



Social Media

- ein Schlüssel zum Erfolg



Das  macht
die Zukunft.

Nachhaltig und digital.



Ilayda Karabulut



- Warum Social Media?
- Die Website
- Tipps zum Aufbau eines Social-Media-Kanals
- W-Fragen (Smart-Methode)
- Die richtige Plattform
- Ideen für „Posts“
- Die drei beliebtesten Social-Media-Plattformen
- Tipps zur Orientierung
- Marketinglösungen
- Rechtliches
- Marketingpool
- Pexels und Pixabay





Man muss nicht bei jedem Trend vorne mit dabei sein.

Dass sich Social-Media-Kanäle für Unternehmen und auch Innungen, stellt allerdings kaum jemand infrage.

- Schon mit einfachen Maßnahmen können Sie
 - Ihre Reichweite vergrößern
 - Neukunden gewinnen
 - Auszubildende erreichen
 - mit Partnerfirmen kooperieren
 - Ihr Image verbessern
 - u.v.m.



Heute mit das wichtigste Erscheinungsbild: Die eigene Website

- Basis aller Kommunikation (Auffindbarkeit/Verlinkungen)
- aktuelle und gut gemachte Website
 - informiert
 - weckt Vertrauen
 - ist responsive und SEO-optimiert
- Darum der Aufruf:
Prüfen Sie regelmäßig den Online-Auftritt Ihres Betriebes / Ihrer Innung und optimieren Sie ihn bei Bedarf!



Bevor man einen Kanal anlegt, genau planen: Was, wann, wie,...

- Die richtige Plattform wählen: Ziele beachten
- Profile vollständig erstellen und interessant gestalten
- Qualitativ gutes Bild- und Videomaterial verwenden und es je nach Plattform richtig einsetzen (Format!)
- Als Betrieb einen optisch einheitlichen Auftritt aufbauen, das erhöht die Wiedererkennung
- Texte in passender Länge und Schreibstil einsetzen
- **aktiv sein** ist das Wichtigste = Kontinuität und Interaktion





Bevor man einen Kanal anlegt, genau planen: Was, wann, wie,...

- Was soll erreicht werden?
- Dabei die Messlatte nicht zu hoch hängen, realistisch bleiben
- Das bedeutet auch: Lieber nur ein Kanal, aber den vollumfänglich betreuen
- Relevante und interessante Inhalte posten
- Klären: Wer ist verantwortlich? Ggf. Vertretung
- Täglich etwa 20 Minuten für Social-Media einplanen



**Je nachdem, bei wem man was erreichen will:
die richtige Plattform für die richtige Zielgruppe auswählen!**

- Facebook: „Die Ü40-Party“ der Social-Media-Plattformen
- Instagram: Der Fachkräftenachwuchs
- TikTok: Potenzielle Azubis
- LinkedIn: Branchenkollegen und -kontakte



Ein paar Ideen für Posts



- aktuelle Projekte / Kundenanlagen
- Investitionen / neue Anschaffungen
- Renovierungsmaßnahmen
- Mitarbeiter/-innen in Aktion
- neue Mitarbeiter/-innen
- Auszeichnungen
- interne Veranstaltungen
- Teilnahme an Messen
- außerbetriebliche Aktionen
- saisonale Postings (Ostern, Weihnachten...)
- Zahlen und Fakten zum Betrieb





- Weltweit noch immer am meisten genutzt
- In Deutschland wird Facebook zunehmend von anderen Plattformen abgelöst
- Für private Nutzer vor allem Unterhaltung
- Für Unternehmen und Betriebe aus repräsentativen Gründen wichtig

- How-to:
 - Gut gemachtes Bild oder Video
 - Auf (eigene) Website verlinken lohnt sich
 - Texte sollten mindestens 50 Wörter lang sein
 - Keine Hashtags





- Hat Facebook als beliebteste Plattform bei den Jüngeren schon vor einiger Zeit abgelöst
- Kommunikation funktioniert vor allem über Bilder und Videos
- Über Stories zeigen aktive Nutzer, was sie gerade machen
 - = bearbeitetes kurzes Video, das nach 24 Stunden von allein verschwindet
- How-to:
 - Gut gemachtes Bild oder Video
 - Text: kurz und knackig, einfach und schnell zu lesen
 - Hashtags verwenden





- Business-Netzwerk für Unternehmen und Personen; professionelles Auftreten
- Ideal, um ein themen- oder branchenbezogenes Netzwerk aufzubauen
- Geschickt, um sich mit Geschäftspartnern zu vernetzen, ein Unternehmensprofil zu erstellen und die Sichtbarkeit für Bewerber zu erhöhen
- How-to:
 - Aussagekräftiges Bild oder gestaltete Grafik
 - Qualität vor Quantität
 - (Themen)relevante Botschaft, Meinung oder Bericht
 - Nicht mehr als 5 Hashtags
 - Möglichst alle Kommentare beantworten





- dranbleiben
- Mehrwert bieten
- Corporate Design verwenden
- Regelmäßig posten
- Interagieren
- Hashtags verwenden
- Business Account verwenden
- Website verlinken
- Posts planen
- auf Bilder und Videos fokussieren



...und immer authentisch bleiben!



Für Mitgliedsbetriebe gibt es viele Materialien zur kostenlosen Nutzung

- E-ZUBIs.de und in den Social Media – vernetzen Sie sich
Nachwuchswerbekampagne
- E-CHECK.de und in den Social Media – vernetzen Sie sich
als Zeichen der Qualität und Kompetenz
- im Marketingpool der ArGe Medien (passwortgeschützt) stehen kostenlose
Materialien / Bilder (rechttefrei!) für eigene Posts zur Verfügung

Rechtliches bei der Veröffentlichung und Verwendung von Bild und Text



- Eigene Medien verwenden: Risiko von Abmahnungen vermeiden.
- Texte: Urheberrechtlich geschützt, Erlaubnis des Urhebers einholen.
- Bilder + Videos: Schutzrechte beachten, Erlaubnis des Rechteinhabers einholen.
- Passanten oder ehemalige Angestellte auf Bildern: Erlaubnis erforderlich.
- Nutzung von selbst erstellten Inhalten oder Bildern aus Bilddatenbanken.
- Risiken bei KI-generierten Inhalten: Nutzungsbedingungen beachten.

Rechtliches bei der Veröffentlichung und Verwendung von Bild und Text



- Die neuen Inhalte sollten klar erkennbar anders sein als geschützte Werke, um keine Urheberrechtsverletzungen zu riskieren.
- Keine geschützten Marken, Designs oder Personen abbilden ohne Erlaubnis.
- Einhaltung der geltenden Schutzrechte, um rechtliche Konsequenzen zu vermeiden.
- Nur Inhalte nutzen, für die erforderliche Erlaubnisse und Lizenzen vorhanden sind oder keine benötigt werden und Sie einen sicheren Nachweis dafür haben.

WILLKOMMEN IN UNSEREM MARKETINGPOOL

[STARTHILFE](#)[CORPORATE DESIGN](#)[WEBSEITEN-KONFIGURATOR](#)[WERBEMITTEL-KONFIGURATOR](#)

HINWEIS: SIND IHRE BETRIEBSDATEN, FACHGEBIETE UND LEISTUNGEN AUF DEM NEUESTEN STAND?

» **AKTUALISIEREN SIE HIER IHR PROFIL**



Der Marketingpool – einfach erklärt

DER MARKETINGPOOL – EINFACH ERKLÄRT

Die wichtigsten Funktionen des Marketingpools auf einen Blick. In einem kurzen Überblick wird gezeigt, wie man Werbemittel findet, die Filteroptionen optimal nutzt oder ein Werbemittel individualisiert, indem man es mit Adresse und Logo des Betriebes ausstattet. Auch die unterschiedlichen Druckoptionen werden unter die Lupe genommen.

[In YouTube ansehen](#) »

Suchbegriff eingeben



Suchen



Filter schließen

Kampagne



Publikationen



Thema



Werbemittel



Zielgruppen



Medientyp



Link zu dieser Suche in Zwischenablage kopieren



Alle Filter zurücksetzen

2001 ERGEBNISSE

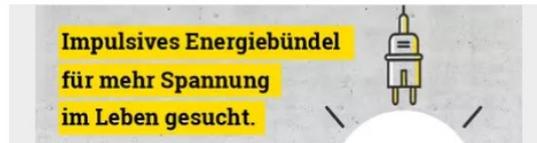
Pro Seite:

24



Sortieren nach:

(Standard)



5.674 Kostenlose Bilder zum Thema Handwerk

handwerker keramik arbeit ton werkstatt brot nähen werkzeug baustelle

Kommerzielle Bilder iStock LIMITED DEAL: 20% off with **PIXABAY20** coupon

Kostenlose Bilder



Bei kostenpflichtigen Bildern (gesponserte iStock Bilder) landen Sie automatisch auf einer externen Seite. Wenn Sie Bilder kaufen möchten, ist das eine Option. Für kostenlose und lizenzfreie Bilder, achten Sie darauf, dass rechts die Angabe lizenzfrei und kostenfrei dabei steht.

Kostenfrei Bilder


 Kostenlose Nutzung unter der Pixabay-
[Inhaltslizenz](#)

Bild bearbeiten

Download ^

<input type="radio"/>	480×640	JPG	156 KB
<input checked="" type="radio"/>	1280×1707	JPG	513 KB
<input type="radio"/>	1920×2561	JPG	1.1 MB
<input type="radio"/>	3040×4056	JPG	4.5 MB

Download

Öffnen

Pexels

Entdecken ▾ Lizenz Hochladen ... [Registrieren](#)

Die schönsten kostenlosen Fotos, lizenzfreien Bilder und Videos von unseren kreativen Nutzern.

Fotos ▾

Populär: regenbogen, frieden, wissenschaft, feier, pflanzen ...

- Startseite**
- Videos
- Bestenliste
- Wettbewerbe

Stock Fotos, Lizenzfreie Bilder & Kostenlose Bilder

Populär ▾





Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Fragen, weitere Wünsche und Anregungen?

Ilayda Karabulut
Assistenz der Geschäftsführung
FV EIT BW, Voltastraße 12, 70376 Stuttgart

Katharina Weik
FV EIT BW, Voltastraße 12, 70376 Stuttgart
Tel. (07 11) 95 59 06 66
info@fv-eit-bw.de