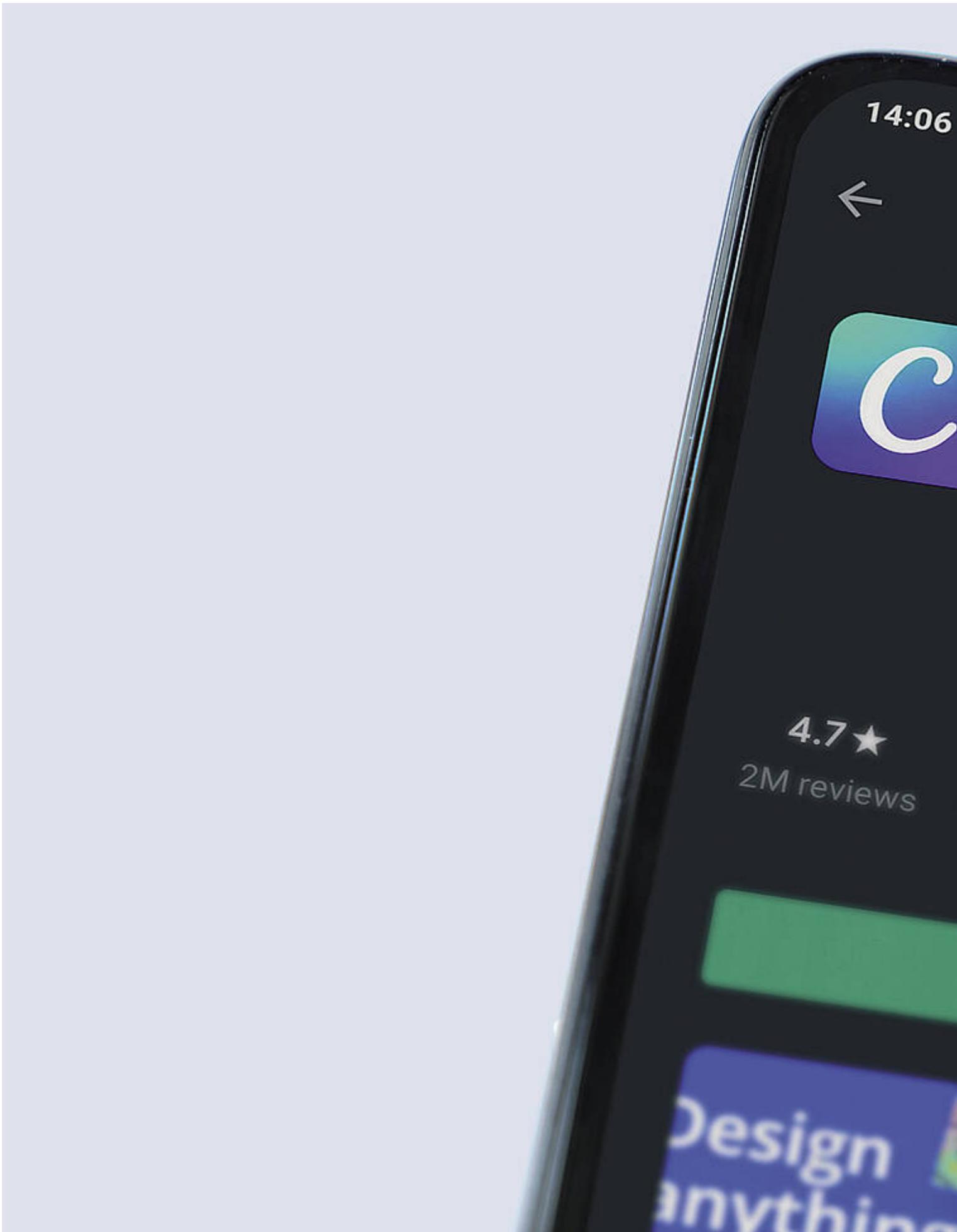


## **Social Media Werkstatt – Teil 2**

# **Jetzt wird es ernst: Dein erster Beitrag!**

In der letzten Folge haben wir uns für die beiden Plattformen Facebook und Instagram entschieden. Nun müssen wir uns dort erst einmal anmelden – und dann? Kontinuität und ein professionelles Auftreten sind wichtig. Wir zeigen Euch am Beispiel unseres Landmaschinenhändlers Kalhöfer, welche Inhalte interessant sein können und welche Programme uns bei der Arbeit unterstützen.



Anhand unserer Zielsetzung und Zielgruppe haben wir uns im letzten Teil für die beiden Plattformen Facebook und Instagram entschieden. Wie geht es jetzt weiter?

Das Anmelden in den sozialen Netzwerken – meistens per E-Mail-Adresse – ist kostenlos, für jeden zugänglich und oft selbsterklärend. Wenn Ihr diesbezüglich noch Hilfe benötigt, könnt Ihr alle Schritte einzeln in meinem Buch „Social Media für Landwirte“ nachlesen.

Bevor man mit seinen Aktivitäten startet, sollte man sich eins grundsätzlich klarmachen: Jeder Nutzer ist gleich viel wert – unabhängig von seinen Erfahrungen oder dem sozialen Status.

Zunächst müsst Ihr Euch Themenschwerpunkte für Euer Unternehmen überlegen. Werfen wir an dieser Stelle wieder einen Blick auf unseren Praxisbetrieb (siehe weiter unten).

Durch die festgelegten Themenschwerpunkte haben wir einen roten Faden in unserer Planung und wissen immer, was als nächstes gepostet werden sollte. So entsteht eine Kontinuität in den Beiträgen. Es gibt keine Lücken, in denen man nicht mehr weiß, was als nächstes gepostet werden kann. Zudem bekommen die Rubriken für die Community einen Wiedererkennungswert. Zu den Beiträgen mit Themenschwerpunkten können noch Postings zu Feiertagen o.ä. erstellt werden, wie zum Beispiel „Wir wünschen Euch frohe Ostern“ mit einem passenden Bild. All diese Beiträge können bereits mehrere Wochen im Voraus geplant werden. Zusätzlich empfiehlt es sich, neben den geplanten Beiträgen auch aktuelle Themen aufzunehmen, wie zum Beispiel Wetter, Ernte, agrarpolitische Entscheidungen, etc. Diese sollten spontan gepostet werden, je nachdem, was los ist, um das Profil auch aktuell zu halten.

# Kalhöfer Landtechnik – Eigene Themenschwerpunkte definieren

## Mitarbeiter vorstellen

Neben dem Alter und der Berufserfahrung der Mitarbeiter geben wir Einblicke in den Aufgabenbereich oder auch zur Berufsqualifikation/Ausbildung. In späteren Beiträgen werden Zitate der Mitarbeiter verwendet, um ein Thema aufzugreifen. Weiterhin posten wir Empfehlungen und Tipps von den Mitarbeitern als Kundenservice.

## Mitarbeiter suchen

Gibt es freie Stellenangebote, werden auch die auf den sozialen Plattformen gepostet – insbesondere für die Azubi-Suche haben sich diese Posts bewährt.

## Verkaufsmaschinen vorstellen

Es wird immer wieder eine andere Maschine aus dem Sortiment des Unternehmens vorgestellt. Neben ausgewählten Bildern gehören natürlich auch die technischen Ausstattungsmerkmale in den Beitrag.

## Verschiedene Bereiche

Da die Kalhöfers breit aufgestellt sind, werden wir im Wechsel auch die einzelnen Unternehmensbereiche vorstellen, wie zum Beispiel das breite Sortiment an E-Bikes oder das Angebot an Anhängern. Die Themenbereiche knüpfen wir, wenn es passt, schwerpunktmäßig an die jeweilige Saison.

## Jahreszeitentypische Beiträge

Heckenschneiden im Winter mit einer Ausleihmaschine, Rasenmähbeiträge im Frühjahr, „Wir wünschen euch eine erfolgreiche Ernte“, etc.

## Feedback von Kunden

Wir suchen uns einen Kunden, mit dem Kalhöfer Landtechnik schon lange zusammenarbeitet und der über seine Erfahrungen mit uns berichtet. Zusätzlich ist eine Reihe geplant, in der immer mal andere Kunden vorgestellt werden.

Ihr habt bestimmt auch Geschäftspartner, die gerne bereit sind, ein bis zwei nette Sätze als Feedback zu geben. Am besten fragt Ihr direkt, ob der Kunde Euch auch ein Bild von sich zu Verfügung stellen kann oder ob Ihr ein Bild mit dem Kunden zusammen machen dürft. Das gibt dem Ganzen einen persönlichen Rahmen.



# Metallbau

Kalhöfer präsentiert speziell angefertigte Kundenprojekte und zeigt so die vielfältigen Geschäftsbereiche.



**Wir bilden Land- und  
Baumaschinenmechatroniker (m/w/d) aus!  
Jetzt bewerben!**

Nah dran an der Zielgruppe: Kalhöfer Landtechnik sucht auf Instagram nach Auszubildenden.



## TIPP – Werkzeuge erleichtern die Arbeit

Zur Erstellung von Beiträgen gibt es eine Vielzahl an Apps und Werkzeugen. Wir möchten Euch eine Empfehlung der Programme geben, die sich bei unseren Kunden bewährt haben und über verschiedene Endgeräte einwandfrei funktionieren.

**Bildbearbeitung:** Für die Farbbearbeitung der Bilder kann zum Beispiel Lightrooms verwendet werden. Das Programm bietet in der kostenlosen Variante bereits viele Funktionen, um eigene Bilder zu optimieren.

**Posts:** Grafische Elemente kann man gut mit Canva, Adobe Sparks oder Photoshop hinzufügen. Gerade für Anfänger können wir Canva besonders empfehlen: ein sehr bedienerfreundliches Tool, welches über den Internetexplorer aufgerufen wird. Bilder lassen sich einfach online bearbeiten, Grafiken und Texte hinzuzufügen ist ebenfalls kein Problem. Neben Bildern lassen sich hier auch Storys und Videos bearbeiten. Auch hierbei handelt es sich um ein kostenloses Tool, jedoch ist es im vollem Umfang nur mit der bezahlungspflichtigen Version nutzbar. Dazu gehört dann auch ein Zugriff auf eine umfangreiche Bilddatenbank sowie auf alle Grafikelemente. Alternativ können einzelne Sticker, Schriftzüge und Co. zur kostenlosen Variante einzeln zugebucht werden.

**Storys:** Wir empfehlen noch die Programme mojo, Lift oder Canva Story App: Diese Apps fürs Handy erstellen aus langweiligen Bildern kreative Storys mit Texteinblendungen.

Am Anfang kostet Euch die Planung und das Erstellen von Beiträgen sicherlich noch etwas Mühe und vor allem Zeit. Wenn Ihr aber erste Layoutvorlagen erstellt und eine grobe Themenplanung fertig habt, könnt Ihr ungefähr zwei Stunden pro Woche als Zeitbedarf für circa zwei Beiträge einplanen. Dies entspricht grob der Frequenz, die wir empfehlen. Lasst regelmäßig von Euch hören, aber postet nicht jede Kleinigkeit und langweilt damit Eure Zielgruppe. Die empfohlene Textlänge richtet sich nach dem Inhalt: Wer was zu sagen hat, kann dies auch ruhig etwas ausführlicher tun. Achtet aber darauf, dass der Inhalt für die Zielgruppe relevant bleibt. Es gibt natürlich auch mal kurze Posts, mit zwei bis drei Sätzen. Ergänzt Eure Beiträge um relevante Hashtags, um darüber die Reichweite weiter auszubauen und den Lesern eine Idee zu geben, um welchen Themenbereich es sich handelt. Visuelle Elemente wie Emojis lockern den Text auf, sollten aber auch nur dosiert und mit Themenbezug verwendet werden.

**Folgt uns gerne auf**

[Instagram.com/thomas.fabrykant](https://www.instagram.com/thomas.fabrykant)

[Facebook.com/Fabrykant](https://www.facebook.com/Fabrykant)

[Linkedin.com/Thomas Fabry](https://www.linkedin.com/Thomas Fabry)