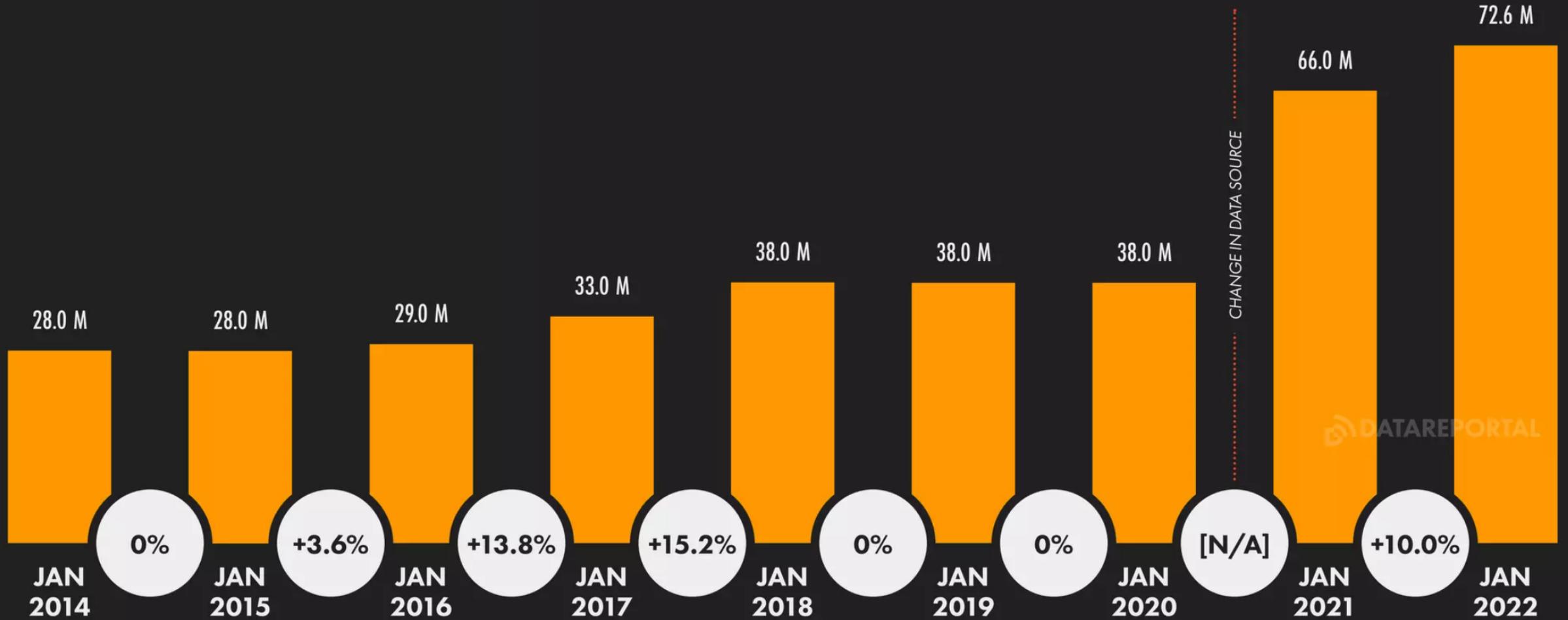
FEB
2022

SOCIAL MEDIA USERS OVER TIME

NUMBER OF SOCIAL MEDIA USERS AND YEAR-ON-YEAR CHANGE



GERMANY

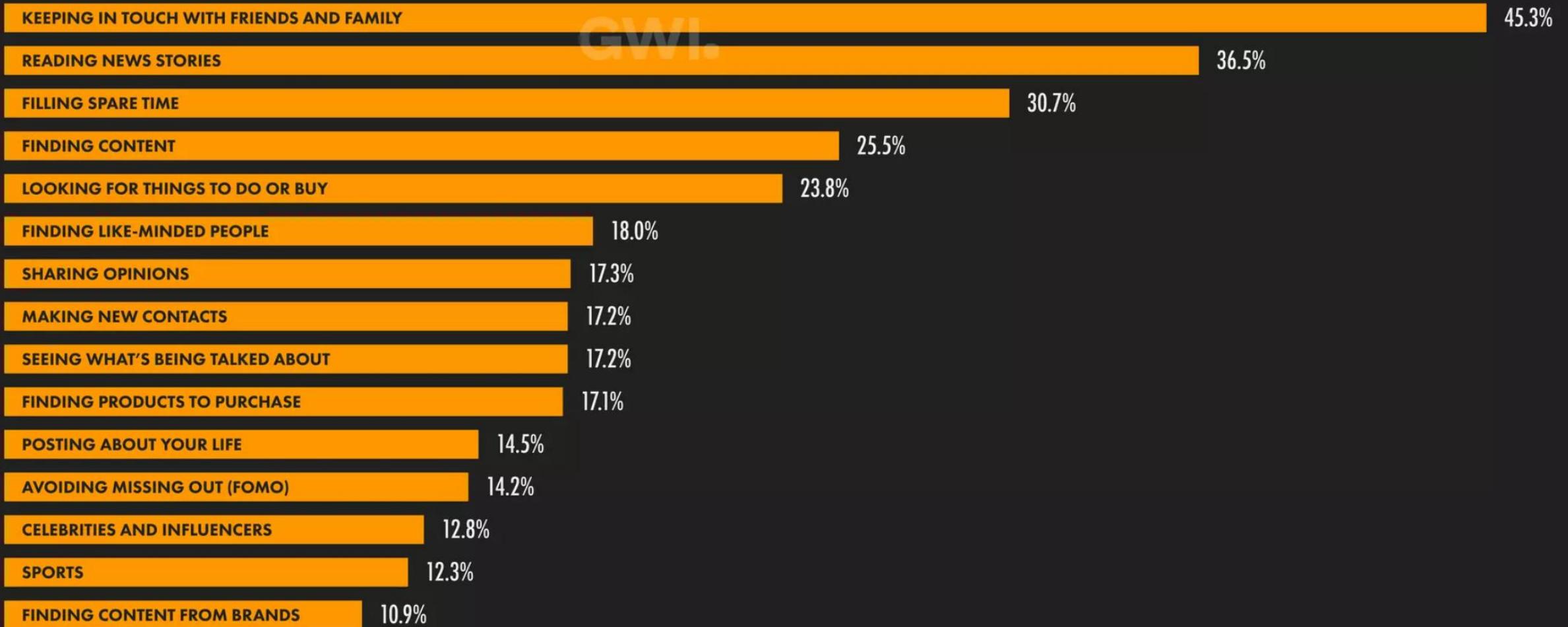


SOURCES: KEPIOS ANALYSIS; COMPANY ADVERTISING RESOURCES AND EARNINGS ANNOUNCEMENTS. **NOTE:** WHERE LETTERS ARE SHOWN NEXT TO FIGURES ABOVE BARS, "K" DENOTES THOUSANDS (E.G. "123 K" = 123,000), "M" DENOTES MILLIONS (E.G. "1.23 M" = 1,230,000), AND "B" DENOTES BILLIONS (E.G. "1.23 B" = 1,230,000,000). WHERE NO LETTER IS PRESENT, VALUES ARE SHOWN AS IS. **ADVISORY:** SOCIAL MEDIA USERS MAY **NOT** REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS. **COMPARABILITY:** CHANGES TO DATA SOURCES AND SIGNIFICANT BASE REVISIONS IN SOURCE DATA MAY MEAN THAT FIGURES ARE **NOT** COMPARABLE BETWEEN CERTAIN YEARS.

FEB
2022

MAIN REASONS FOR USING SOCIAL MEDIA

PRIMARY REASONS WHY INTERNET USERS AGED 16 TO 64 USE SOCIAL MEDIA PLATFORMS



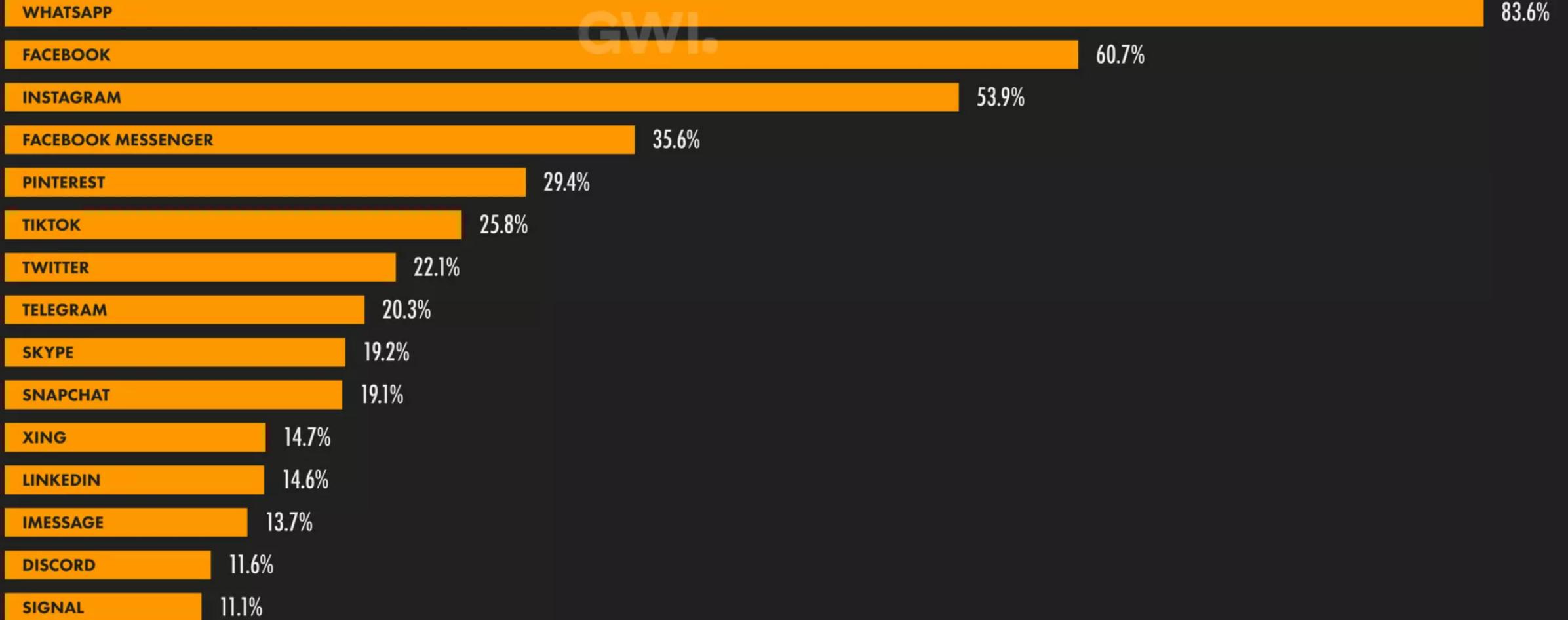
FEB
2022

MOST-USED SOCIAL MEDIA PLATFORMS

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO USE EACH PLATFORM EACH MONTH



GERMANY



Was die Recherche bei Instagram auslösen kann



Abbildung 4: Kundenaktionen nach Suche von Produkten/Dienstleistungen via Instagram

Was kann Social Media?



Aufmerksamkeit



Sichtbarkeit



Neue Zielgruppen



Kaufimpulse



Nähe zum Kunden



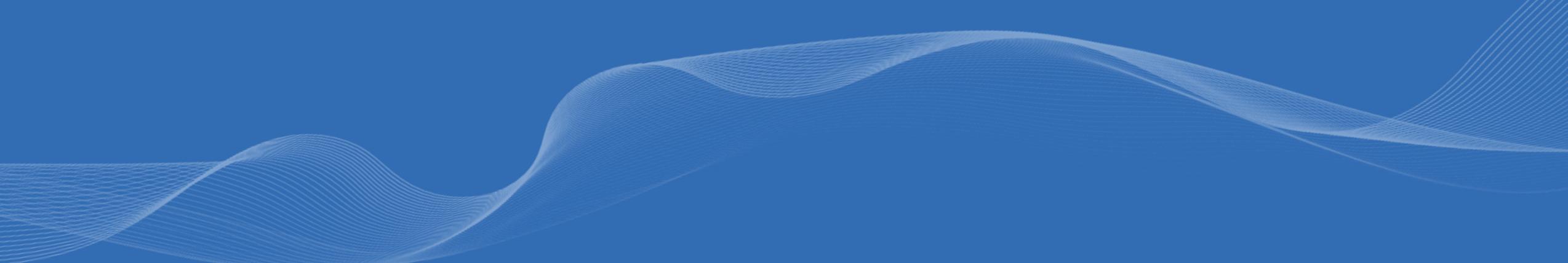
Kundenbindung



Feedback



Erfolgsmessung

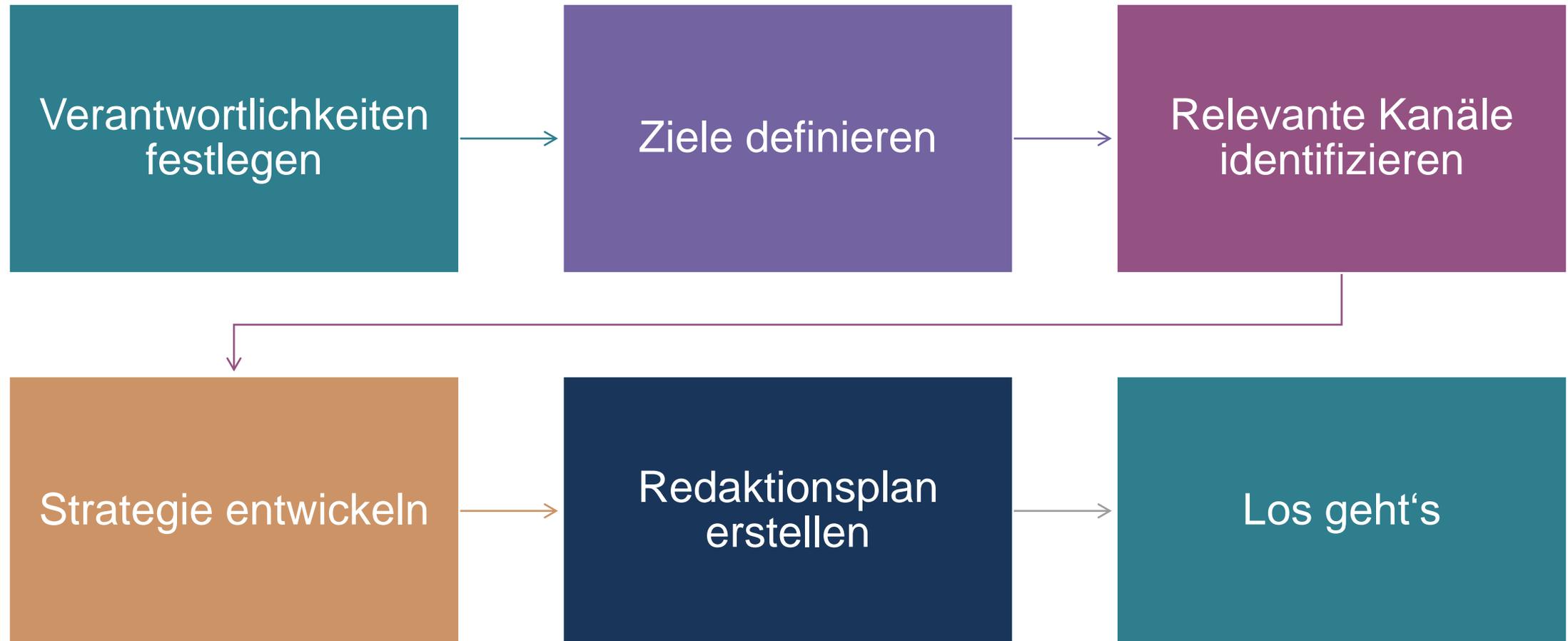


03

Erste Schritte

Wie gelingt der Start?

Einfach loslegen? Das sollten Sie sich vorab überlegen!

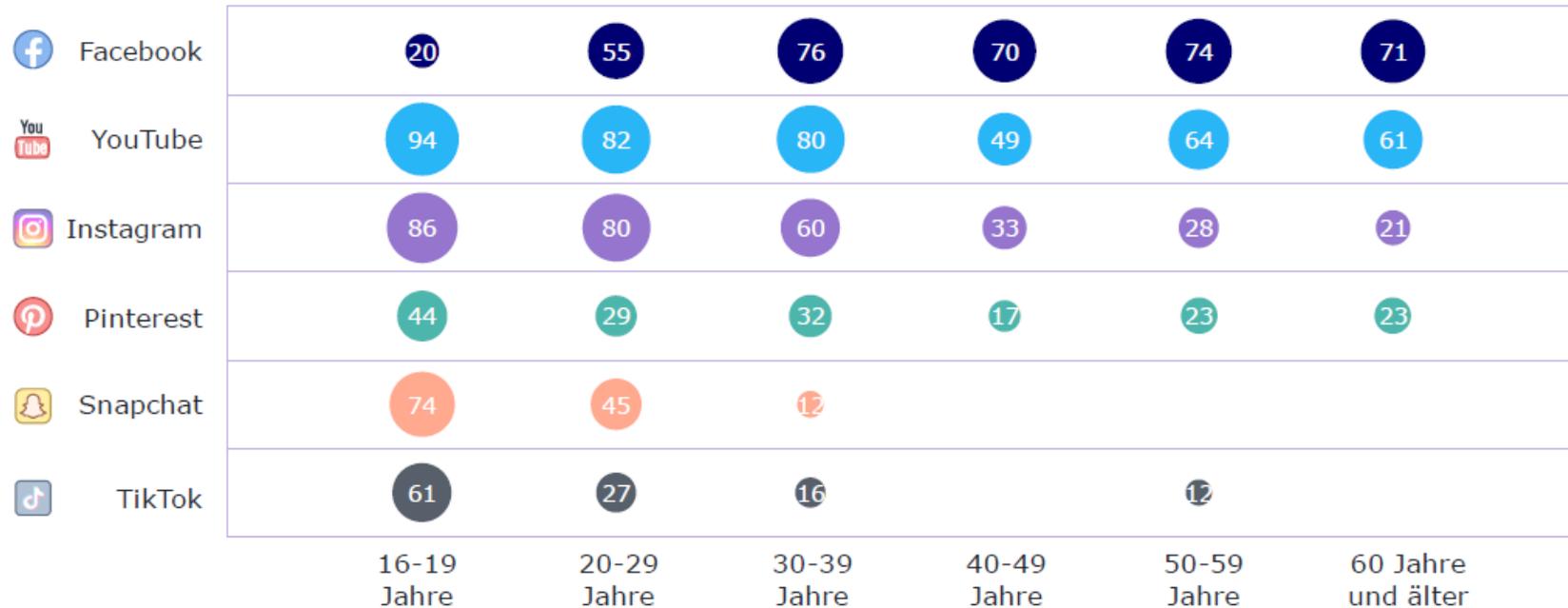


Welcher Kanal ist der richtige für mich?

NICHT FÜR JEDE ALTERSGRUPPE IST JEDES NETZWERK DAS RICHTIGE ECC KÖLN

Während die jungen Konsument:innen bei Instagram, Snapchat und TikTok zu finden sind, „veraltet“ Facebook mehr und mehr. Der einzig generationsübergreifende Kanal ist YouTube.

FRAGE: Welche der folgenden Social-Media-Anbieter nutzen Sie?



n = 675, Mehrfachnennung, Angaben in Prozent, Werte unter 5 Prozent sind nicht ausgewiesen, Lesebeispiel: 86% der 16- bis 19-Jährigen nutzen Instagram.

6

facebook

Facebook

1,6 MRD.
aktive Nutzer täglich



- Gruppen für Unternehmen interessant, die eine Community rund um ein Thema aufbauen möchten

Werbemöglichkeiten

- Bild, Video, Slideshow, Karussell Ads
- Collection Ads, Playable Ads, Instant Experience
- Stories Ads, Messenger Ads, Event Ads

Nachteile

- Pay to play: Algorithmus beschneidet organische Reichweite & Interaktionen von Seiten stark, Budget für Anzeigen erforderlich
- Anfällig für Trolle, Hatespeech und Fake News
- Immer weniger jüngere, dafür mehr ältere Nutzer

Fazit/Chancen

- Nach wie vor „the place to be“ für die meisten Unternehmen, breite Nutzerbasis und daher hohe Wahrscheinlichkeit, die eigenen Zielgruppen zu erreichen
- Facebook nicht „tot“, Nutzung ändert sich, Altersstruktur steigt
- Chancen für Community Marketing (Gruppen)
- Wichtiger Werbekanal, Targeting von Zielgruppen wird immer präziser

- <https://allfacebook.de/all/state-of-facebook>
- https://allfacebook.de/zahlen_fakten/offiziell-facebook-nutzerzahlen-deutschland/
- <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/222135/umfrage/waeglich-aktive-facebook-nutzer-weltweit/>
- <https://www.basicthinking.de/blog/2019/11/27/facebook-nutzen-ema-kenn-prognose/>

Besonderheit/Charakteristik

- Unternehmensseiten getrennt von privaten Profilen, besondere Features: Call to Action-Buttons, Story, Shop-Integration
- Targeting/Zielgruppenoptimierung für Beiträge
- Schnittstelle zu Kunden und Interessenten, Nutzung für Service- und Supportanfragen (Nachrichten-funktion/Messenger)
- Visuell aufbereiteter Content (Fotos, Videos) erzeugt höhere Reichweiten und Interaktionen
- Hashtags spielen keine Rolle
- Zielgruppenansprache hauptsächlich über getargete Anzeigen erfolgreich

Themen & Inhalte

- Extrem breit gefächert - von News über persönliche Status-Updates, auch Politisches oder Fachliches

Für welche Unternehmen/Branchen

- Alle, da nach wie vor größtes Netzwerk, breite Zielgruppen vertreten
- Potenzial durch auf spezifische Zielgruppen zugeschnittene Anzeigen (insbes. im B2B-Bereich)
- Community Management spielt wichtige Rolle
- Geeignet als Customer Service-Plattform [Möglichkeiten durch Integration von Messenger, und/oder Nutzung von Chatbots]

Nutzerzahlen weltweit

- 2,5 Mrd. monatlich aktive Nutzer
- 1,4 Mrd. täglich aktive Nutzer (Quelle: Facebook, Jan. 2020)

Nutzerzahlen Deutschland

- 32 Mio. monatlich aktive Nutzer
- 23 Mio. täglich aktive Nutzer (72%)
- 91% mobile Nutzer
- Österreich: 3,9 Mio. monatlich aktive Nutzer
- Schweiz: 3,8 Mio. monatlich aktive Nutzer (Quelle: Facebook, März 2019)

Zielgruppen/Nutzerstruktur

- Größte Altersgruppe in Deutschland: 25- bis 34-Jährige (bei männlichen und weiblichen Nutzern); 7,2 Mio. insgesamt
- Gefolgt von 35 bis 44-Jährigen (5,3 Mio.) und 45 bis 54-Jährigen (4,3 Mio.) (Quellen: Statista, Aug. 2019, eMarketer, Nov. 2019.)
- Trend: Jüngere Nutzer wandern ab, generell weniger Neuanmeldungen jüngerer Nutzer (12-35 Jahre), dafür mehr ältere Nutzer (>35)

Formate & Features

- Feed Posts (Text, Link, Foto, Video)
- Stories (Foto/Video, 24h online)
- Livestream
- Gruppen
- Events

instagram

Instagram

500 MIO.
aktive Nutzer täglich



- 200 Mio. Menschen rufen jeden Tag Unternehmensprofile auf, 2 von 3 sind keine Follower des Unternehmens.
- 1/3 der am meisten angesehenen Stories kommen von Marken und Unternehmen. (Quelle: Instagram, Daten 2017)

Nutzerzahlen weltweit

- 1 Mrd. monatlich aktive Nutzer
- 500 Mio. täglich aktive Nutzer
- 500 Mio. nutzen Instagram Stories täglich
- 130 Mio. interagieren mit Instagram Shopping (Quelle: Facebook, Jan. 2019)

Nutzerzahlen Deutschland

- 15 Mio. (letzte offiziell kommunizierte Zahl Aug. 2017)
- 18 Mio. (potenzielle Reichweite laut Facebook Werbeanzeigenmanager, Jan. 2019)
- Schätzungen für 2020: etwa 20 Mio.

Zielgruppen/Nutzerstruktur

- Größte demographische Gruppen weltweit: Männer zwischen 25 und 34 Jahren (18%), Frauen zwischen 25 und 34 Jahren (17%).
- 65% sind zwischen 18 und 34 Jahren alt.

Formate & Features

- Feed Posts (Text, Link, Foto/Video/Karussell)
- Stories (Foto/Video, 24h online)
- Livestream
- IGTV (Videos)
- Shopping-Funktion

Besonderheit/Charakteristik

- Feed-Content muss visuell ansprechend und einheitlich gestaltet sein (spezielle „Instagram-Ästhetik“)
- Beeindruckendes Wachstum von Stories, ermöglichen rohere, authentischere Einblicke
- Zunehmender Fokus auf Videos, Anzahl und Wiedergabedauer steigen stark
- Hashtags wichtig
- Inspirations-Plattform mit Shopping-Funktion (60% erfahren auf Instagram von neuen Produkten).
- Wichtiger Werbekanal, Anzahl der Werbekunden steigt stark

Themen & Inhalte

- Lifestyle, Reise, aber auch Selfies & Privates, Food, Interior, Kunst, Unternehmen & Produkte - visuelle Inspiration im Vordergrund

Für welche Unternehmen/Branchen

- Alle. Chancen insbesondere auch für kleine Unternehmen (s. Mag Ausgabe #11).
- 60% der Nutzer geben an, auf Instagram von neuen Produkten zu erfahren (Quelle: Instagram, Umfrage 2015).
- 80% folgen mindestens einem Unternehmen.

Werbemöglichkeiten

- Foto, Video, Karussell und Stories Ads
- Anzeigen im Explore Tab
- Shopping-Funktion integrierbar

Nachteile

- Algorithmus beschneidet organische Reichweite und Interaktionen
- Auf Zielgruppe ausgerichtete Anzeigen erfordern Budget
- Kämpft mit Bots, Fake Follower/Likes
- Keine Verlinkungsmöglichkeit im Feed
- zu kuratiert/inszeniert

Fazit/Chancen

- Top Netzwerk mit guten Möglichkeiten für kleine und große Unternehmen
- Nutzerzahlen und -aktivität stieg laut ARD/ZDF-Online-Studie in Deutschland zuletzt stark an (~45% täglich aktive Nutzung)
- Wichtiger Werbekanal!
- Shoppingfunktion und Kombination aus Formaten (Feed + Stories) interessant, starkes Wachstum von Stories

- <https://www.fachverblz.de/artikel/instagram-statistiken-nutzerzahlen/>
- <https://www.statista.com/statistik/248769/age-distribution-of-worldwide-instagram-users/>
- <https://business.instagram.com/getting-started/ref-igb-carousel>

Wie sollen meine Posts aussehen?



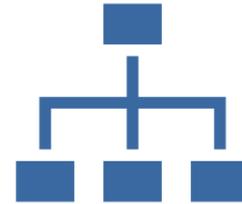
informativ



persönlich



aktivierend



strukturiert



aktuell



hochwertig



spannend



authentisch



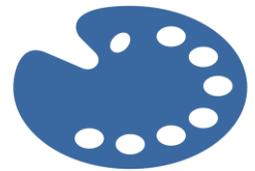
inspirierend



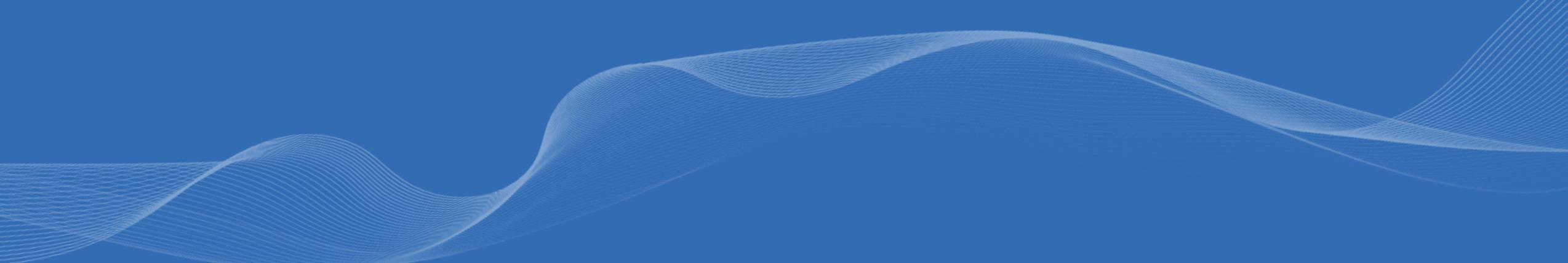
ausgewogen



trendy



kreativ

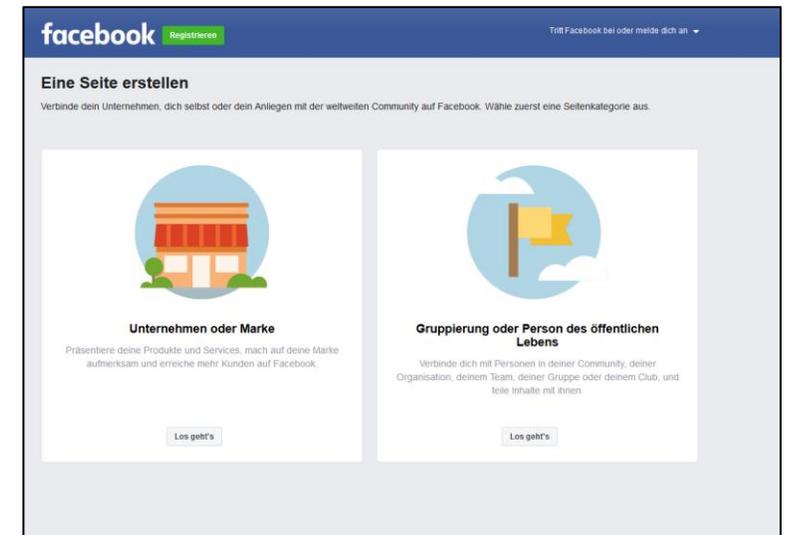
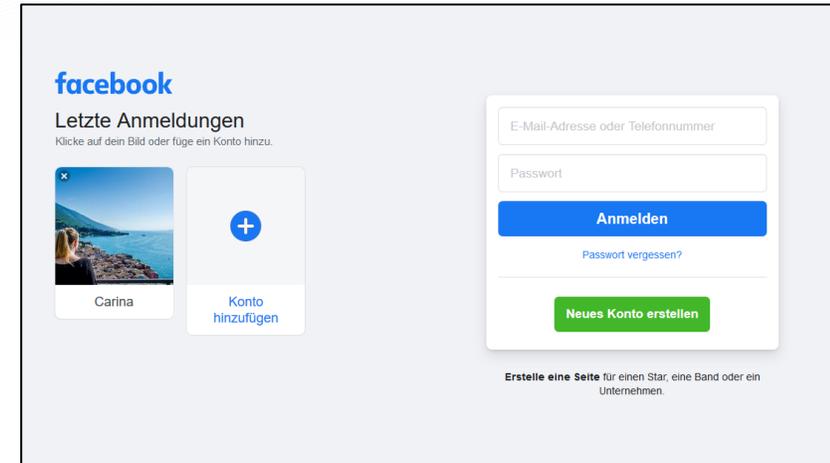


04

**Facebook & Instagram:
Was macht ein gutes
Profil aus?**

Business Profile einrichten

- Wichtig: kein privates Profil, sondern ein Businessprofil verwenden
- Umwandlung möglich
- Privates Profil nötig
- Vorteile:
 - Insights
 - Werbemöglichkeiten
 - Zugriffsrechte
 - Blacklist/Moderation



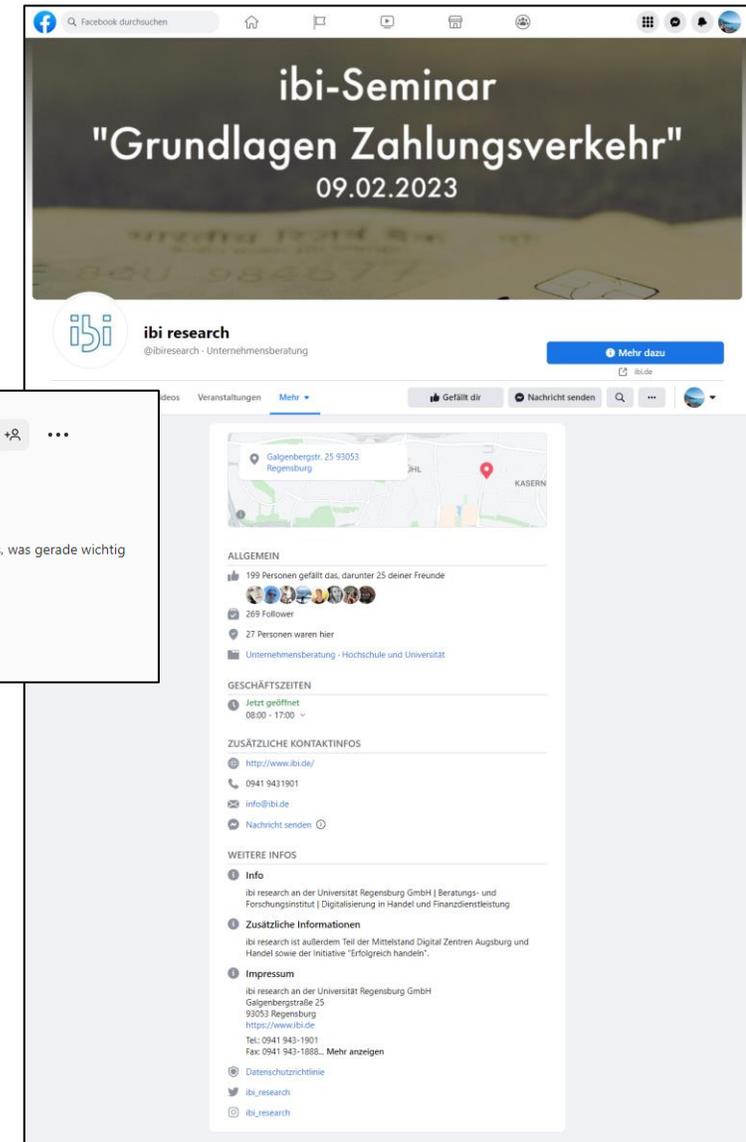
Vom privaten Instagram-Profil zum professionellen Konto

The process is shown in four steps:

- Instagram Login:** The user enters their phone number, username, or email and password to log in.
- Home Screen:** The user navigates to the 'Einstellungen' (Settings) menu, where the 'Konto' option is highlighted with a dashed box.
- Settings Menu:** In the 'Konto' settings, the option 'Zu professionellem Konto wechseln' (Switch to professional account) is highlighted with a dashed box.
- Profile Editing:** The user enters their profile details, including Name (ibi research), Username (ibi_research), Website (http://www.ibi.de/), and Bio (CIBI Innovationstage digital | 28.&29. Oktober).

Welche Inhalte dürfen auf meiner Facebook- & Instagram-Seite nicht fehlen?

- Facebook:
 - Seitenname
 - Unternehmensbeschreibung, Steckbrief
 - Bilder (Profilbild, Titelbild)
 - Öffnungszeiten
 - Adresse
 - Impressum!
 - Datenschutzrichtlinie
 - Facebook-URL (Benutzername)
- Instagram: Bio deutlich kürzer und nur ein Link!



<https://youtu.be/Ne3e1Zq6hQU>

Instagram: Beiträge erstellen

- max. 2.200 Zeichen (nur die ersten Zeilen werden angezeigt)
- max. 30 Hashtags
- Markierungen im Text oder Bild möglich
- Bild spricht für sich



FACEBOOK

Profilbild 360 x 360 px

Titelbild 820 x 312 px

Stories 1.080 x 1.920 px

Geteiltes Bild 1.200 x 630 px

Geteiltes Bild via Link 1.200 x 630 px

Eventbild 1.920 x 1.080 px

ONLINE MARKETING .DE

INSTAGRAM

Profilbild 110 x 110 px

Stories 1.080 x 1.920 px

Reels 1.080 x 1.920 px

Standardbild 1.080 x 1.080 px

Standard-Karussell 1.080 x 1.080 px

Portraitbild 1.080 x 1.350 px

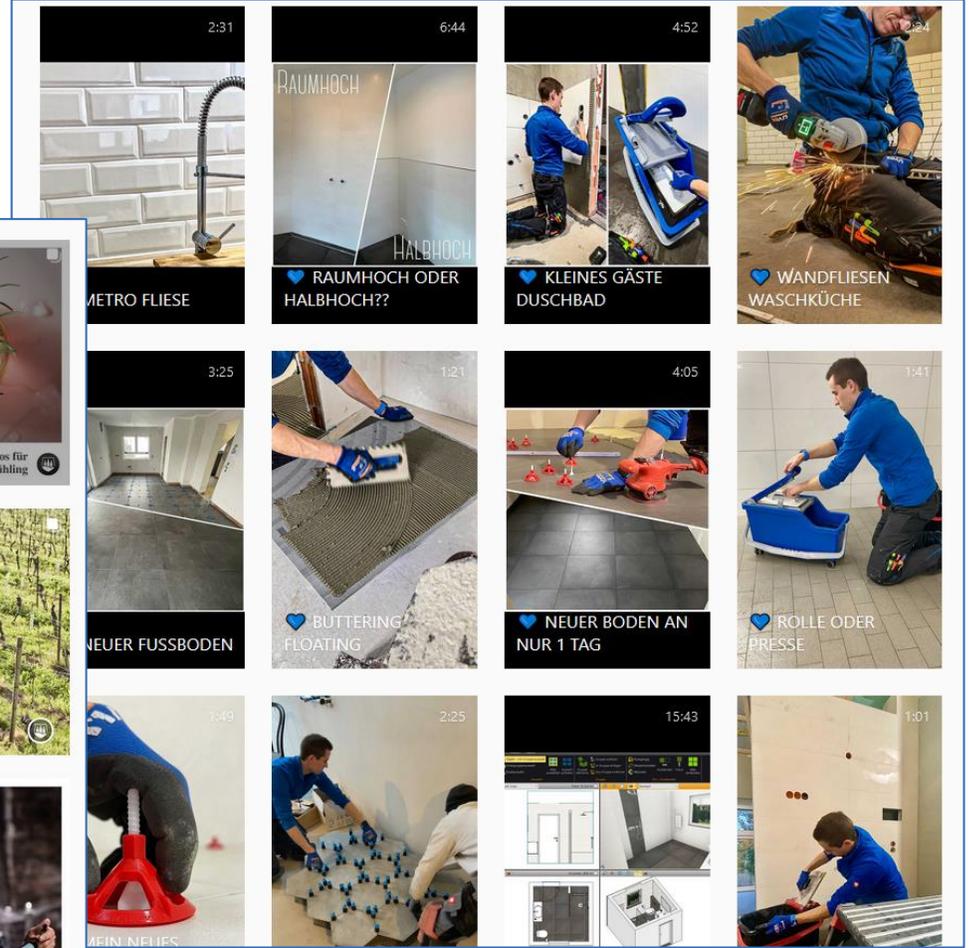
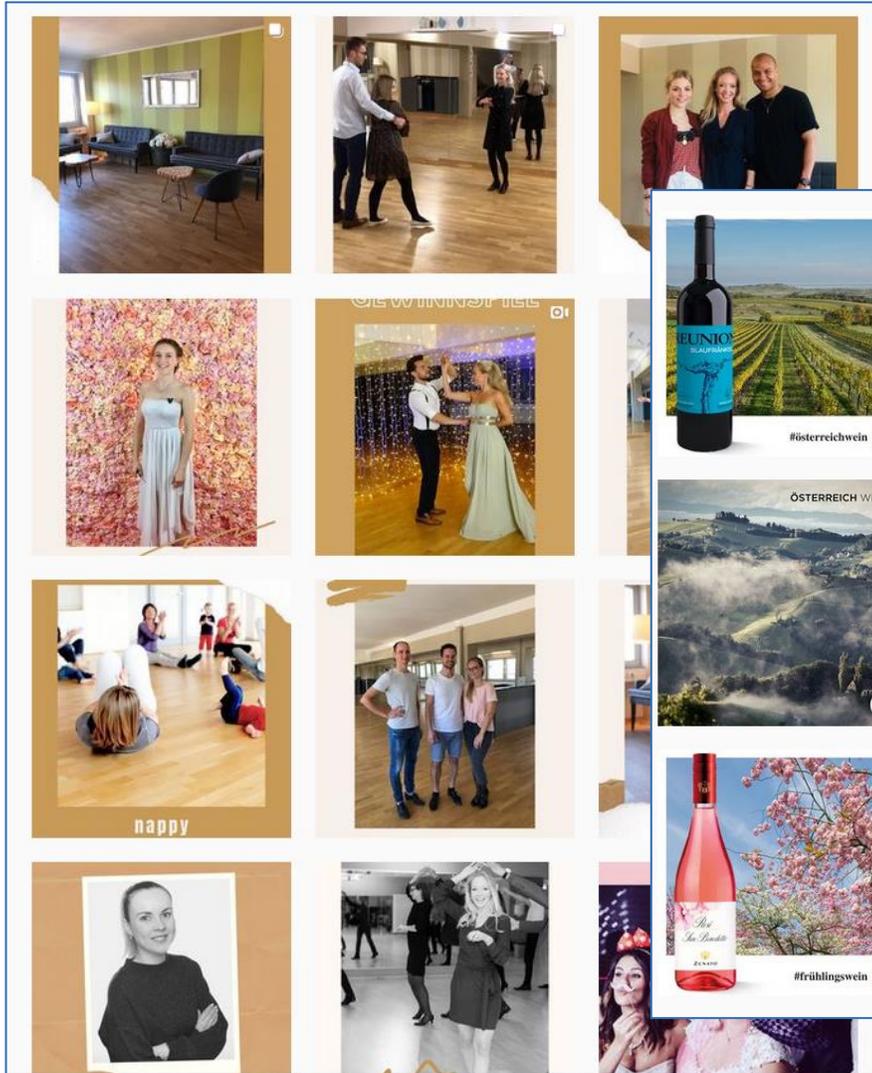
Portrait-Karussell 1.080 x 1.350 px

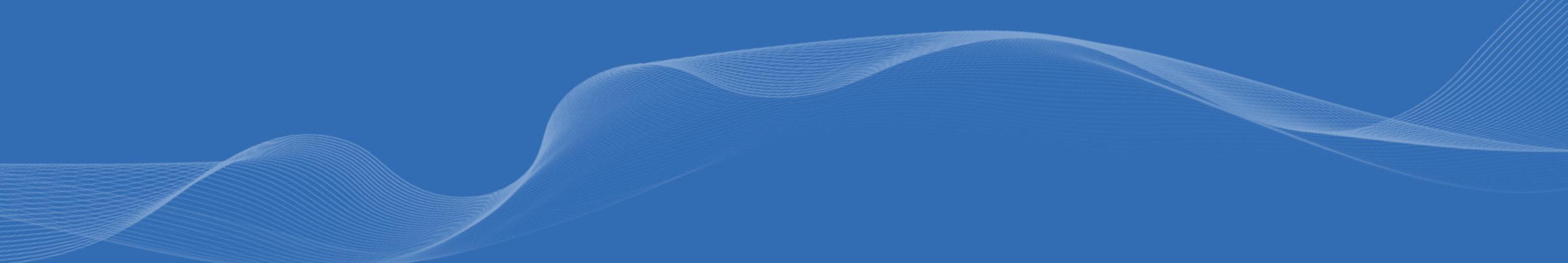
Landschaftsbild 1.080 x 566 px

Landschafts-Karussell 1.080 x 566 px

ONLINE MARKETING .DE

Der richtige Look





05

**Nützliche Tools
Redaktionsplanung,
Vorlagen und Co.**

Tipp:



Notieren Sie sich, gerade am Anfang, was gut funktioniert und was nicht und



orientieren sich bei zukünftigen Postings daran!

Alle Kanäle im Blick: Social Media Management Tools



- Alle Kanäle im Blick
- Vorausplanung möglich
- Kanalübergreifende Contentplanung innerhalb eines Tools
- Mehrere Personen als Redakteur:innen integrierbar
- Kommunikation mit Kund:innen/Follower:innen gebündelt
- Aber: teilweise kostenpflichtig

Kalender Oktober 2018

Nach Tags filtern...

Heute < > Monat Filtern nach Kanal... Nach Person filtern

+ Content + Kampagnen

Mo.	Di.	Mi.	Do.	Fr.	Sa.	So.
01 YEAH - Oktober-Kampagne 1. Okt. 2018 - 31. Okt. 2018 1	02 Event: Social Media Marketing-Konferenz #5 2. Okt. 2018 - 6. Okt. 2018 1	03 1	04 f 1	05 1	06 1	07 1
08 YEAH - Oktober-Kampagne 1. Okt. 2018 - 31. Okt. 2018 1	09 1	10 1	11 1	12 1	13 1	14 1
15 YEAH - Oktober-Kampagne 1. Okt. 2018 - 31. Okt. 2018 1	16 Produktkampagne: Glitzerschweif 16. Okt. 2018 - 30. Okt. 2018 2	17 1	18 1	19 1	20 1	21 1
22 YEAH - Oktober-Kampagne 1. Okt. 2018 - 31. Okt. 2018 1	23 1	24 E-Mail-Kampagne: Out now! 24. Okt. 2018 - 31. Okt. 2018 1	25 1	26 1	27 1	28 1



Einstellungen

Teams (10) + Neues Team

Hier kannst du deine Teams verwalten. Du kannst es benutzen um verschiedene Länder, Abteilungen oder Agenturkunden in einem SocialHub account zu managen. Du kannst eine unbegrenzte Anzahl an Teams erstellen und diesen Benutzer und Kanäle zuordnen. Teams dienen dazu deine Benutzer und Kanäle besser verwalten zu können. Jedes Team steht dabei für sich. Ein Benutzer mit der Rolle "Admin" gehört standardmäßig zu jedem Team und kann alle Kanäle einsehen.

Marketing bearbeiten

Benutzer (1) + Kanäle (4)

Benutzer: Otto Normalverbraucher

Kanäle:

- EinhornBlog
- Marketing Search
- Travel Lovers
- Vikunja Reisen

Links: Grafikabteilung, Redaktion, Shopbetreiber, Social Media, Support, Team - Deutschland, Team - Schweiz, Team - Österreich, Teamleiter.

Management-Zusammenfassung

Alle Kanäle 11.03.2022 - 22.03.2022 1.03.2022 - 31.03.2022

Dieses Dashboard hilft dir dabei, deine Social Media Management Erfolge im Zeitablauf zu betrachten.

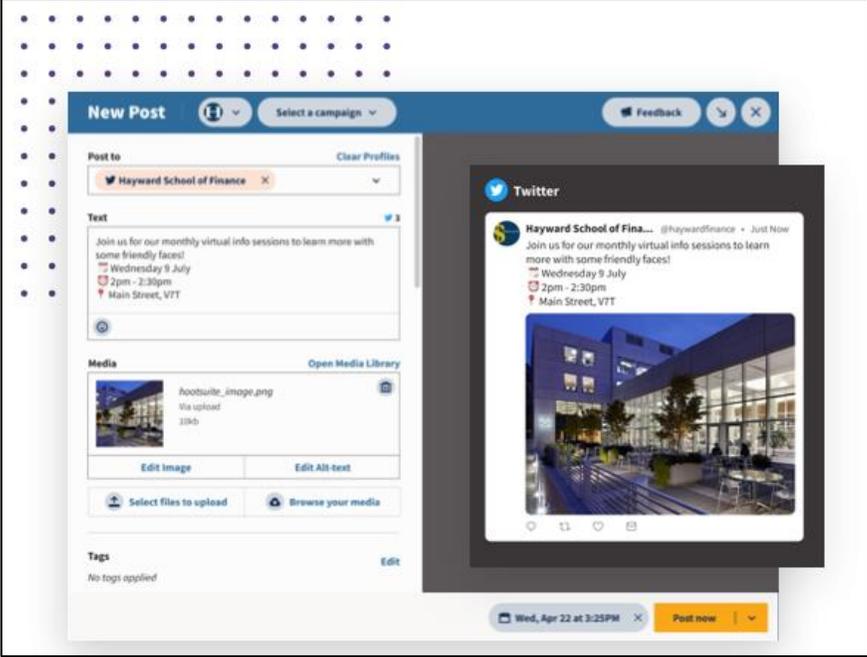
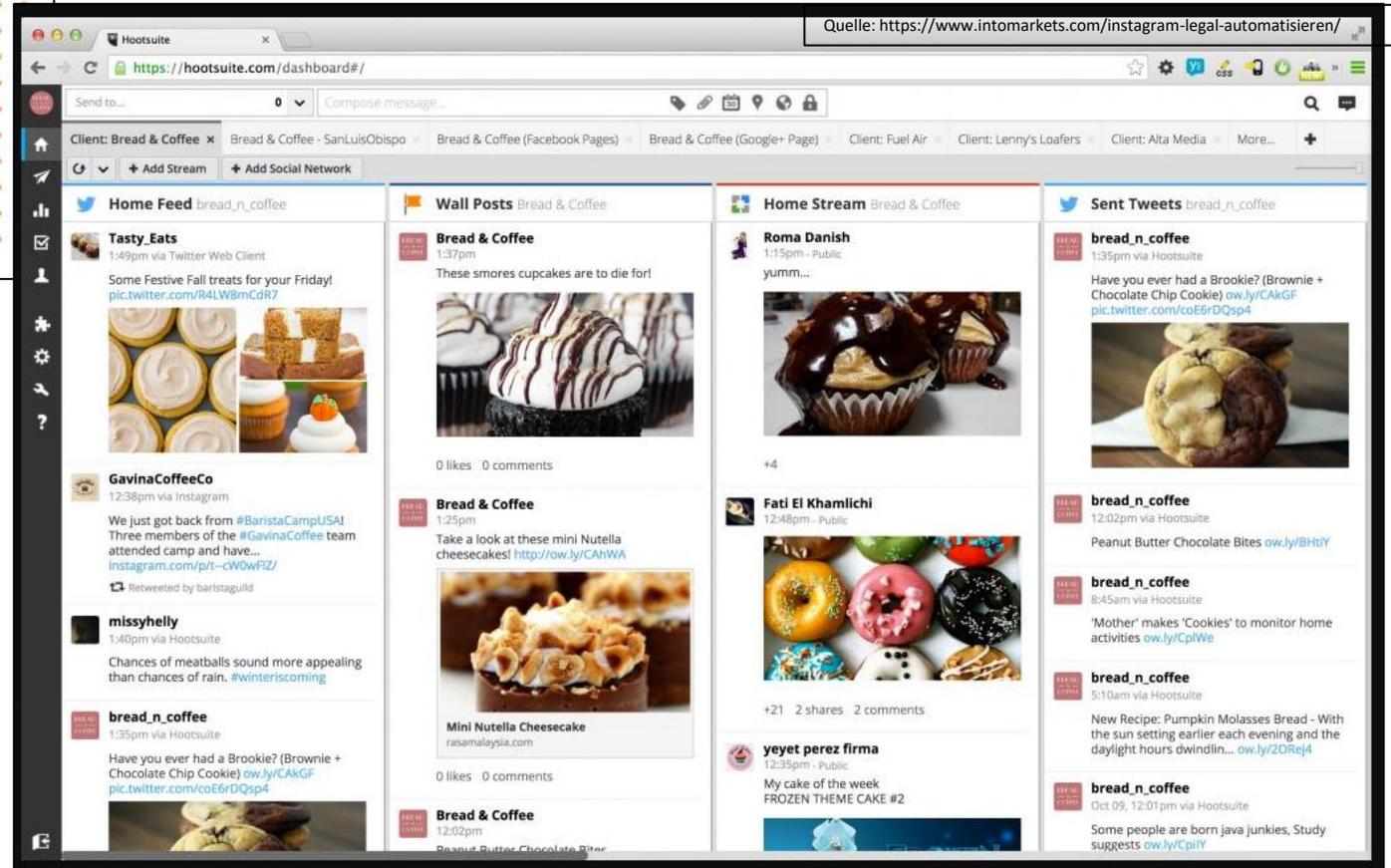
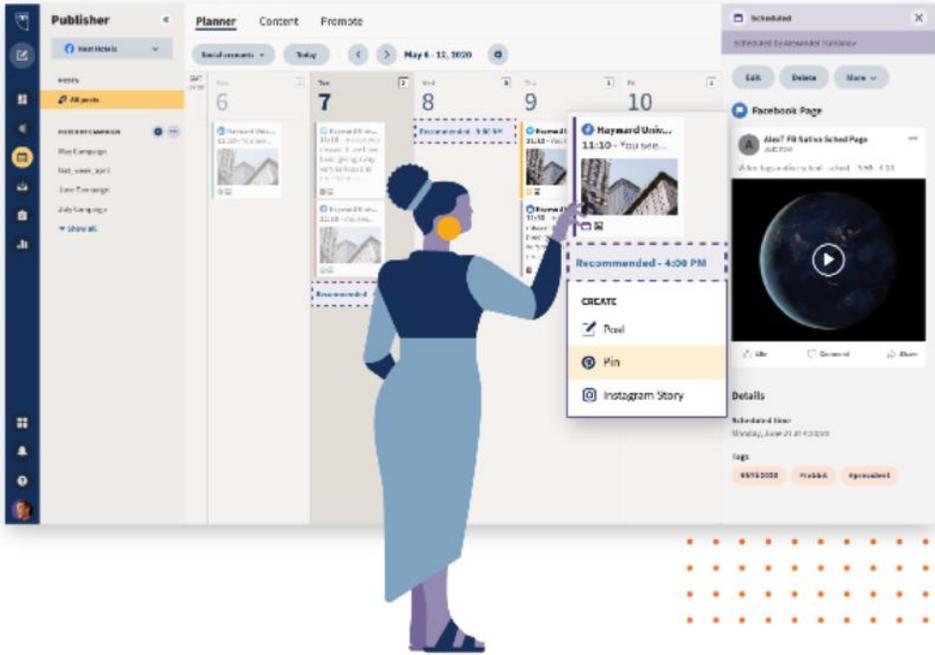
Gesamte Reichweite Summe der Reichweite aller Beiträge 3600 +240	Gesamtes Engagement Erzeugtes Engagement (z.B. Kommentare, Teilen etc.) aller Beiträge 842 +28	Link-Klicks gesamt Gesamtanzahl der Link-Klicks innerhalb der Beiträge 400 0
---	---	---

Beste/Schlechteste Posts
Zeigt die 5 besten und schlechtesten Posts an, sortiert nach Reichweite, Engagement oder Link Clicks

Sortieren nach Metrik: Reichweite

Diese Metrik wird aktuell von der Twitter-Schnittstelle nicht zur Verfügung gestellt. Deine Tweets werden deshalb an dieser Stelle nicht angezeigt.

vikunjareisen 14. März, 2022 Holad! Hier sind 4 Dinge die ihr in den Bergen unbedingt beachten solltet! #Planetjetzt eure nächste Reise in die Berge #Reisen #Urlaub #VikunjaReisen #Gebirge...	vikunja_reisen 10. März, 2022 vs. Seid ihr Team Natur Reise oder Team Städte Trip? #Reisen #Urlaub #VikunjaReisen #Natur #Stadt	vikunja_reisen 16. Feb., 2022 Das Jahr neigt sich dem Ende entgegen - Zeit es sich vor dem Kamin gemütlich zu machen und schornal das Reise-Jahr 2022 zu planen. #Schaut euch hier die...	vikunjareisen 14. Feb., 2022 Zwei Wochen einfach die Seele baumeln lassen. #Jetzt Maedivren buchen! #Reisen #Urlaub #VikunjaReisen #Strand	vikunjareisen 7. März, 2022 Jetzt dem Winter entkommen #Plane jetzt mit uns deine Eroberung des Paradieses! #Reisen #Urlaub #VikunjaReisen #Strand
--	--	--	---	---



<https://www.hootsuite.com/de>



The screenshot shows the Buffer Publishing interface. At the top, there are navigation tabs for Publishing, Analytics, Engagement, and Start Page. A user profile for 'carina.freund@ibi.de' is visible. The main area is a calendar for the week of May 8-14, 2022. The calendar grid shows time slots from 6 AM to 4 PM. On the left, there are sections for 'Calendar', 'Campaigns', and 'Queues'. A 'Create Post' button is located at the top right of the calendar view.

The screenshot displays the Buffer Analytics dashboard for a 'Luna Sneakers Monthly Report' for the month of May (1-31). The dashboard includes a 'Performance' section with the following data:

Metric	Value	Change
Posts	56	+97%
Impressions	1.76m	+285%
Reach	1.45m	+591%
Likes	14k	+15%
Comments	913	+137%
New followers	7,992	+25%

Below the performance metrics is a 'Total followers' line chart showing an upward trend from May 2 to May 28. A callout box indicates 'Best type of post Video'. Other callouts show '41 Clicks' and 'Engagement Rate 5.0%'. A '287 Reach' callout is also present.

The screenshot shows a modal window for creating a post on LinkedIn. The modal includes a text input field with the placeholder text 'Please include at least some text or an attachment'. Below this is a text area with the placeholder 'What would you like to share?' and a smiley face icon. There is also an 'Add image or video' option. At the bottom, there are buttons for 'Save as Draft' and 'Add to Queue'.

<https://buffer.com/>



ibi Research
Facebook-Seite verwalten | Weiter zu Instagram

Beitrag erstellen Story erstellen Anzeige erstellen

To-do-Liste

Nachrichten

Aktuelle Beiträge

	Wir freuen uns sehr... 11.05.2022, 10:03	Erreichte Person...	2	0	0	Beitrag bewerben
	Wir freuen uns sehr... 11.05.2022, 10:01	Erreichte Person...	0	2	0	Beitrag bewerben
	Am zweiten Tag der... 10.05.2022, 11:19	Erreichte Person...	5	0	0	Beitrag bewerben
	Am zweiten Tag der... 10.05.2022, 11:18	Erreichte Person...	6	0	0	Beitrag bewerben
	Immer mehr #Herst... 09.05.2022, 15:02	Erreichte Person...	4	0	0	Beitrag bewerben

Alle Beiträge ansehen

Neue Stories

Facebook



Instagram



Alle Stories ansehen

Neueste Anzeigen

Du hast seit 24 Monaten keine neue Werbeanzeige erstellt.

Wenn du regelmäßig Anzeigen schaltest, erinnern sich andere leichter an dein Unternehmen.
Mehr dazu

Weitere Werbeziele entdecken

Zielgruppenwachstum

Beitragsreaktionen

Lade Personen, die auf deine Facebook-Beiträge reagieren, dazu ein, deiner Seite zu folgen. Mehr dazu

Personen, die deiner Seite möglicherweise folgen möchten.

Einladungen s...



Facebook-Freunde

Lade Freunde über dein persönliches Konto dazu ein, deiner Seite zu folgen. Wenn du diese Funktion nutzt, wird möglicherweise sichtbar, dass du ein Admin dieser Seite bist. Gleichzeitig könnten die anderen Admins auch deine Freunde sehen. Mehr dazu

Freunde einla...

Deine Ziele



Lege ein Ziel fest, verfolge deinen Fortschritt und erhalte wertvolle Tipps für den Erfolg deines Unternehmens

Los geht's

Insights

Trends

Letzte 28 Tage: 13. April – 10. Mai

Reichweite der Facebook-Seite 147

Reichweite auf Instagram 295

Zielgruppe

Laufzeit

„Gefällt mir“-Angaben für Facebook-Seite

Instagram-Follower

Alle Insights ansehen

Neues in der Meta Business Suite

Finde die neuesten Features, Updates und Ankündigungen.

Mit A/B-Tests kannst du von deiner Zielgruppe lernen und sie so am Ende besser erreichen
28. März 2022
Finde heraus, welche Inhalte bei deiner Zielgruppe am besten abschneiden, indem du verschiedene Versionen deiner Beiträge...
Jetzt ausprobieren

Die Facebook Business Suite hat jetzt Meta Business Suite.
10. Januar 2022
Wir haben unseren Namen und neue Firmennamen entsprechend aktualisiert.

Lade Freunde ein, deiner Seite zu folgen
2. Dezember 2021
Du kannst jetzt deine Facebook-Freunde dazu einladen, deiner Seite zu folgen.
Freunde einladen

Mehr ansehen

Planer

Woche Monat < Heute > Mai 2022

Content-Art: Alle Geteilt auf: Beide

So 8 Mo 9 Di 10 **Mi 11** Do 12 Fr 13 Sa 14

Muttertag

12:02 11:10 10:01 21:00

15:02 11:19 10:03

21:00
In dieser Woche sind deine Instagram-Follower um diese Zeit am aktivsten.
Planen

Ereignisse Entwürfe

Ereignisse
Wie funktioniert das?

Mai 2022
1 bevorstehendes Ereignis

So 8. Mai
Muttertag
Nimm dir einen Moment Zeit, um einen Beitrag oder eine Story zu planen
Erstellen

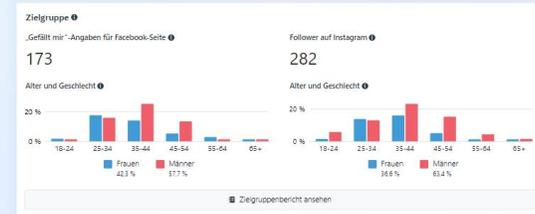
Jun. 2022

Insights

- Übersicht
- Ergebnisse
- Content
- Zielgruppe



Ziele festlegen
Lege ein Ziel fest, verfolge deinen Fortschritt und erhalte wertvolle Tipps für den Erfolg deines Unternehmens.
Los geht's



Vorlagen und Gestaltungen



Canva Startseite Vorlagen Entdecken Lernen Preise

Entdecke Vorlagen

Tausende Vorlagen durchsuchen

Wähle für dein nächstes Projekt aus Tausenden kostenlosen und sofort einsetzbaren Vorlagen.

Empfohlen Präsentation Social Media Video Druckprodukte Marketing Büro Mehr

Videos Präsentationen (16:9) Lebensläufe Instagram Posts Deine Geschichten Pinterest-Pins

Das könnte dir gefallen

Mach mal Pause! Borçelle Familie Alles Gute zum Muttertag Zitat Instagram... Blau-grüne F...

Neu auf Canva

Copywriting Workbook ALLES GUTE IN 3 SCHRITTEN ZU DEINEM ONLINE...

Canva Startseite Vorlagen Entdecken Lernen sale

Vorlagen zu Sale

Durchsuche qualitativ hochwertige Vorlagen zu Sale für dein nächstes Design

Instagram Post Kostenlos & Pro Farbe Alle löschen (1) 68.640 Vorlagen

Grün und Orange Shoppi... Schwarz Weiß Modern S... Braun Weiß Modern Neu... Grün Pastell Bold Sale In... Rosa Klassisch Ostern In...

Sommerschlußverkauf Sommer-Angebot Frühjahrsbeginn

Phirsichfarben und Crem... Beige und Braun Verkauf... Sommerangebot Badem... grün und orange Frühlin... Gelb-weiße Interior Desi...

Beige Minimalistisch Sch... Rosa Dunkelrosa Moder... Neon Gelb Dynamisch S... Beige Gelb Modern Filigr... Blau und gelb Sale Tech I...

Adobe Creative Cloud Express

Carina, jetzt souverän kreativ werden und überall teilen!

Neues Projekt erstellen

Benutzerdefinierte Größe Alle anzeigen >

Aus Ihren Vorlagen

Instagram-Story

Instagram-Post

Facebook-Post

Poster

Logo

Flyer

Schnellaktion ausprobieren

Empfohlen Bild Video PDF **NEU**

Hintergrund entfernen

In GIF-Datei konvertieren

Videogröße ändern

Bildgröße ändern

Videos verbinden

Mit beliebten Vorlagen beginnen

HEUTE WIRD GROßARTIG!

BAUSTEIN SPIELZEUG

Rettet den Ozean!

Adobe Creative Cloud Express

Zeltplan

Woche Monat < > 12 Mai 2022 Heute Aktuelle Woche

Filter Training Einrichtung

Vergessen Sie nicht, Ihre Social-Media-Kanäle zu verbinden, um Ihre Beiträge automatisch zu veröffentlichen.

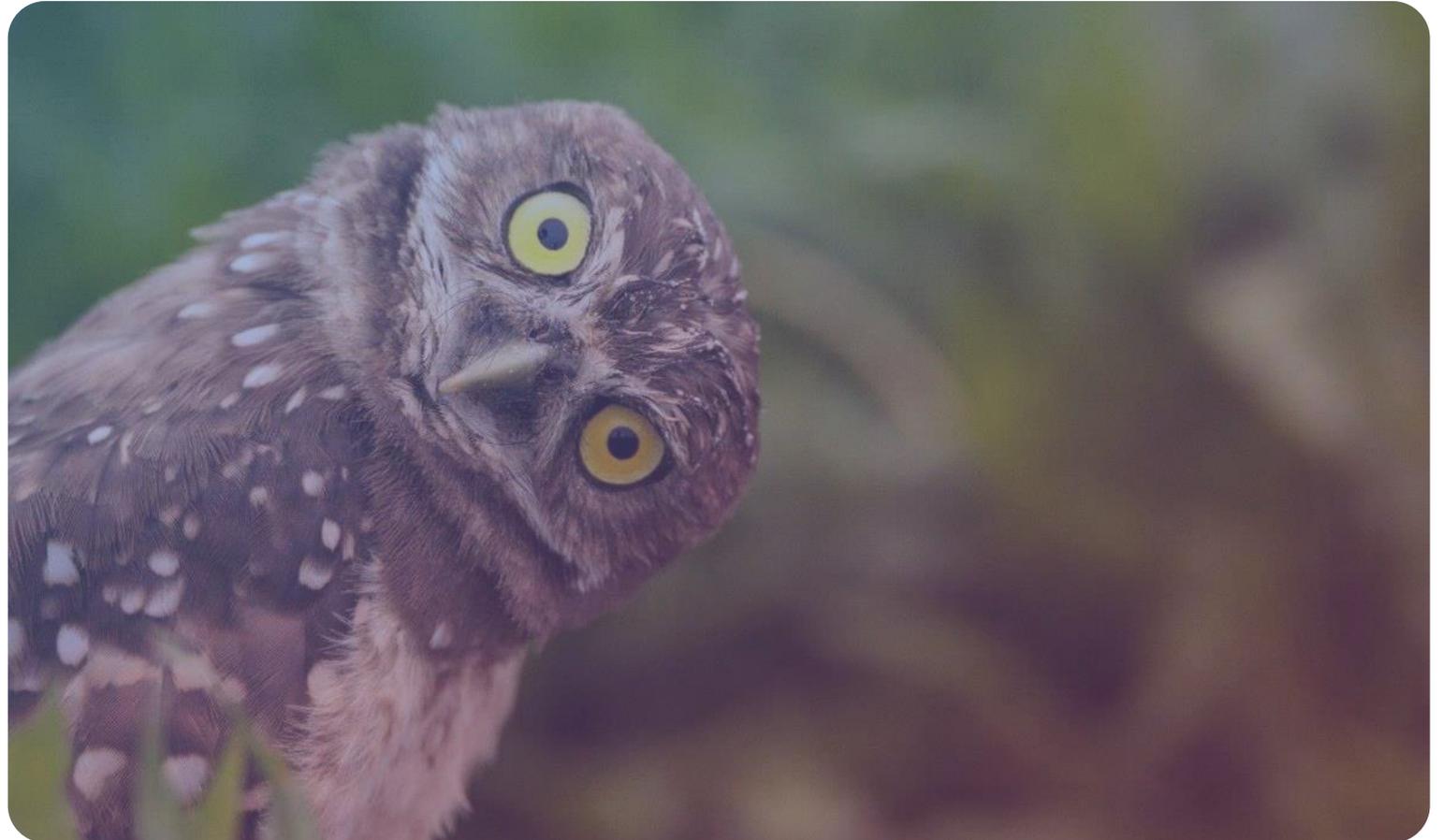
Nicht geplant

Speichern Sie hier Ihre Ideen. Ziehen Sie Beiträge per Drag & Drop in Ihren Kalender, um sie einzutragen.

Hinzufügen

	Do. 12	Fr. 13	Sa. 14	So. 15	Mo. 16	Di. 17	Mi. 18

- Weitere Fragen im Nachgang:
erfolgreichhandeln@ibi.de
- Präsentation und Aufzeichnung:
<https://www.stmwi.bayern.de/erfolgreich-handeln/veranstaltungskalender/archiv/>
- Wie hat es Ihnen heute gefallen?
<https://forms.office.com/e/jq0pt9Sakg>



The word 'Fragen?' is written in a large, white, sans-serif font, centered on the slide. The background is a blurred image of a group of people with their hands raised, overlaid with a blue gradient and a white wavy line at the top.

- 02.02.2023 | 08:30 Uhr | Verkaufen über Facebook, Instagram & Co.
- 07.02.2023 | 08:30 Uhr | WhatsApp-Business als Händler erfolgreich nutzen
- 09.02.2023 | 08:30 Uhr | Einstieg in die Suchmaschinenoptimierung
- 16.02.2023 | 08:30 Uhr | Veränderungen erfolgreich gestalten - 5 Schlüsselfaktoren für Ihr Unternehmen
- 28.02.2023 | 08:30 Uhr | Self-Checkout-Technologien im Handel - Einsatzmöglichkeiten und Umsetzung
- 02.03.2023 | 08:30 Uhr | Fördermöglichkeiten und finanzielle Unterstützung für bayerische Einzelhändler: innen
- 07.03.2023 | 08:30 Uhr | Produkte online optimal in Szene setzen - Produktfotografie als Umsatz-Multiplikator für Ihren Online-Vertrieb
- 09.03.2023 | 08:30 Uhr | Cybercrime Awareness: Wie anfällig ist mein Unternehmen für Cyberattacken?
- und weitere: <https://www.stmwi.bayern.de/erfolgreich-handeln/veranstaltungskalender/>

Über ibi research



-  1993 gegründet mit dem Ziel des Wissenstransfers in der Wirtschaftsinformatik zwischen Akademia und Praxis
-  Angewandte Forschung und Beratung in der Digitalisierung zweier Bereiche: Finanzdienstleistungen sowie Handel
-  Arbeit mit der Objektivität der Wissenschaft an den Anwendungen des Praktikers
-  Partnernetz von über 40 großen und kleinen Unternehmen
-  Ca. 20 Mitarbeiter vom erfahrenen Manager bis zum innovativen Doktoranden



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

ibi research an der Universität Regensburg GmbH

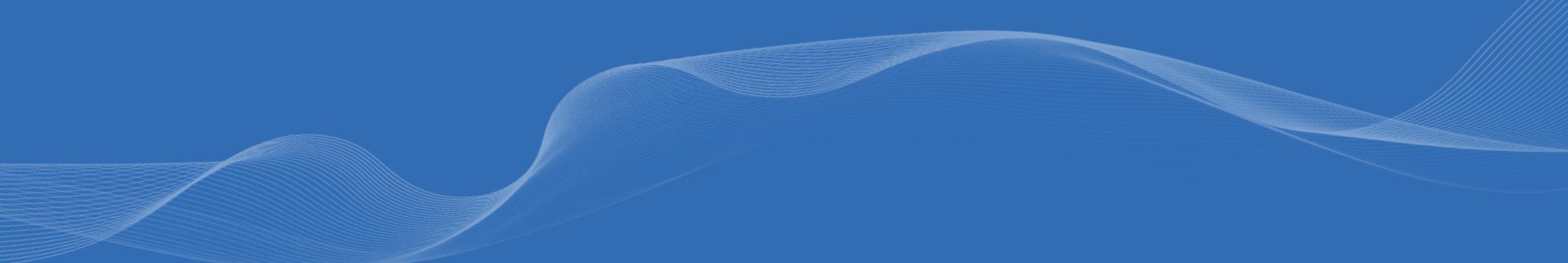
Galgenbergstraße 25

93053 Regensburg

Tel.: 0941 788391-0

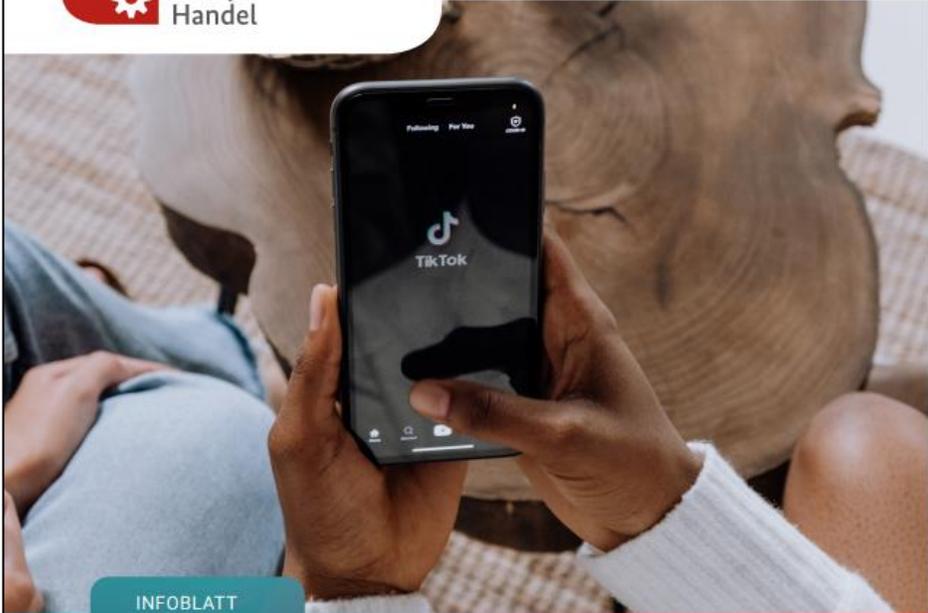
E-Mail: erfolgreichhandeln@ibi.de





06

Weiterführendes Material



INFOBLATT

Zeit für Social-Media?!

Wie Händler:innen die Trendplattformen
nutzen können

Mittelstand 4.0
Kompetenzzentrum
Handel

LEITFADEN

Überblick im Social-Media-Dschungel

Methoden und Tools für
Organisation und Management

Mittelstand-
Digital

Gefördert durch:

Bundesministerium
für Wirtschaft
und Klimaschutz
aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

<https://digitalzentrumhandel.de/leitfaeden/>

twitter

Twitter

152 MIO.
aktive Nutzer täglich



Nutzerzahlen weltweit

- 152 Mio. täglich aktive Nutzer (Quelle: Twitter, Q4 2019)
- 330 Mio. monatlich aktive Nutzer in 2017 (aktuell keine Kommunikation der monatlich aktiven Nutzer mehr)

Nutzerzahlen Deutschland

- 2,8 Mio. wöchentlich
- 1,4 Mio. täglich (Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2019, keine offiziellen Nutzerzahlen für Deutschland verfügbar)

Zielgruppen/Nutzerstruktur

- 48% zwischen 18 und 34 Jahren (in Deutschland)
- Millennials, Tech-Affine, Onliner, Journalisten, Blogger, Publisher, Politiker, Kommunikations- und Social Media Professionals, überdurchschnittlich viele Entscheider und Multiplikatoren. Viele Early Adopter (Produkte, Technologien)
- 41% der weiblichen Nutzer in Deutschland sind Mütter, größtenteils berufstätig (73%). (Quelle: W&V, Stand: 2018)

Formate & Features

- Feed Posts (Text, Link, Foto, Video, Umfrage)
- Livestream
- Stories („Fleets“): im Test

Besonderheit/Charakteristik

- Kurznachrichten mit max. 280 Zeichen
- Traditionell textlastig, aber auch Foto/Video-Posts möglich
- Schnell, aktuell, wichtige Rolle bei Eilmeldungen
- Von Multiplikatoren genutzt (Politiker, Journalisten, Aktivisten, Stars...), hohe Medienaufmerksamkeit
- Hashtag-Nutzung wichtig
- Tonalität oft witzig/bissig/kritisch, auch satirisch
- Geeignet für Konversation und Dialog (unter Zeichenlimit)
- Plattform für Kundenservice, Nutzer erwarten schnelle Reaktion

Themen & Inhalte

- Nachrichten und aktuelles Geschehen, Politisches, Medieninhalte, aber auch Privates, Satirisches
- Beliebte Themen: Film, Musik, Gaming, Rezepte/Ernährung, Austausch über Produkte, Services und Marken

Für welche Unternehmen/Branchen

- Kommt auf die Zielgruppe(n) an.
- Geeignet als Content Marketing- und Customer Service-Plattform.

Werbemöglichkeiten

- Gesponserter Tweet (Text, Bild, mehrere Bilder, GIF), gesponserter Video
- Conversational Ads, Direktnachricht-Ad

Nachteile

- Speziell und zielgruppenspezifisch, wird in Deutschland bei Weitem nicht so stark genutzt wie FB oder IG
- Kämpft gegen Spam und Fake News

Fazit/Chancen

- Befindet sich in Umbruchphase
- Bleibt in Deutschland nischig, kein Mainstream (Frage der Zielgruppe entscheidend)
- Dennoch anhaltend positive Entwicklung der Nutzerzahlen (Q4 2019: +21% ggü. Vorjahr)
- Interaktionen mit Anzeigen um 29% gestiegen (Q4 2019), Kosten für Interaktionen um 13% gesunken (Verbesserung der CTRs bei Anzeigenformaten)

→ <https://www.futurcbiz.de/artikel/twitter-statistiken-nutzerzahlen/>

→ https://www.wirv.de/tech/zielgruppenstudie_wer_alle_twitter_nutzt

linkedin

LinkedIn

675 MIO.
Nutzer weltweit



Nutzerzahlen weltweit

- 675 Mio. (Quelle: LinkedIn Statistics, März 2020)

Nutzerzahlen Deutschland

- 14 Mio. in DACH (Xing: 17 Mio.) (Quelle: LinkedIn Statistics, März 2020)

Zielgruppen/Nutzerstruktur

- Berufstätige, Fach- und Führungskräfte
- (Potenzielle) Kunden, Leads, Auftraggeber, Geschäftspartner, Mitarbeiter
- 51% sind zwischen 20-49 Jahren alt (Quelle: Statista, Umfrage v. 2017)

Formate & Features

- Feed Posts (Text, Link, Foto, Video, Dokument)
- Gruppen
- Jobs
- Events
- LinkedIn Artikel (eigene Publishing-Plattform)
- Live (beta)
- Stories: im Test

Besonderheit/Charakteristik

- Business-Netzwerk, bewegt sich immer weiter weg vom „Online-Lebenslauf“ und Plattform für Jobsuche und hin zum „Facebook“ für den beruflichen Kontext, wird vielfältiger und persönlicher
- Nutzer geben relativ viele Daten an (Lebenslauf, aktuelle Position/ Branche...)
- Dokumenten-Posts möglich
- Geeignet als Vertriebs-Tool (LinkedIn Sales Navigator), für Social Selling und zum beruflichen Austausch
- Eines der größten und erfolgreichsten Jobportale

Themen & Inhalte

- Alles im professionellen Kontext (Branchen- und Unternehmens-News, Fachartikel/Studien, berufliche Updates, Events, Stellen...)

Für welche Unternehmen/Branchen

- Alle Unternehmen und Branchen, insbes. B2B-Unternehmen und Selbstständige

Werbemöglichkeiten

- Text-Anzeigen
- Gesponserter Content im Feed: Bild, Karussell, Video Ads

- Follower Ads, Spotlight Ads, Job-Anzeigen, Sponsored InMail

Nachteile

- Business Netzwerk (dennoch Kommunikation „Human to Human“), Themenspektrum zumeist im fachlichen/beruflichen Kontext

Fazit/Chancen

- Zunehmende Relevanz, gute organische Reichweiten und Interaktionen (für private Profile)
- Sichtbarkeit (Profile erscheinen in Google Suche)
- Geeignet für Recruiting und für Vertrieb/ Leadgenerierung, Social Selling, Corporate Influencer-Programme
- Chancen durch Gruppen zu Branchen-/Fachthemen

→ <https://news.linkedin.com/about-us#statistics>

→ <https://www.futurcbiz.de/artikel/linkedin-statistiken/>

pinterest

Pinterest

322 MIO.
Nutzer weltweit



Nutzerzahlen weltweit

- 322 Mio. Nutzer weltweit (+30% ggü. Vorjahr)
(Quelle: Pinterest, Q3 2019)

Nutzerzahlen Deutschland

- 6-7 Mio. (Quelle: Schätzung Christian Buggisch), 8-11 Mio. monatlich aktive Nutzer
(Quelle: Anzeigenmanager Pinterest)
- Über 4 Mio. Ideen werden in Deutschland täglich auf Pinterest gespeichert.
(Quelle: Pinterest)

Zielgruppen/Nutzerstruktur

- 70% weiblich, jedoch auch Anstieg an männlichen Nutzern in den letzten Jahren
- 72% zwischen 18 und 44 Jahren alt, größte Altersgruppe 18-24 Jahre (54%), 29% über 45 Jahre
(Quelle: Pinterest)

Formate & Features

- Feed Posts (Foto/Video + Text + Verlinkung)
- Rich Pins
- Story Pins

Besonderheit/Charakteristik

- „Visuelle Suchmaschine“: Nutzer suchen gezielt Inspirationen und Informationen zu verschiedenen Themen und speichern diese auf Pinnwänden ab
- Inhalte müssen im passenden visuellen Format aufbereitet und mit Keywords & Link versehen werden. (für Pinterest optimiert)
- Großes Potenzial als Traffic-Lieferant
- mehr visuelle Suchmaschine, weniger Interaktionen und Social Networking

Themen & Inhalte

- beliebt: Rezepte, Fashion, Wohnen/Interior, DIY, Beauty, saisonale Themen, Reisen, neue Produkte & Entscheidungsfindung bzgl. Produkten, Wissensthemen
- Eher Themen für weibliche Zielgruppen, jedoch zunehmende Bandbreite an Nutzern und Themen

Für welche Unternehmen/Branchen

- Insbesondere B2C (Consumer-Themen vorrangig), jedoch auch Wissensthemen und Anwendungsideen zu vielen Produkten (allgemeine und nicht unternehmens-/produktspezifische Suchanfragen dominieren)

- Geeignet als Content Marketing-Plattform und um Sichtbarkeit und Markenbekanntheit zu erhöhen

Werbemöglichkeiten

- Promoted Pins (Bild, Video, Karussell)
- Promoted App Pins

Nachteile

- Konnte sich bisher ggü. anderen Netzwerken nicht durchsetzen
- Eher visuelle Suchmaschine als soziales Netzwerk
- Content muss speziell aufbereitet und sehr regelmäßig gepinnt werden
- Pinterest Anzeigen in Deutschland erst 2019 gestartet

Fazit/Chancen

- Oft unterschätzt, aber sehr gut geeignet, um Sichtbarkeit im Netz zu erhöhen (SEO) und Traffic für Website/Landing Pages/eigenen Content zu generieren
- Bereits bestehende Inhalte können gut Pinterest-spezifisch aufbereitet werden
- Interessante Format: Story Pins und Rich Pins
- Zunehmend mehr Zielgruppen, Themen
- Interessanter neuer Werbekanal

- <https://www.futurebiz.de/artikel/pinterest-statistiken/>
- <https://www.thomashutter.com/pinterest-pin-ads-ab-sofort-auch-in-deutschland-verfuegbar/>

youtube

YouTube

2,0 MRD.
aktive Nutzer monatlich



- Videos lassen sich gut auf anderen Plattformen teilen, in Website einbinden
- Geeignet für Influencer Marketing

Werbemöglichkeiten

- Gesponserte Videos/Videoanzeigen (Überspringbar/nicht überspringbar)
- Display-Anzeigen, Overlay-Anzeigen, gesponserte Infokarten

Nachteile

- Social Network-Charakter schwächer als bei anderen Plattformen
- YouTube will Community-Aspekt stärken (Anzahl der Interaktionen stieg 2018 im Jahresvergleich um 60%, Community Tab täglich von 60 Mio. genutzt)

Fazit/Chancen

- Zweitgrößte Suchmaschine und am häufigsten besuchte Seite nach Google (Sichtbarkeit!)
- Beliebteste Videoplattform, stark frequentiert (insbes. von Jugendlichen), Trend: Abwanderung von TV zu YouTube
- Vielfältige Chancen, Content durch versch. Videoformate zu vermarkten (auch im B2B-Bereich)
- Zunehmend wichtiges Werbemedium

- <https://www.futurebiz.de/artikel/youtube-statistiken/>
- <https://www.klicksafe.de/zahlen-und-fakten-youtube-nutzung-in-deutschland/>
- <https://www.pewresearch.org/internet/2018/11/07/many-turn-to-youtube-for-kidrens-content-news-how-to-lessons/>
- <https://www.thinkwithgoogle.com/data-collections/youtube-viewer-behavior-online-video-audience/>

Nutzerzahlen weltweit

- 2 Mrd. monatlich aktive Nutzer (nur angemeldete und aktive Nutzer, tatsächliche Zugriffszahlen höher)
- Weltweit wird 1 Mrd. Stunden Videomaterial täglich angesehen.
(Quelle: YouTube)

Nutzerzahlen Deutschland

- 28 Mio. Nutzer täglich
- 77% der Internetnutzer in Deutschland nutzen YouTube monatlich, 40% wöchentlich.
(Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2019)

Zielgruppen/Nutzerstruktur

- Beliebteste Plattform bei Jugendlichen
- Jugendliche und junge Erwachsene (14-29 Jahre) nutzen YouTube am häufigsten: 82% mindestens einmal wöchentlich
(Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2019)
- Nutzung jedoch stark verbreitet in allen Altersgruppen, am stärksten wachsende: 35+ und 55+
(Quelle: Google)

Formate & Features

- Videos (verschiedene Formate)
- Livestream
- Stories für Creator (ab 10k Followern, mobile only, 7 Tage sichtbar)
- Community Tab (Feed für Creator)

Besonderheit/Charakteristik

- Beliebteste Plattform für Bewegtbildinhalte, zweitgrößte Suchmaschine nach Google (aber auch soziales Netzwerk – dieser Aspekt tritt jedoch häufig in den Hintergrund. Die wenigsten Nutzer posten selbst Content).
- Wird interessenbasiert genutzt, sehr beliebt sind Anleitungen/Tutorials zu allen möglichen Dingen
- Videos werden größtenteils mobil abgerufen, es dominiert nach wie vor Querformat.

Themen & Inhalte

- Breit gefächertes Spektrum an Genres/Themen
- Liebt: Musikvideos, Lustiges/Comedy, Let's Plays, Tutorials & Erklärvideos, TV-Sendungen, Sportvideos, Produkttests
- Häufigste Motive: Unterhaltung/Entspannung, Informationsbeschaffung

Für welche Unternehmen/Branchen

- Alle, insbes. auch B2B-Unternehmen
- Breite Zielgruppen und vielfältige Anwendungsmöglichkeiten, z.B. Produktvideos, Praxisanwendungen, Erklärvideos/Tutorials, Blicke hinter die Kulissen, Imagevideos, Dokumentationen, Screencasts/Webinare, Livestreams...

tiktok

TikTok

1,0 MRD.
aktive Nutzer monatlich



Nutzerzahlen weltweit

- Weltweit über 1 Mrd. monatlich aktive Nutzer
(Quelle: TikTok, Nov 2019)

Nutzerzahlen Deutschland

- 5,5 Mio. monatlich aktive Nutzer
- Mehr aktive Nutzer in Deutschland als Großbritannien (5,4 Mio.), Frankreich (4,4 Mio.), Spanien (3,5 Mio.) oder Italien (3 Mio.).
- Hohe Nutzeraktivität: durchschnittlich 10 Mal/Tag genutzt in Deutschland, 50 Min. Nutzungsdauer, 13,4 Mrd. monatliche Views in Deutschland (Verdopplung ggü. Jan. 2019)
(Quelle: geleaktes Pitch Deck, Ende 2019)

Zielgruppen/Nutzerstruktur

- 60% weiblich, 40% männlich
- Großteil jünger als 20 Jahre
- 69% zwischen 16 und 24 Jahren alt
(Quelle: geleaktes Pitch Deck, Ende 2019)

Formate & Features

- Kurzvideos im Hochkantformat
- Duette
- Video-Reaktionen
- Livestreams

Besonderheit/Charakteristik

- Mobile, App-basierte Kurzvideoplattform
- Schräg, Spaßig, extrem schnelllebig
- Fokus weniger auf polierten, inszenierten Inhalten, spontane Selbstinszenierung, User-Generated Content und Unterhaltung im Vordergrund
- Videos zu angesagten Sounds und Hashtag Challenges
- Endlosschleife, hoher Unterhaltungs- und Suchtfaktor
- Videos können aus der App heraus geschnitten und bearbeitet werden

Themen & Inhalte

- Ursprünglich eher Tanz- und Lipsync-Videos zu Musik, mittlerweile unterschiedliche Themenkategorien und größere Bandbreite, auch 'ernsthafte' Themen

Für welche Unternehmen/Branchen

- Für Unternehmen, die junge Zielgruppen ansprechen möchten, die über andere Plattformen nicht oder nur schwer zu erreichen sind.
- Early Adopters und Unternehmen, die schnellen, kreativen und unterhaltsamen Content produzieren können.

- Bisher hauptsächlich Publisher/Medienunternehmen, Fußballvereine und bekannte Consumer-Marken vertreten

Werbemöglichkeiten

- Native Videoanzeigen
- Brand Takeover Anzeigen
- Branded Effects
- Gesponserte Hashtag Challenges

Nachteile

- Keine Selbstbuchungsplattform für Werbung in DACH
- Häufig Kritik und Schlagzeilen (Datenschutz/Sicherheit, Zensurvorfälle)
- Keine Verlinkungsmöglichkeit in Videos
- Wenig Insights/Analytics

Fazit/Chancen

- Wächst derzeit sehr stark (Hype) zunehmend mehr Themen- und Nutzervielfalt
- Möglichkeit, sehr junge Zielgruppe zu erreichen
- Influencer Marketing (mit TikTok Creators) bietet sich an
- Werbung relativ teuer
- Potenzial auch für neue/unkannte Accounts: Jedes Video kann viral gehen
- Trend zu weniger inszenierten, authentischeren Inhalten

- <https://www.futurebiz.de/artikel/tiktok-statistiken-2019/>
- <https://www.basichinking.de/blog/2019/11/08/tik-tok-in-deutschland-nutzerzahlen/>
- <https://digiday.com/marketing/pitch-deck-tiktok-testing-cost-per-click-ad-pricing/>

Kurzporträts weiterer Kanäle



- älteres soziales Netzwerk (2005)
- Hohe Nutzerzahlen & große Zielgruppe
- Positiver Einfluss auf Sichtbarkeit bei Google
- Potentiale für B2B und B2C
- Werbeanzeigen möglich

- Digitale Pinnwand
- Stark visuelle, emotionale Plattform
- Geringe Möglichkeiten zum Austausch mit Kund:innen
- Rich Pins als kleine Werbeanzeigen

- Versendete Fotos und Videos nur wenige Sekunden sichtbar
- Einseitige Kommunikation (kein Liken, Kommentieren, usw.)
- Filter für Fotos und Videos (teilweise von Facebook, Instagram & Co. übernommen)
- Jüngere Zielgruppe

- Kurze Videosequenzen (15 bis 60 Sekunden)
- Meist mit Ton/Musik hinterlegt
- Nutzer:innen können schauen, kommentieren, liken, weiterleiten
- Unterhaltungsfaktor im Vordergrund
- Junge, kreative Zielgruppe
- Werbemöglichkeiten wachsend

- Gehört zum Alltag der Nutzer:innen, private Nutzung
- Eigene Business App (Trennung von Privatem)
- Zusatzfunktionen: Profil, Produktkatalog, Sofortnachrichten

Entscheidungs-Matrix

1) Welche Ziele verfolge ich mit meinen Social Media Aktivitäten?

	Facebook Seite	Facebook Gruppe	Instagram	Twitter	Pinterest	YouTube	TikTok	Xing	LinkedIn
<input type="checkbox"/> Sichtbarkeit steigern	<input checked="" type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/> Expertenpositionierung	<input checked="" type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/> Kundengewinnen/Vertrauen aufbauen	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>					
<input type="checkbox"/> Website-Traffic	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Leads generieren	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>					
<input type="checkbox"/> Produkte/Dienstleistung verkaufen	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Kooperationspartner finden	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Kundenbindung steigern	<input checked="" type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/> Mitarbeiter / Dienstleister finden	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Zielgruppen-Insights	<input checked="" type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/> Wettbewerbsbeobachtung	<input checked="" type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/> Netzwerken	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

2) Welche Zielgruppe möchte ich erreichen?

3) Wo ist sie aktiv?

<input type="checkbox"/> B2B mittlere & große Unternehmen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> B2B kleine Unternehmen & Solopreneure	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Privatpersonen	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Frauen	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Männer	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> 18 - 24 Jahre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> 25 - 45 Jahre	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>				
<input type="checkbox"/> 46 und älter	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

4) Welche Social Media Kanäle verwenden meine Wettbewerber?

<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/>								

Entscheidungs-Matrix

5) Welche Medienformate werden verwendet?

	Facebook Seite	Facebook Gruppe	Instagram	Twitter	Pinterest	YouTube	TikTok	Xing	LinkedIn
<input checked="" type="checkbox"/> 1 Bilder	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>				
<input checked="" type="checkbox"/> 2 Grafiken	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>				
<input checked="" type="checkbox"/> 3 auch längere Texte	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/> 4 nur Kurztexte / Infoschnipsel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/> 5 Links	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>				
<input checked="" type="checkbox"/> 6 Umfragen	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/> 7 Stories	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/> 8 Videos	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>					
<input checked="" type="checkbox"/> 9 kreative Kurzvideos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6) Welche Medienformate passen zu mir und machen mir Spaß?

<input type="checkbox"/> Bilder	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>				
<input type="checkbox"/> Grafiken	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>				
<input type="checkbox"/> Texte	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> nur Kurztexte / Infoschnipsel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Links	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>					
<input type="checkbox"/> Umfragen	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Stories	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Videos	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>					
<input type="checkbox"/> kreative Kurzvideos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7) Wieviel Zeit, Geld und Aufwand für die Contentproduktion kann ich investieren?

<input type="checkbox"/> mehr Zeit für die Kanalbetreuung	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> weniger Zeit für die Kanalbetreuung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> mehr Budget für Reichweite / Wachstum	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> weniger Budget für Reichweite / Wachstum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> mehr Budget für Equipment	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> weniger Budget für Equipment	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> mehr Aufwand in der Contentproduktion	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
<input type="checkbox"/> weniger Aufwand in der Contentproduktion	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>