

SOCIAL MEDIA

Wie platziert man kulturtouristische
Angebote gewinnbringend auf Social Media.



Kurze Vorstellung

Wer steckt hinter dem Brandenburg Blog?

Jan & Susann aus Berlin

- Seit Oktober 2010 berichten wir über unsere Ausflüge nach Brandenburg
- Unsere Geschichte – verliebt in Brandenburg: erst Freunde, dann Paar, seit 12 Jahren Familie
- Unterwegs allein, mit Freunden oder mit der ganzen Familie
- Meist Tagesausflüge – aber auch Urlaube in Brandenburg
- Wir lieben es, neue Orte zu entdecken und unsere Erfahrungen zu teilen



Markenbekanntheit steigern

Macht Euch sichtbar.



Nur wer sichtbar ist, wird wahrgenommen –
Sichtbarkeit schafft Vertrauen, erweitert
Reichweite und verankert deine Marke im
Gedächtnis.



Macht Euch einen Plan.

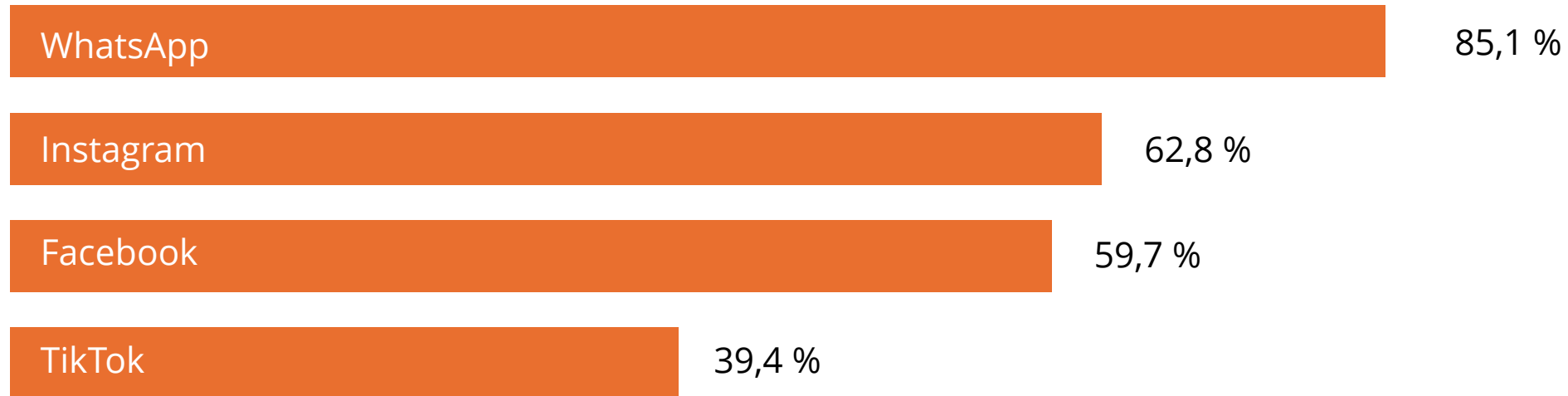
Erstellt ein Kommunikationskonzept

- **Ziele definieren:** Was soll erreicht werden? (z. B. Markenbekanntheit, Community-Aufbau, Ticketverkauf)
- **Zielgruppen festlegen:** Wer soll angesprochen werden? (Personas, Kanäle, Bedürfnisse)
- **Botschaften & Kanäle bestimmen:** Welche Inhalte, in welchem Ton, über welche Plattformen?
- **Maßnahmen planen:** Content-Formate, Posting-Frequenz, Community-Management
- **Erfolg messen:** KPIs wie Reichweite, Engagement, Conversion tracken und optimieren



Social Media Kanäle

Die TOP 4 in Deutschland



Quelle: Meltwater Februar 2025

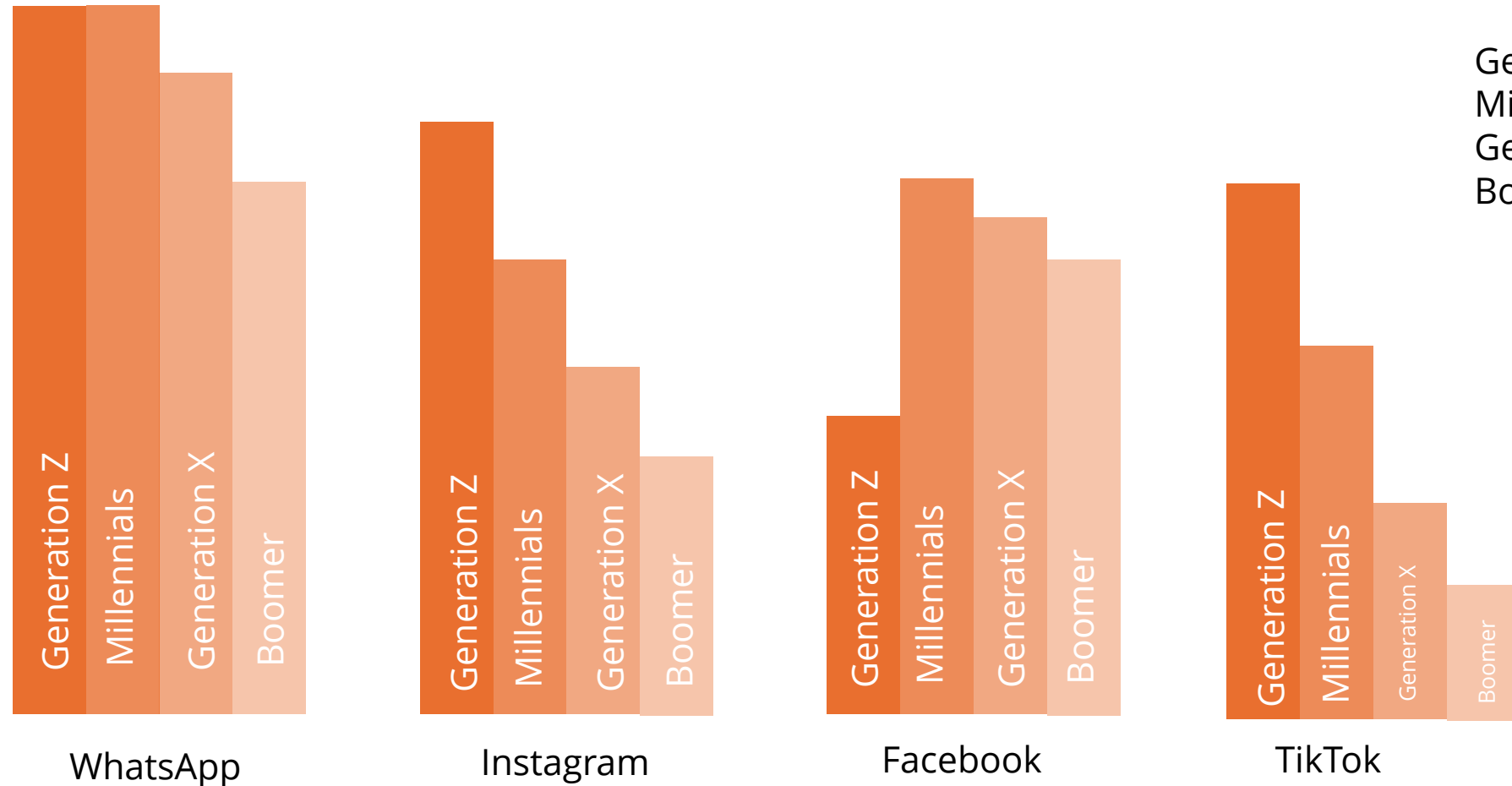


Social Media Kanäle

Soziale Medien nach Generationen



Quelle: Argorapulse 2025



Gen Z: bis 28 Jahre
Millennials: 29 – 43 Jahre
Gen X: 44 – 58 Jahre
Boomer: 59 – 78 Jahre



Social Media Kanäle

WhatsApp



WhatsApp Kanal

Pro:

- Hohe Reichweite: Viele Menschen nutzen WhatsApp täglich.
- Direkter Zugang: Inhalte landen im persönlichen Chat-Bereich.
- Push-Effekt: Nachrichten werden aktiv angezeigt.
- Einfacher Einstieg: Nutzer müssen nur dem Kanal folgen.

Kontra:

- Begrenzte Interaktion: Meist nur einseitige Kommunikation (kein Dialog).
- Abhängigkeit von WhatsApp: Wenig Individualisierung.
- Datenschutz-Fragen: Sensibles Thema bei Messenger-Diensten.
- Content-Format eingeschränkt: Keine komplexen Layouts, nur Text/Bild/Video.

WhatsApp Superchat

Pro:

- Hohe Interaktivität: Nutzer können direkt Fragen stellen und diskutieren.
- Community-Building: Austausch zwischen Teilnehmern möglich.
- Persönliche Nähe: Direkter Kontakt schafft Vertrauen.

Kontra:

- Moderationsaufwand: Hoher Aufwand, um Spam oder unangemessene Inhalte zu verhindern.
- Unübersichtlichkeit: Bei vielen Teilnehmern kann es chaotisch werden.
- Zeitintensiv: Regelmäßige Betreuung notwendig.
- Begrenzte Skalierbarkeit: Für große Zielgruppen weniger geeignet.



Social Media Kanäle

Instagram



Pro Instagram

- Visuell stark: Ideal für Bilder, Videos und Storytelling.
- Hohe Reichweite bei jungen Zielgruppen (14–35 Jahre).
- Vielfältige Formate: Feed, Stories, Reels, Live.
- Gute Interaktionsrate: Likes, Kommentare, Umfragen.
- Hashtag-Strategie: Erleichtert Auffindbarkeit.
- Werbemöglichkeiten: Zielgerichtete Ads mit präzisiertem Targeting.

Kontra Instagram

- Hoher Content-Aufwand: Regelmäßige, hochwertige visuelle Inhalte nötig.
- Algorithmus-Abhängigkeit: Organische Reichweite kann stark schwanken.
- Starke Konkurrenz: Viele Marken und Creator kämpfen um Aufmerksamkeit.
- Begrenzte Link-Möglichkeiten: Nur ein Link in der Bio (außer Ads).
- Zeitintensiv: Community-Management und Interaktion erfordern Ressourcen.



Social Media Kanäle

TikTok



Pro TikTok

- Sehr hohe Reichweite bei Gen Z und jungen Millennials (14–29 Jahre).
- Trend-Plattform: Inhalte können schnell viral gehen.
- Authentische Formate: Kurzvideos, Challenges, Musik, Humor.
- Starke Interaktion: Kommentare, Duette, Reaktionen.
- Algorithmus-Vorteil: Auch kleine Accounts können große Reichweite erzielen.
- Kreative Möglichkeiten: Storytelling, Behind-the-Scenes, Kultur in Bewegung.

Kontra TikTok

- Hoher Produktionsaufwand: Regelmäßige, kreative Kurzvideos nötig.
- Schnelle Content-Lebensdauer: Trends wechseln extrem schnell.
- Junge Zielgruppe: Weniger relevant für ältere Kulturinteressierte.
- Moderationsaufwand: Kommentare und Community-Management.
- Datenschutz-Diskussionen: Kritische Wahrnehmung in Deutschland.



Social Media Kanäle

Facebook



Pro Facebook

- Große Nutzerbasis: Besonders stark bei 30–60 Jahren (lokale Kulturinteressierte).
- Events-Funktion: Ideal für Veranstaltungsankündigungen und Ticketlinks.
- Lokale Reichweite: Regionale Gruppen und Communities sind sehr aktiv.
- Vielfältige Formate: Text, Bild, Video, Livestreams.
- Werbemöglichkeiten: Präzises Targeting nach Standort, Interessen und Alter.

Kontra Facebook

- Jüngere Zielgruppen kaum aktiv: Gen Z bevorzugt Instagram/TikTok.
- Sinkende organische Reichweite: Ohne Ads schwer sichtbar.
- Hoher Konkurrenzdruck: Viele Seiten und Inhalte.
- Algorithmus-Abhängigkeit: Inhalte können untergehen.
- Weniger Trend-Plattform: Weniger geeignet für virale Inhalte.



Social Media Auftritt

Stringenter Auftritt



Warum sollte der Markenauftritt von Website bis Social Media konsistent sein?

- **Wiedererkennung & Vertrauen**
Einheitliches Design und Tonalität schaffen Vertrautheit und Professionalität.
- **Starke Markenidentität**
Konsistenz festigt Werte und Positionierung, vermeidet Verwirrung.
- **Effizienz**
Klare Guidelines sparen Zeit und Kosten.
- **Emotionale Bindung**
Vertrautheit erzeugt Loyalität.



Social Media Content

Gute Planung ist die Basis

- **Kenne deine Zielgruppe**
Definiere, wer deine Inhalte sehen soll (Alter, Interessen, Plattform).
- **Nutze einfache Formate**
Kurze Videos, Bilder mit Text-Overlay.
- **Setze auf Authentizität**
Echte Einblicke, Behind-the-Scenes, einfache Sprache statt Perfektion.
- **Verwende Tools & Vorlagen**
Canva, Adobe Express oder Plattform, eigene Templates erleichtern Design.
- **Plane Inhalte vor**
Content-Kalender für regelmäßige Posts und weniger Stress.
- **Analysiere & optimiere**
Nutze Insights (Likes, Shares, Kommentare), um zu lernen, was funktioniert.



Fazit:
Starte einfach, bleib
konsistent und nutze
Tools – Expertise wächst
mit Erfahrung.





Social Media Community Management

Warum ist Community Management wichtig?

Warum ist Community Management wichtig?

- **Aufbau von Vertrauen & Loyalität**
Aktive Interaktion zeigt Wertschätzung und stärkt die Bindung zur Marke.
- **Markenimage & Reputation**
Schnelle, professionelle Antworten verhindern negative Wahrnehmung.
- **Förderung von Engagement**
Dialog steigert Reichweite und Sichtbarkeit durch Algorithmen.
- **Krisenprävention**
Frühes Erkennen von Problemen schützt vor Shitstorms.
- **Kundenservice & Insights**
Feedback liefert wertvolle Informationen für Produkte und Marketing.



Social Media Community Management

Wie macht man gutes Community Management?

- **Sei schnell & zuverlässig:**
Reagiere zeitnah auf Kommentare und Nachrichten.
- **Bleib authentisch & freundlich:**
Tonalität an Marke anpassen, aber menschlich bleiben.
- **Nutze Tools:**
Social-Media-Management-Tools (z. B. Hootsuite, Sprout Social) für Monitoring.
- **Dokumentiere Guidelines:**
Einheitliche Antworten und klare Prozesse.
- **Analysiere regelmäßig:**
Welche Themen bewegen die Community? Was funktioniert gut?



Fazit:
Community Management ist kein „Nice-to-have“, sondern ein zentraler Hebel für Markenbindung und Wachstum.



Social Media Spending

Warum Werbebudget einsetzen?

- **Reichweite sichern**
Organische Sichtbarkeit reicht nicht aus – bezahlte Anzeigen bringen Inhalte vor die richtige Zielgruppe.
- **Gezieltes Targeting**
Werbebudget ermöglicht präzise Ansprache nach Interessen, Standort und Verhalten.
- **Wettbewerbsvorteil**
Ohne Ads gehen Marken in der Masse unter – bezahlte Kampagnen steigern Markenbekanntheit und Conversion.



Social Media Kooperationen

Partner:innen suchen



Kontextbezogene Content Creator:innen

- Suche Creator:innen, die thematisch zu Kultur passen.
- Nutze deren Reichweite und Zielgruppen für authentische Kooperationen.
- Beispiele: lokale Influencer, Kultur-Blogger:innen, Künstler:innen.

Kommunen und Landkreise

- Gehe aktiv auf Kommunen oder Landkreise zu.
- Nutze deren Kanäle und Reichweite, um Veranstaltungen und Angebote bekannt zu machen.

Tourismus-Plattformen

- Nutze regionale Tourismus-Netzwerke und Plattformen (z. B. Brandenburg Tourismus).
- Kooperationen für gemeinsame Kampagnen und Sichtbarkeit.



Rezensionen

Einfluss von Bewertungen auf Kulturentscheidungen

- Über 60 % der Kulturinteressierten informieren sich vor dem Besuch von Veranstaltungen online – häufig über Rezensionen, Sternebewertungen oder Social-Media-Kommentare.
- Bei jüngeren Zielgruppen (18–34 Jahre) liegt der Anteil sogar bei über 75 %, da digitale Plattformen wie Google Reviews, Eventim, Tripadvisor oder Instagram eine zentrale Rolle spielen.
- Museen und Ausstellungen: Rund 50 % der Besucher geben an, dass Bewertungen ihre Entscheidung beeinflussen, ob sich ein Besuch lohnt.
- Konzerte und Festivals: Hier ist der Effekt besonders stark – über 70 % prüfen vor Ticketkauf Bewertungen oder Erfahrungsberichte (z. B. Soundqualität, Organisation, Atmosphäre).
- Theater und Oper: Etwas geringer, aber immer noch relevant – etwa 40–45 % nutzen Rezensionen, vor allem bei unbekanntem Produktionen.

Warum ist das wichtig?

Kulturangebote konkurrieren zunehmend mit Freizeit- und Entertainment-Optionen. Bewertungen schaffen Vertrauen und reduzieren das Risiko einer „Fehlentscheidung“. Positive Rezensionen steigern nicht nur die Ticketverkäufe, sondern auch die Wahrnehmung von Qualität und Exklusivität.

Quelle: [statista.com](https://www.statista.com), [bertelsmannstiftung.de](https://www.bertelsmannstiftung.de)

