

Social Media-Workshop beim Zentralverband der Dachdecker

Köln, 17. Mai 2019

Eine wissbegierige Runde kam am 14. Mai im Kölner ZVDH-Verbandshaus zusammen, um sich rund um Facebook und Co. schlau zu machen. Lukas Wachten, Geschäftsführer der Kölner Medienprofis, moderierte den Workshop, zu dem sich Vertreter aus 10 Landesverbänden angemeldet hatten. Bei ganz unterschiedlichen Vorkenntnissen hat jeder etwas Wissenswertes mitgenommen: sowohl der noch eher analog geprägte Vertreter als auch der Digital-Profi. Neben ganz praktischen Themen wie das professionelle Erstellen von Posts oder das Schalten von einer Werbeanzeige bei Facebook, wurden vor allem auch rechtliche Themen ausführlich besprochen.



Daumen hoch für den Workshop beim ZVDH, Foto: ZVDH

Recht im Internet

Wann dürfen Bilder wie genutzt werden? Die Rechtslage ist eindeutig: Ohne Einwilligung der fotografierten Person darf ein Bild nicht verwendet werden. Auf großen Veranstaltungen gestaltet sich dies natürlich schwierig. Hilfreich ist es hier, bereits in der Einladung darauf hinzuweisen, dass fotografiert wird und diese Bilder in Print und Online-Medien – einschließlich diverser Social-Media-Kanäle – genutzt werden. Diesen Hinweis dann gut sichtbar auch während

der Tagung vor dem Eingang und im Raum anbringen. Tipp: Den Aushang zu Dokumentationszwecken fotografieren. Absolut zu unterlassen ist es, Bilder oder Grafiken aus dem Internet für Facebook- oder Instagram-Seiten zu verwenden, auch nicht ausschnittsweise. Dies kann mit Bußgeldern bis hin zu mehreren tausend Euro richtig teuer werden. Innungsbetriebe können die umfangreiche Bilderdatenbank im internen Bereich nutzen oder Bilderportale wie Pixabay, die lizenzfreie Bilder kostenlos auch für kommerzielle Zwecke anbieten.

Richtig posten bei Facebook und Instagram

„Sei kurz, sei relevant und nutze Bilder oder Filme!“ – Auf diese einfache Formel kann man den „richtigen“ Facebook-Post bringen. Zum Text: Die ersten Sätze sollten neugierig machen, aber aufzeigen, worum es geht. Gut sind auch Aufforderungen wie: „Klick hier, um mehr zu erfahren.“ Der Link muss dann schon in der Vorschau sichtbar sein, also oben platziert werden. Und auch wenn die Verwendung von Emojis nicht jedermanns Sache ist, erhöhen sie doch die Lesebereitschaft von Posts. Wer sich auf Facebook begibt, sollte sich dann auch die Mühe machen, 2-3 Posts pro Woche abzusetzen, sonst verliert man schnell wieder Reichweite. Um diese schnell zu steigern, kann für wenig Geld mit Werbemaßnahmen nachgeholfen werden. Dazu den Werbeanzeigenmanager herunterladen und loslegen: business.facebook.com/admanager. Für Instagram sind vor allem die sogenannten Hashtags# wichtig: Sie geben den Posts mehr Relevanz und erhöhen die Auffindbarkeit. Während hier bis zu 10 verwendet werden können, reichen bei Facebook 2-3 Hashtags.

