

RICHTIG STARTEN MIT DEN SOZIALEN NETZWERKEN

Instagram liegt mit Blick auf die junge Zielgruppe zwischen 14 und 29 Jahren laut ARD/ZDF-Onlinestudie in der wöchentlichen Nutzung deutlich vor Facebook. Auf der Plattform können Nutzer Fotos und Videos mit Ton hochladen bzw. aufnehmen, bearbeiten und teilen.

Profil anlegen

- Als Namen empfiehlt es sich, keine kryptischen Abkürzungen, sondern den Unternehmensnamen zu nutzen.
- Zudem sollte ein Profilfoto hochgeladen werden, etwa das Unternehmenslogo.
- In der Biografie kann man eine kurze Beschreibung angeben, zur Auflockerung zum Beispiel versehen mit Emojis und Hashtags sowie den Link zur eigenen Webseite hinterlegen.

Formate

- Gängige Formate sind neben Beiträgen mit hochwertigen Fotos und beschreibenden Texten sogenannte „Reels“ und „Storys“.
 - Bei Reels handelt es sich um kurze, dynamische Videos, die sich in der App erstellen und mit Musik und Effekten unterlegen lassen. Sie bleiben dauerhaft im eigenen Profil sichtbar.
 - Storys sind kurze Videos, die nach 24 Stunden wieder gelöscht werden. Eine Story kann man mit Videos, Fotos und Beiträgen anderer Nutzer bestücken.
- Ausgewählte Stories können als „Highlights“ prominent direkt unter der Beschreibung des Profils gespeichert werden.

Passenden Inhalt finden

- Unternehmen sollten aussagekräftige, authentische Fotos oder Videos auf Instagram posten und kurze Texte dazu verfassen.
 - Sie können zum Beispiel Mitarbeiter oder bestimmte Berufe vorstellen, interessante Ereignisse aus dem Betriebsalltag einfangen sowie auf Engagement für die Umwelt oder erfolgreiche Projekte hinweisen.
 - In Stories lassen sich auch Musik und Quiz-Fragen einbinden.
 - In Live-Videos können Mitarbeiter des Unternehmens Fragen zu ihrem Beruf beantworten.
- Azubis und Co. sorgen für zielgruppengerechte Inhalte
 - Als Trend haben sich Instagram Take-Over erwiesen. Bei einem Take-Over wird der Unternehmenskanal von einem oder mehreren Beschäftigten für einen begrenzten Zeitraum, etwa eine Woche, übernommen.
 - Die Mitarbeitenden teilen Storys, Fotos und Reels auf dem Unternehmensprofil und geben so einen authentischen Einblick in ihren Arbeitstag.

TikTok ist eine weitere Plattform, die von den jüngeren Generationen verstärkt genutzt wird. Auch jüngere Jugendliche sind auf dem Portal aktiv. Häufig geht es um Comedy und Unterhaltung. Doch auch Neuigkeiten und Mode sind präsenete Themen auf TikTok.

Profil anlegen

- Legen Sie sich für Ihr Unternehmen einen Account bei TikTok an. Sie können als Profilnamen den Unternehmensnamen angeben und ein Logo als Profilfoto hochladen sowie eine kurze Beschreibung hinzufügen.
- Das Konto können Sie dann in ein Geschäftskonto umwandeln, indem Sie auf "Einstellungen und Datenschutz" klicken, dann "Konto verwalten" und "Zum Business-Konto" wechseln.
- Dabei können Sie eine Geschäftskategorie auswählen und Ihre Kontaktinformationen ausfüllen.

Formate

- Beliebt ist die sogenannte "Duett"-Funktion: Nutzer können einen populären Clip auswählen, teilen und diesen mitsingen oder gleichzeitig tanzen. Die eigene Kamera öffnet sich parallel zum ausgewählten Clip. Für Unternehmen kann sich diese Funktion auch anbieten, um ein neues Produkt zu zeigen und parallel zu erklären.
- Auch "Challenges" sind auf TikTok populär. Unter bestimmten Stichworten bzw. Hashtags wird zu einem Wettbewerb aufgerufen. Nutzer können sich mit eigenen Videos daran beteiligen. Bei einer Challenge ist allerdings etwas Kreativität gefragt. Unternehmen können die Aufgabe, sich eine unternehmensbezogene Challenge auszudenken, zum Beispiel an junge Mitarbeiter weitergeben.
- Auch Alltagstipps (sogenannte Lifehacks), Tanzvideos und persönliche Clips sind verbreitet.

Passende Inhalte finden

- Unternehmen können die Plattform nutzen, um in kurzen Videos Geschichten aus dem Arbeitsalltag zu erzählen, sowie Informationen über Berufe oder Produkte zu verbreiten. Das setzt voraus, dass es kameraaffine Mitarbeiter gibt damit unterhaltsame Inhalte produziert werden können. Sie können sich auch an Challenges beteiligen.
- Azubis und Co. sorgen für zielgruppengerechte Inhalte
- Wer TikTok nutzen möchte, sollte etwa darüber nachdenken, eigene Azubis als Unterstützer zu gewinnen. Denn diese kennen sich vermutlich schon gut mit dem Medium aus und können dabei helfen, die Zielgruppe dort zu überzeugen.

Die sozialen Netzwerke als Werbefläche nutzen...

...bei **Instagram** benötigen Betriebe einen Instagram-Account sowie ein [Werbekonto bei Facebook](#), da beide sozialen Netzwerke zum selben Konzern gehören. Im Abschnitt „Zielgruppe“ können sie mithilfe bestimmter Merkmale bestimmen, wer die Anzeige sehen soll. Neben Alter und Geschlecht können auch Interessen oder der Standort gewählt werden. Danach wird die Art der Anzeige gewählt. Zur Auswahl stehen: Foto-Ads, Video-Ads mit Videos von bis zu 60 Sekunden Länge oder Karussell Ads, die mehrere Bilder miteinander verbinden. Anschließend bestimmen Sie noch das Budget, das Sie für Ihre Kampagne ausgeben wollen - entweder ein Tagesbudget oder eine bestimmte Laufzeit.

...bei **TikTok** gibt es einen Kampagnen-Manager zur Planung einer Werbe-Kampagne. Mit einem Klick auf den Start-Button kann man das Werbeziel festlegen, TikTok bietet hier eine Auswahl. Danach kann man auch hier die Zielgruppe bestimmen. Es gibt verschiedene Optionen: Über „Narrow Targeting“ legt man etwa fest, welchen Usern die Anzeige ausgespielt werden soll. Es gibt aber auch automatisierte Verfahren, in denen TikTok seinen Algorithmus nutzt. Bei der Videoplattform hat man im nächsten Schritt die Wahl zwischen einem täglichen und einem festgelegten Laufzeitbudget. Danach wird über „Gebote und Optimierung“ das Abrechnungsmodell festgelegt sowie die Auslieferung. Beispielsweise können am Anfang einer Kampagne die Anzeigen in höherer Frequenz ausgespielt werden. Der nächste Schritt ist die Festlegung des Anzeigenformats: Soll es sich um ein Video oder ein Bild handeln? Bei Ersterem kann man ein bereits fertiges Video bei TikTok hochladen – oder die Anzeige im „Creative Toolkit“ erstellen. Hier kann man zum Beispiel Filme im „Diashow-Format“ kreieren.