SOCIAL MEDIA DOS AND DON'TS



INHALT

SOCIAL MEDIA DOS AND DON'TS

Die Dos and Don'ts von Social Media

1. Content
2. Formate
3. Generelle rechtliche Aspekte & Inhalt
4. Update 2025: Neue Grid-View auf Instagram
5. Safe Zones
6. Hinweis zum Einsatz von Hashtags

1. CONTENT

- **Handy-/Kameraführung:** Ruhiges Filmen (kein Zoomen während der Aufnahme oder ruckartige Bewegungen etc.). Das kann in der Postproduktion gesetzt werden.
- **Sound:** Hintergrundmusik vs. O-Ton: Professionelles Cutten von Sound & O-Ton (Lautstärke, Beat etc.)
- **Content:**
  - Starke Bilder/Starke Aussage (unterhaltend, inspirierend, emotional, mit Mehrwert)
  - dunkle Szenen beeinflussen die Sichtbarkeit (Helligkeit am Mobilgerät, Sonneneinstrahlung etc.), daher vermeiden.

1. CONTENT

- **Hook:** Ersten 1,8 Sekunden entscheidend - gleich ins Thema einsteigen
- **Story first:** Kurze, prägnante und auf den Punkt gebrachte Clips- gutes Storytelling
  - Fesselnde Zitate
  - Emotionale Geschichten
  - Wissenswertes (Tipps, Rezept, DIY etc.)
  - Content muss Engagement fördern (Likes, Kommentare, Shares, Views etc.)
  - Pro Clip eine Story – eine Geschichte erzählen
- **Cleaner Content**
  - Keine Logos, keine Bauchbinden, kein Abspann etc.

2. FORMATE

- **Formate für Facebook, Instagram & TikTok**
  - .mp4 - Datei
  - Instagram: 9:16 Reels (1080 x 1920 Pixel), 4:5 Bild (1080 x 1350 Pixel)
  - Facebook: 4:5 Video & Bild (1080 x 1350 Pixel)
  - TikTok: 9:16 Video (1080 x 1920 Pixel), 4:5 Bild (1080 x 1350 Pixel) oder 9:16 Bild (1080 x 1920 Pixel)
- **Schnitt:**
  - Hard Cuts, keine Schwenks
  - Länge Instagram: ca. 30 Sekunden bis max. bis 3 Minuten
  - Länge Facebook: bis ca. 30 Sekunden, oder länger je nach Anekdote/Inhalt
  - Länge TikTok: ca. ab 15 sec. Bis max. 10 Minuten möglich

3. GENERELLE RECHTLICHE ASPEKTE ZU INHALT

- **Key Aspects** (Quellen auf nächster Seite):
  - Keine toten Tiere (z. B. Schlachtungsprozess, geschlachtetes Tier)
  - Keine Waffen & Keine Gewalt-Szenen (Kein Blut - vor allem keine blutigen Szenen)
  - Kein FSK 16+
  - Keine Bewerbung für Alkohol, Tabak und Medikamente (kein Aufruf zum Konsum / direkte Bewerbung)
  - Kein Aufrufen zum „Folgen“ oder „Taggen“ bei Social Media Gewinnspielen
    (Zusatzinfo Gewinnspiel: Es wird empfohlen, auf Social-Media-Gewinnspiele zu verzichten, da diese hauptsächlich zu "Follower-Fishing" führen. Das bedeutet, dass Teilnehmer der Seite nur folgen, um an dem Gewinnspiel teilzunehmen, nach dessen Ablauf jedoch wieder entfolgen. Dies führt dazu, dass der Algorithmus die Seite als irrelevant für die Nutzer einstuft, was sich negativ auf die Performance auswirkt.) (Quellen zu den Richtlinien auf nächster Seite)

3. GENERELLE RECHTLICHE ASPEKTE ZU INHALT

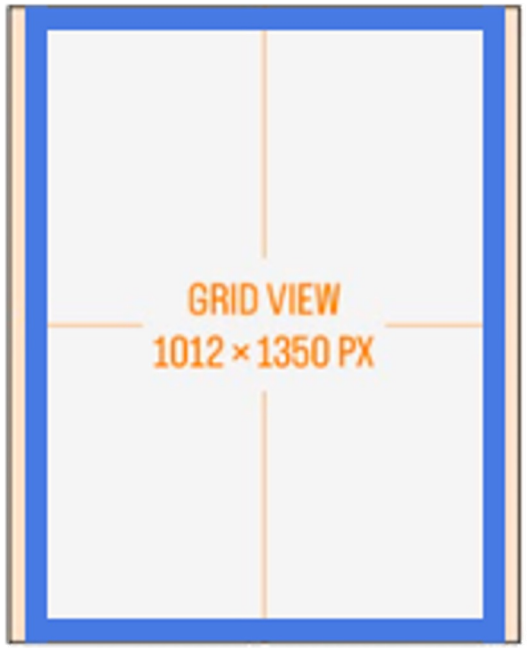
- **Quellen (Stand: 11.06.2024):**
  - Instagram: Gemeinschaftsrichtlinien | Instagram-Hilfebereich (facebook.com)
  - Facebook: Facebook-Gemeinschaftsstandards | Transparency Center (meta.com)
  - Pinterest: Pinterest Policy
  - TikTok: Community-Richtlinien | TikTok
  - Youtube: YouTube-Community-Richtlinien - Wie funktioniert YouTube?
  - X: Regeln und Richtlinien (x.com)
  - META: Richtlinien | Transparency Center (meta.com)

4. UPDATE 2025: NEUE GRID-VIEW AUF INSTAGRAM

GRID VIEW

- Die Rasteransicht im Profil (Grid View), in der Beiträge angezeigt werden, ist jetzt nicht mehr 1:1 sondern 3:4.
- Nur dieser 3:4 Bereich ist bei Bildern und Reels in der Rasteransicht zu sehen.





Quelle: https://www.instagram.com/p/DFYwLR5xReU/?img_index=2

5. SAFE ZONES

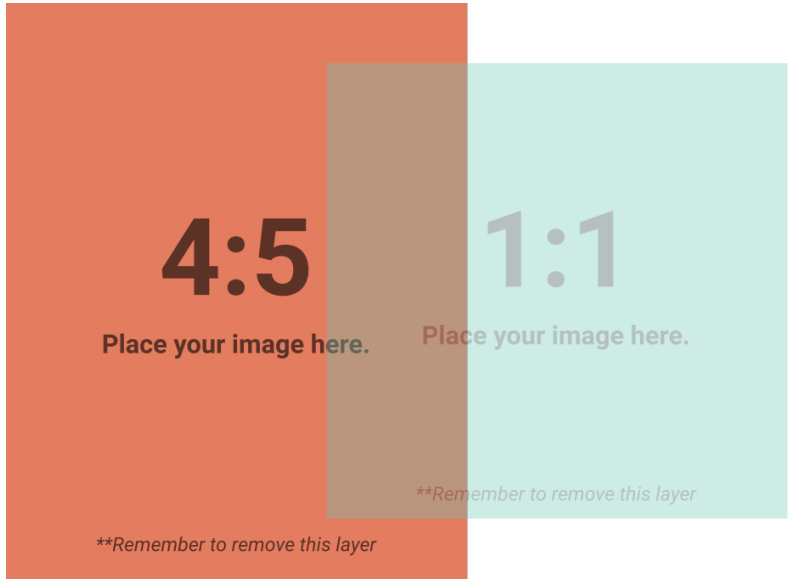
ZONE WHAT?

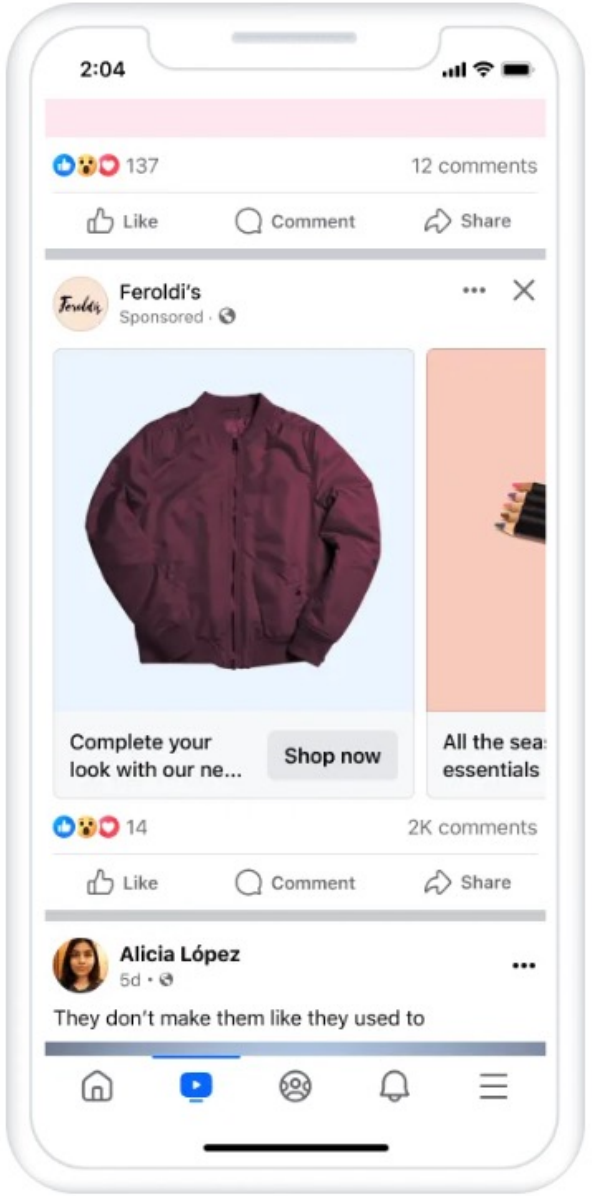
- Safe Zones: *Hierbei handelt es sich nicht um ein Format, sondern um eine Zone, die sicherstellt, dass all die Inhalte auch von den Usern gesehen und nicht überdeckt werden.*
- Diese Safe Zones können für organischen sowie Paid Content verwendet werden
- Bei allen Formaten sind die Safe Zones zu beachten (siehe folgende Slides)

- Quelle: Text-Overlays und Safe Zones für Werbeanzeigen in Stories und Reels | Meta-Hilfebereich für Unternehmen (facebook.com)

5. SAFE ZONES

- Safe Zones Beiträge Instagram & Facebook (paid)
  - Die Anlieferung erfolgt in 4:5 Formaten - die Safe Zone ist jedoch 1:1

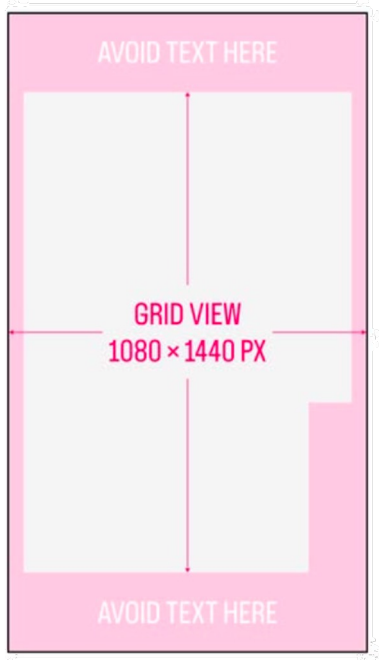




- Quelle: https://www.facebook.com/business/help/103816146375741?id=271710926837064

5. SAFE ZONES

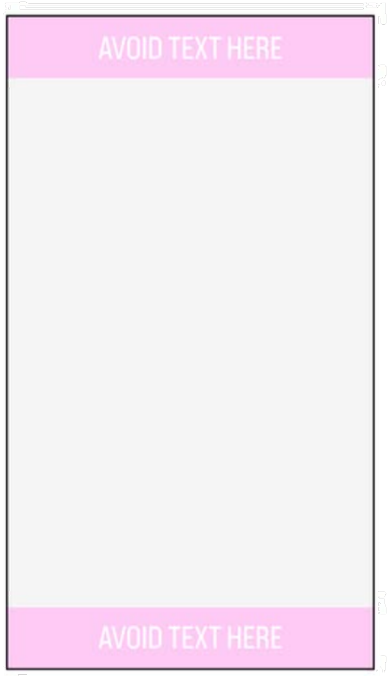
- Safe Zones Instagram Reels im Feed (organic & paid)



Quelle: https://www.instagram.com/p/DFYwLR5xReU/?img_index=2

5. SAFE ZONES

- Safe Zones Instagram Story (organic & paid):
  - Safe Zone: 1080 x 1610 Pixel



Quelle: https://www.instagram.com/p/DFYwLR5xReU/?img_index=2

5. SAFE ZONES

- Safe Zone für TikTok (organic & paid) :



Quelle: Display Card Interactive Add-on | TikTok Ads Manager

6. HINWEIS ZUM EINSATZ VON HASHTAGS

- Bei den Posts auf den Social-Media-Plattformen sollten Hashtags ausschließlich zu Reporting-Zwecken eingesetzt werden. Dies bedeutet, dass Hashtags nur genutzt werden sollen, um die Leistung und Reichweite der Beiträge besser analysieren und dokumentieren zu können.