

20 Tipps für Facebook-Beiträge (Posts) von Kirchengemeinden

1 Relevanz für Ihre Nutzer

Stellen Sie einen Bezug zwischen dem Beitrag (Post) und Ihrer Kirchengemeinde her oder nennen Sie Gründe, warum dieser Post oder Link für Ihre Nutzer interessant sein sollte.

2 Keine Post gleicht dem anderen

Vermeiden Sie identische Beiträge (Posts) auf verschiedenen Kanälen wie Facebook, Twitter, Google+ oder auf Ihrer Webseite. Formulieren Sie lieber pro Kanal einen eigenen Post.

3 Fotos und Videos sind beliebter als Texte

Fotos und Videos werden von der Facebook-Statistik besser bewertet als Posts mit reinem Text. Das heißt, dass Ihre Posts häufiger auf den Monitoren Ihrer Nutzer auftauchen, wenn ein Video oder ein Foto angehängt ist.

4 Das Recht am Bild

Laden Sie ein Foto bei Facebook hoch, vergeben Sie automatisch eine Unterlizenz an Facebook zur Nutzung des Bildes. Sie verschenken quasi dieses Foto. Und das ist bei den meisten Bildagenturen verboten. Verwenden Sie also nur Bilder, die Ihnen gehören.

5 Das Recht am eigenen Bild

Fragen Sie die abgebildeten Personen, bevor Sie ein Bild von ihnen auf Facebook verwenden.

6 Namen sind Nachrichten

Sie verwenden ein Bild, auf dem eine Person im Vordergrund steht? Dann sollte ihr Name auch in dem Post auftauchen – inklusive Beruf oder Funktion. Nur so erklärt sich für den Nutzer der Zusammenhang zwischen Bild und Text.

7 Handverlesene Posts

Stellen Sie die Posts manuell in Facebook ein und verwenden Sie dafür keine Programme wie Hootsuite oder Tweetdeck. Diese maschinellen Posts werden von der Facebook-Statistik als weniger wichtig eingestuft und erscheinen daher seltener bei Ihren Fans auf dem Monitor. Lassen Sie daher auch die Neuigkeiten von der Gemeinde-Homepage nicht automatisch bei Facebook einlaufen.

8 Auf das Wesentliche beschränken

Verwenden Sie pro Post immer nur einen einzigen Link. Der Nutzer muss eine klare Vorgabe haben, worauf er klicken soll. Die Entscheidung, welcher Link wichtig ist, treffen Sie und nicht der Nutzer.

9 In die Tiefe verlinken

Verlinken Sie nicht die Startseite eines Nachrichtenportals, einer Kirchengemeinde oder einer diakonischen Einrichtung, sondern direkt auf den interessanten Inhalt oder Artikel, auf den Sie im Post Bezug nehmen. Für den Nutzer muss es möglichst einfach sein, an die Inhalte zu gelangen. Motto: Mit einem Klick ans Ziel.

10 Videos direkt in Facebook einbetten

Sie wollen auf ein Youtube-Video hinweisen? Dann kopieren Sie den Link direkt in Facebook. Keinesfalls sollten Sie das Video erst auf der Gemeinde-Homepage einbauen und dann auf diese Homepage in Facebook verlinken. Auch hier gilt: Der Nutzer muss es möglichst einfach haben, sich das Video anzusehen. Gerade Smartphone-Nutzer werden es Ihnen danken!

11 Zuhören ist wichtig

Laden Sie zur Diskussion ein! Hören Sie zu, was Ihre Nutzer sagen. Facebook lebt von der Kommunikation untereinander. Erleichtern Sie den Start einer Kommunikation mit einer Frage im Post, einer These oder einer Polarisierung.

12 Abwechslung schafft Freu(n)de

Variieren Sie die Form der Inhalte: Posten Sie also abwechselnd mal Videos, mal Fotos, Umfragen, Notizen oder Links. Greifen Sie auch mal auf Posts von anderen Gemeinden und Landeskirchen zurück und teilen Sie diese – so bekommen Sie aktuelle Inhalte, die über den Tellerrand hinausgehen.

13 Der richtige Zeitpunkt ist entscheidend

Posten Sie, wenn viele Nutzer bei Facebook aktiv sind. Also nach der Mittagspause zwischen 13 und 16 Uhr. Vermeiden Sie Posts nach 20 Uhr und vor 8 Uhr morgens. Freitags ab 15 Uhr verlaufen Ihre Posts ebenfalls im Sande. Wichtige Dinge sollten Sie nicht ausschließlich am Wochenende posten. Nutzen Sie außerdem die Programmierfunktion von Facebook und geben Sie einzelnen Posts Datum und Uhrzeit, falls Sie anderweitig verhindert sind.

14 Seien Sie menschlich

Hinter jedem Facebook-Account steht ein Mensch. Zeigen Sie das! Stehen Sie zu Ihren Fehlern. Posten Sie auch mal etwas Persönliches und nicht nur Neuigkeiten aus Ihrer Gemeinde. Wünschen Sie Ihren Nutzern einen schönen Feiertag.

15 Mitmachen

Sie haben sehr aktive Nutzer? Dann lassen Sie die Nutzer mitreden und entscheiden. Zum Beispiel über das Titelfoto oder die Titelgeschichte des nächsten Gemeindebriefs.

16 Qualität statt Quantität

Posten Sie nicht zu häufig. Mehr als zwei Posts pro Tag ist für eine Kirchengemeinde oder diakonische Einrichtung deutlich zu viel. Wichtiger ist eine Regelmäßigkeit.

17 Alben statt Einzelfotos

Posten Sie von Veranstaltungen keine Einzelfotos, sondern ganze Alben. Für die Nutzer wird es sonst zu viel.

18 Kontrolle ist besser

Überprüfen Sie den Erfolg Ihrer Posts mithilfe der Statistiken, die Facebook anbietet. Wie viele Nutzer sind abgesprungen und haben ihr „Like“ zurückgenommen? Welche Posts wurden häufig mit anderen geteilt, kommentiert oder mit einem „Like“ versehen? Woran lag das?

19 Schnelligkeit zählt

Reagieren Sie schnell auf alles, was auf Ihrer Facebook-Seite passiert.

20 Suchen Sie Freunde

Zeigen Sie, dass Ihre Gemeinde oder Einrichtung keine Insel ist. „Befreunden“ Sie sich mit anderen Gemeinden oder diakonischen Einrichtungen. Teilen oder kommentieren Sie Inhalte von Ihren Fans.