



# Informationen und Tipps für die Kommunikation in den sozialen Medien

Die sozialen Medien sind aus der Kommunikation nicht mehr wegzudenken. Durch den direkten Austausch und die unmittelbare Informationsvermittlung bieten sie viele Chancen. Gemäss einer Studie der Fachhochschule Graubünden nutzt gut ein Drittel aller Gemeinden soziale Netzwerke.<sup>1</sup> Das Drittel der Gemeinden, das über die sozialen Medien kommuniziert, tut dies hauptsächlich über Facebook (28 %), Instagram (14 %) sowie LinkedIn und YouTube mit jeweils 10 Prozent.

Ein Kanal in den sozialen Medien muss sukzessive aufgebaut und die Community (Das sind alle Personen, die dem Kanal folgen.) gepflegt werden, um die Zielgruppen zu erreichen. Zudem müssen die Inhalte durchdacht sein, um einen sogenannten «Shitstorm» zu verhindern. Die Kommunikation auf den digitalen Plattformen muss also strategisch geplant und professionell umgesetzt werden, um erfolgreich zu sein.

<sup>1</sup> Studie der Fachhochschule Graubünden (FHGR), Johanna Burger, Dario Wellinger et. al.: [«Lokaljournalismus und Gemeindekommunikation. Bestandesaufnahmen der Schweizer Lokalkommunikation auf Ebene der Lokalmedien und der Gemeinde»](#), 2023.

## 1. Planung: Ressourcen für die sozialen Medien

Wenn Sie mit Ihrer Gemeinde in den sozialen Medien aktiv sein möchten, ist die Planung zentral. Die Betreuung des Kanals erfordert ausreichende Ressourcen. Um die Reichweite auf- und auszubauen, müssen Sie regelmässig posten und die Community pflegen.



Lieber nur einen Kanal betreiben, dafür richtig, also regelmässig.

## 2. Auswahl des sozialen Netzwerks: Ziel und Zielgruppe definieren

Definieren Sie Ihr Ziel für die Kommunikation in den sozialen Medien und die Zielgruppe in Ihrem Kommunikationskonzept. Wählen Sie anschliessend das dafür geeignete Netzwerk aus.

## 3. Redaktionsplan und Strategie entwickeln

Erarbeiten Sie einen Redaktionsplan für die sozialen Medien, um die Inhalte (Text, Bild, Video, Infografiken etc.) für die nächsten Wochen oder Monate zu planen. So stellen Sie sicher, dass Sie regelmässig Inhalte zum Aufschalten vorbereitet haben, und vermeiden Stress bei der Umsetzung. Es gibt kostenpflichtige Programme (wie z. B. Swat, Agorapulse, Hootsuite, Later), in denen Sie die Beiträge integrieren und vorprogrammieren können.



Wenn Ihre Gemeinde über einen übergeordneten Redaktionsplan verfügt, können Sie die Inhalte für die sozialen Medien integrieren. So können Sie die Kommunikation effizient über mehrere Kanäle inhaltlich, gestalterisch und redaktionell effizient verknüpfen (sogenannte «Crossmedia-Strategie»).

## 4. Kanal und Community aufbauen

Posten Sie regelmässig und reagieren Sie auf Kommentare, Nachrichten und Erwähnungen. Definieren Sie vorab Verhaltensregeln (eine Netiquette) für Ihren Kanal und moderieren Sie die Kommentarspalte entsprechend. Beiträge, die klar gegen Ihre Netiquette verstossen, können kommentarlos gelöscht werden.



Informieren Sie die Politikerinnen und Politiker sowie die Gemeindemitarbeitenden über den Kanal, damit diese vorab Bescheid wissen und so Ihrem Kanal folgen können.

## 5. Analysieren und anpassen

Analysieren Sie, welche Inhalte gut funktionieren, und passen Sie die Strategie entsprechend an. Um die Performance der Kanäle und Beiträge zu überwachen, können Sie die Anzahl Likes, Shares, Impressionen und Kommentare vergleichen oder entsprechende kostenpflichtige Analysetools (wie Hootsuite oder Later) verwenden.

## 6. Daten- und Persönlichkeitsschutz beachten

Wenn Personen auf den Bildern in den Beiträgen erkennbar sind, holen Sie vorab das Einverständnis der Betroffenen ein. Am besten halten Sie eine Einverständniserklärung bereit. Wenn Sie bei einer Veranstaltung fotografieren, können Sie auch im Vorhinein fragen, ob jemand nicht in den sozialen Medien erscheinen möchte, oder die Personen so fotografieren, dass sie nur von hinten zu sehen sind. Sie können auch kostenfreie Stockbilder verwenden (wie z. B. bei Pixabay, Unsplash). Stellen Sie sicher, dass Sie die Rechte an allen verwendeten Inhalten wie Bildern und Musik haben.

# Tipps für das Erstellen eines Beitrags

## Inhalt bestimmen und zielgruppengerecht schreiben

- Überlegen Sie sich, zu welchem Thema Sie posten und was Sie erreichen möchten. Berücksichtigen Sie die Interessen der Zielgruppe.
- Überlegen Sie vorab, ob Ihr Thema heikel ist, um keinen «Shitstorm» auszulösen. Unpolitische Themen sind grundsätzlich geeigneter.
- Die Sprache darf in den sozialen Medien etwas informeller sein als bei den amtlichen Publikationen. Emojis und GIFs sollten jedoch zurückhaltend benutzt werden.
- Verwenden Sie einfache Begriffe und verständliche Formulierungen. Schreiben Sie Abkürzungen aus und vermeiden Sie Fachbegriffe.
- Auch amtliche Nachrichten können in den sozialen Medien publiziert werden. Passen Sie dafür die Sprache an und verwenden Sie ein Bild/Video zur Illustration.

## Aufmerksamkeit erregen

- Der erste Satz und/oder das Bild sollen neugierig machen und Aufmerksamkeit erregen. Starten Sie z. B. mit prägnanten Aussagen oder Fragen und verwenden Sie aussagekräftige Bilder.
- Kommen Sie schnell auf den Punkt und halten Sie sich kurz – sonst scrollen die Nutzenden in den sozialen Netzwerken weiter.

## Unbedingt visuelle Elemente nutzen

- Verwenden Sie in Ihren Beiträgen Bilder, Videos, Infografiken, GIFs. Dies erhöht die Aufmerksamkeit.
- Klären Sie die Rechte am Bild oder mit den abgebildeten Personen stets vorab.

## **«Call-to-Action» (Handlungsaufforderung)**

- Um mehr Interaktion mit der Community zu haben, können Sie am Schluss des Posts Ihre Community zu einer Handlung auffordern, z. B. mit einer Frage «Was meinen Sie dazu?» oder der Aufforderung «Jetzt anmelden».
- Schauen Sie regelmässig nach, um auf Kommentare zu reagieren.

## **Hashtags (#) und Markierungen (@) verwenden**

- Um eine grössere Reichweite zu erlangen, können Sie die Hashtags für die wichtigsten Begriffe verwenden (#Biodiversität, #Klimaschutz oder #Nachhaltigkeit) und andere Gemeinden, Personen oder Organisationen markieren (@Rednerin oder @Organisation).