Tipps für FB Posts

„Warum antworten unsere Fans nicht auf unsere Posts?“ Gute Frage! Häufig liegt es nicht einmal daran, was geschrieben wird, sondern wie geschrieben wird. Doch was muss dabei beachtet werden, worauf kommt es beim Posten an? Wir haben **10 Tipps für das richtige Posten** auf [Facebook](https://www.facebook.com/12Social) für Sie zusammengestellt.

**1.)    Wahl des richtigen Inhalts**

Hierbei kommt es darauf an, den richtigen, auf die Zielgruppe abgestimmten Content zu wählen. Sie sollten stets die eigene [Positionierung](http://loc.1-2-social.de/facebook-analyse) widerspiegeln. Fragen Sie sich daher bei jedem Post, ob  der Content für Ihr Publikum relevant ist und ob sie es interessieren wird. Verstellen Sie sich nicht, posten Sie keine Inhalte, nur weil es gerade im Netz angesagt ist, es aber nicht zu Ihrem Firmenimage passt. Hingegen raten wir Ihnen auch davon ab, ausschließlich über Ihre eigenen Produkte oder Ihre Marke Facebook-Posts zu verfassen. Das kann schnell langweilig wirken. Sie können Ihren Fans beispielsweise auch mal nur ein schönes Wochenende wünschen. Achten Sie also auf den **richtigen Content-Mix**!

**2.)   Eine „Story“ erzählen**

Ein Post in Facebook ist wirksam, wenn er interessant und bildhaft geschrieben ist. Überlegen Sie sich eine Geschichte hinter einem Post, schreiben Sie eine **auffällige Einleitung** dazu. Hier ein Beispiel zur Illustration: Sie betreiben einen Schuhladen und wollen ihre neue Sommer-Schuhkollektion vorstellen. Leiten Sie ins Thema ein, indem Sie ein Bild bei den Usern erzeugen, etwa so: „Der Sommer steht vor der Tür! Es wird Zeit die alten Winterschuhe in den Schrank zu stellen und Eure Füße wieder herzuzeigen. Wir zeigen Euch hier unsere neuste Schuhkollektion Sommer 2021.“ Seien Sie kreativ, lassen Sie sich etwas Besonderes für Ihre Fans einfallen.

**3.)    Nicht werblich schreiben**

Das genaue Gegenteil zum voran gegangen Punkt ist, zu werblich zu schreiben. Im Gegensatz dazu, wäre ein werblicher Text folgender: „Neu bei uns: Damenschuhkollektion Sommer 2012. Jetzt bei uns im Shop vorbeischauen und 20% auf alle Sandalen erhalten“. Facebook ist zwar eine gute Marketing-Plattform, es sollte allerdings nicht ausschließlich für Werbezwecke verwendet werden. Denn **User reagieren oft genervt auf Werbung** – sie nutzen schließlich Social Media Plattformen, um sich über Themen zu informieren oder interessante Neuigkeiten zu teilen. Wenn sie allerdings das Gefühl haben, ein Unternehmen will ihnen ein Produkt „andrehen“, reagieren sie in der Regel nicht darauf. Versorgen Sie Ihre Fans daher lieber mit **nützlichen Informationen und Neuigkeiten**.

**4.)    „Call to action“**

Nicht nur der Inhalt ist wichtig – auch die Formulierungen der Posts können ausschlaggebend dafür sein, ob Sie Interesse bei den Fans wecken oder nicht. Lassen Sie Ihre Fans zum Beispiel einen Satz vervollständigen: „Mein Lieblingsnachtisch ist\_\_\_“ Oder stellen Sie ihnen eine Frage. Wichtig ist, dass die Frage dabei am Ende eines **Facebook-Posts** steht. Eine Frage am Anfang bewirkt, dass der Leser am Ende nicht mehr weiß, wonach gefragt wurde. Dadurch kann er nicht sofort reagieren, er müsste den Post erneut lesen und dann entscheiden, ob er antwortet oder nicht. In der Regel wird er den Posts aber nicht ein zweites Mal lesen. Womit wir auch schon beim nächsten Punkt wären.

**5.)    „3-Sekunden-Regel“**

Verfassen Sie Ihre Posts so, dass sie eine Antwort implizieren und der Leser **nach 3 Sekunden reagieren** kann. Versetzen Sie sich in den Leser und fragen Sie sich: Kommt alles Relevante im Beitrag kurz und knapp rüber? Ist es verständlich und schön geschrieben? Weiß ein Fan nach drei Sekunden, wie er eine Frage beantworten oder einen Inhalt kommentieren würde? Müssen Sie länger als drei Sekunden überlegen, bis Ihnen eine Antwort einfällt, wird es vermutlich auch dem User so ergehen und die Reaktionen werden entsprechend ausfallen.

**6.)    Nicht zu lange Sätze**

Damit einher geht auch die Länge eines Posts. Hier gilt: **Besser kurz und einfach als zu lang und kompliziert.** Oftmals reicht sogar ein einziger knapper Satz, z.B. „Was habt Ihr für’s Wochenende geplant“? Schreiben Sie allerdings einen langen, verschachtelten Satz, mit vielen Nebensätzen, wird ihn erstens niemand lesen und zweitens wird er nicht verstanden. Konsequenz: Ihre Beiträge kommen nicht beim User an, sie rufen keine Reaktionen hervor, er gelangt nicht in die Hauptmeldungen, es gibt keine Verbreitung etc. Das ist doch schade, wenn Sie eigentlich wichtigen und interessanten Content zu teilen haben, oder?

**7.)    Bild und/oder Link einfügen**

Ein noch so schöner Facebook-Post wird vermutlich übersehen, wenn kein Bild angehängt ist. Ein Bild erzeugt Aufmerksamkeit, es ist der **Eye-Catcher** schlechthin. Wählen Sie also ein entsprechend auffälliges. Wir empfehlen, grundsätzlich **zu jedem Posts ein Bild** einzufügen. Wollen Sie aber zu einem Facebook-Beitrag lieber einen Link anhängen, dieser aber entweder kein [Bild](http://loc.1-2-social.de/blog/wp-admin/post.php?post=1442&action=edit) mitliefert  oder das Bild nicht ansprechend genug ist, dann empfiehlt es sich den Link auf [Bitly](http://bitly.com/) zu kürzen, ihn direkt in den Post zu integrieren und ein geeignetes Bild an den Post zu hängen. So enthält Ihr Beitrag sowohl einen Link als auch ein selbstgewähltes Bild. Facebook hat fünf verschiedene Funktionen zur [Bildbearbeitung](https://fixthephoto.com/deutsch-foto-bearbeiten-lassen#_blank) in der Desktop-Version eingeführt

**8.)    Achten Sie auf die Uhrzeit**

Auf den richtigen Zeitpunkt kommt es an. Unseren Erfahrungen nach gilt, lieber abends, ab 18.00 Uhr, zu posten. Viele [User](http://loc.1-2-social.de/blog/die-ganz-spezielle-welt-der-unterschiedlichsten-facebook-user-typen/) sind da am aktivsten, befinden sich meistens schon zu Hause oder auf dem Weg dorthin und rufen Ihre Updates in der Bahn oder im Bus ab. Tagsüber sind viele User beschäftigt, müssen Termine wahrnehmen oder ähnliches. Dennoch gibt es gewisse Branchen, wie [B2B-Unternehmen](http://loc.1-2-social.de/blog/wp-admin/post.php?post=330&action=edit), bei denen das Posten vormittags ratsam wäre. Wollen Sie mit Ihrem Unternehmen ausschließlich andere Unternehmen erreichen, kann diese Lösung durchaus von Vorteil sein, da sich dort Mitarbeiter am Arbeitsplatz befinden, Updates während der Arbeit abrufen können und mit anderen im Unternehmen teilen. Dennoch empfiehlt es sich generell Ihre **Aktivität auf abends zu verlagern**.

**9.) Fans nicht überfordern**

Stellen Sie sich vor, Sei bekommen stündlich neue Updates von einer Unternehmensseite. Ganz ehrlich: Würden Sie jedes davon lesen? In der Regel nicht. Der durchschnittliche Facebook-User nimmt zu viele Informationen von Unternehmen gar nicht bzw. mit der Zeit nur noch selektiv wahr. Weniger ist mehr, heißt hier die Devise: **Es reicht vollkommen aus, maximal einmal täglich zu posten**, und dafür das Richtige.

**10.) Keine automatischen Updates generieren**

Facebook, Twitter, und Google Plus – schön, dass Sie auf vielzähligen Social Media Plattformen vertreten sind. Für viele ist es nahe liegend, Content automatisch zu generieren und diesen auf allen verfügbaren Portalen einzubinden. Das spart Zeit und Aufwand. Doch Fans können leicht zwischen manuell und automatisch erstellten Inhalten unterscheiden und werden in der Regel auf die letztere Art von Posts nicht reagieren. Sie laufen zusätzlich Gefahr, dass solche Facebook-Posts den Fans gar nicht erst angezeigt werden.

Es gibt viele Dinge, die Sie beim Posten auf Facebook beachten müssen. Ein an die Zielgruppe gerichteter Content, nicht zu viel Text und ein ansprechendes Bild sind beim Posten wichtig. Die angeführten Punkte sollen Ihnen als Anleitung für **das richtige Posten auf Facebook** dienen. Dennoch dürfen Sie Ihre eigene [Positionierung](http://loc.1-2-social.de/index) nicht außer Acht lassen und auf spezielle Anforderungen Ihrer Branchen eingehen. Mit ein wenig Übung und Erfahrung werden Ihnen Facebook-Posts gelingen, mit denen Sie erfolgreich sind.