

SOCIAL MEDIA 2026 EINFACH UMGESETZT

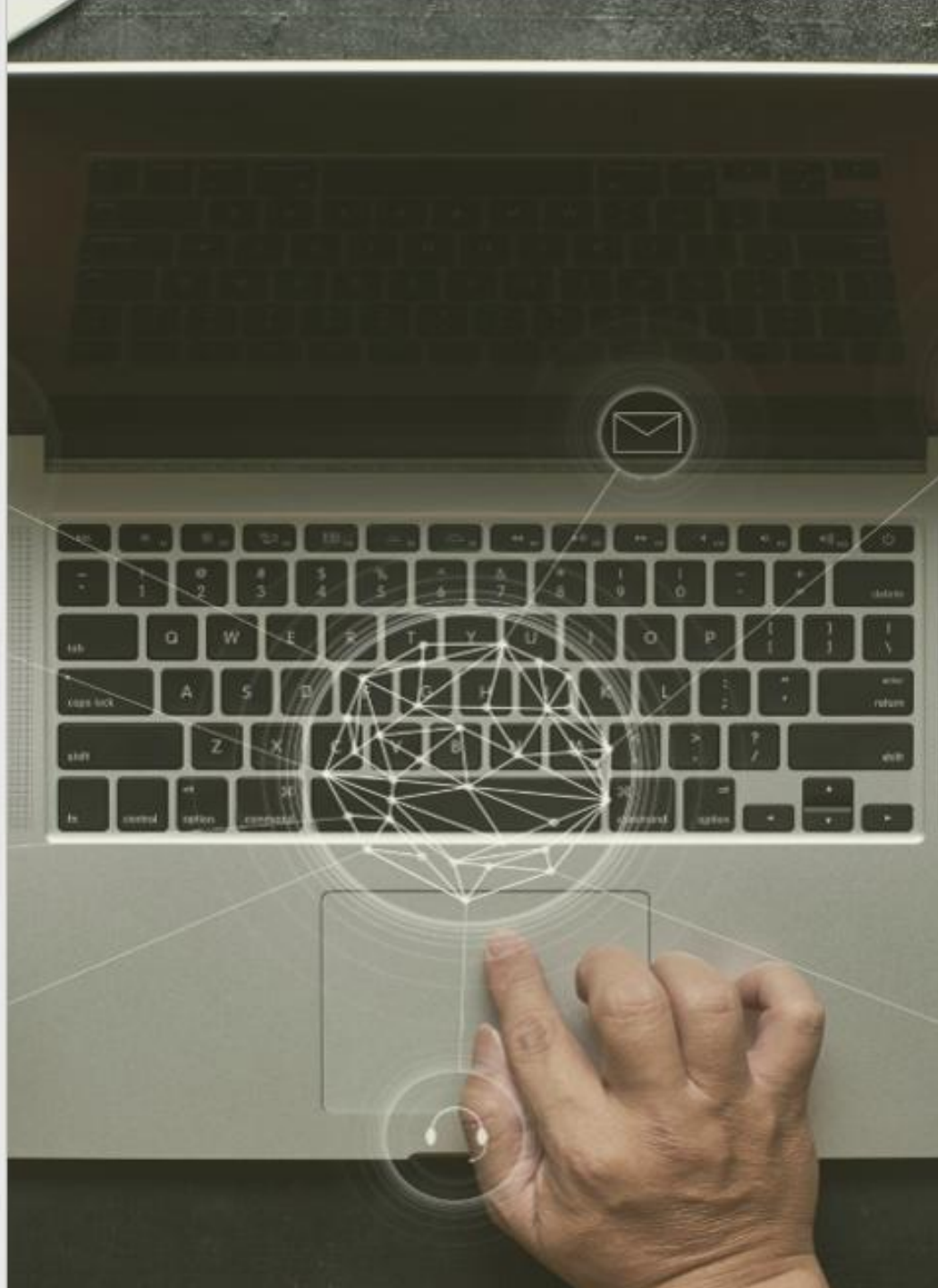
Mit Canva, Facebook und
Instagram zu mehr Reichweite.



WKO

Wirtschaftskammer Wien

ANANDAWEB



AGENDA

Warum Social Media Marketing

Beispiele & Ideen aus der Praxis

Live Umsetzung mit Canva

Strategien für langfristige, nachhaltige Ergebnisse



Wirtschaftskammer Wien





WARUM SOCIAL MEDIA FÜR UNTERNEHMEN

1. Die Kundinnen und Kunden sind schon dort

Menschen informieren sich heute Online über Betriebe, Leistungen und Angebote. Wer dort nicht sichtbar ist, verliert Potential!

2. Vertrauen entsteht vor dem ersten Kontakt

Social Media kommt vor dem ersten Gespräch. Einblicke, Alltag & Gesichter schaffen Vertrauen, noch bevor jemand anruft.

3. Sichtbarkeit ist kein Zufall mehr

Mundpropaganda passiert heute digital. Wer regelmäßig präsent ist, bleibt im Kopf. Es stehen immer Menschen dahinter.

4. Marketing war noch nie so effizient

Mit dem Smartphone und wenig Budget lassen sich Reichweite & Bekanntheit gewinnen. Social Media ist messbar, steuerbar und auch für kleine Betriebe umsetzbar.



Wirtschaftskammer Wien



SOZIALE NETZWERKE ÜBERBLICK

November 2025 etwa 5,21 Millionen Facebook User (inkl. Inaktive!).

Anfang des Jahres 2025 rund 3,25 Millionen Instagram-Nutzer in Österreich.

Dezember 2025: Österreich hat ca. 7.8 Mio WhatsApp Nutzer (Mehr als 90%).

LinkedIn-Nutzer in Österreich im November 2025: rund drei Millionen User.



FACEBOOK – Oldie but goldie

Stark bei 30+, lokal sehr relevant.
Ideal für Einblicke, Aktionen,
Veranstaltungen und
Kundenbindung. Viele Funktionen.



INSTAGRAM – Am Nerv der Zeit

Sehr hohe Nutzung bei 18–45, stark
visuell. Reels für Reichweite, Stories
für Nähe, Alltag und Gesichter
funktionieren am besten.



WHATSAPP – Direkt zum Kunden

Fast jeder nutzt es, sehr persönlich.
Perfekt für Service, Termine und
direkte Kommunikation.
Kein Werbekanal. Aber Status und
Gruppen nicht unterschätzen.



LINKEDIN – Für B2B mit Mehrwert

Für B2B und Entscheider, CEO,
Management – Mehrwert.
Expertise und Einblicke sowie
Themen sichtbar machen.
Wenig Werbung, heiße Luft!



Wirtschaftskammer Wien

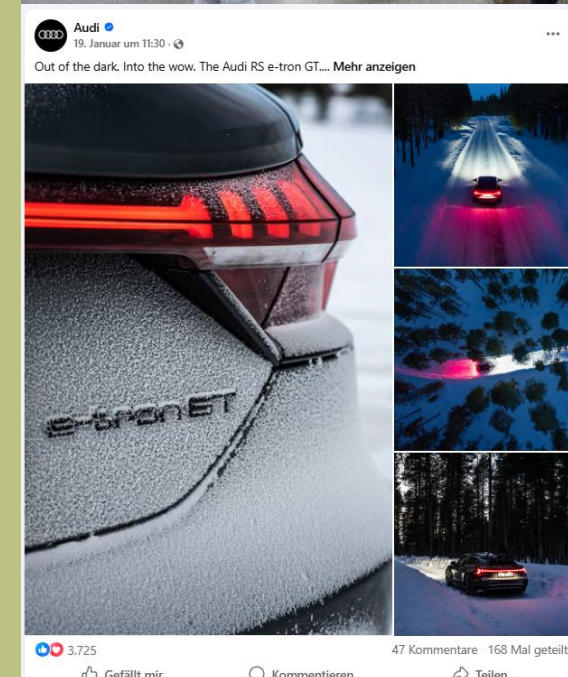
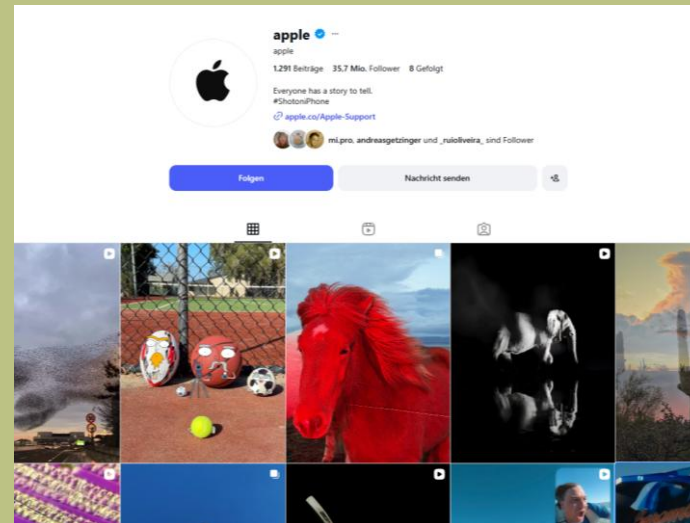
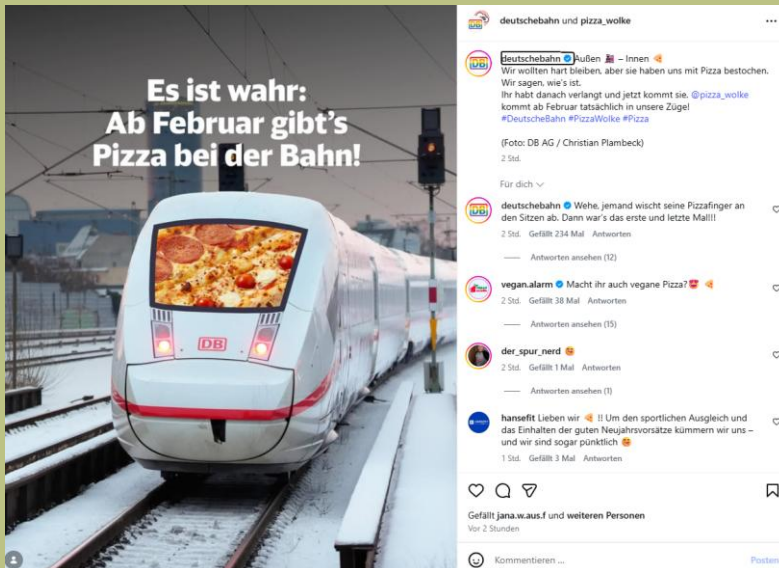
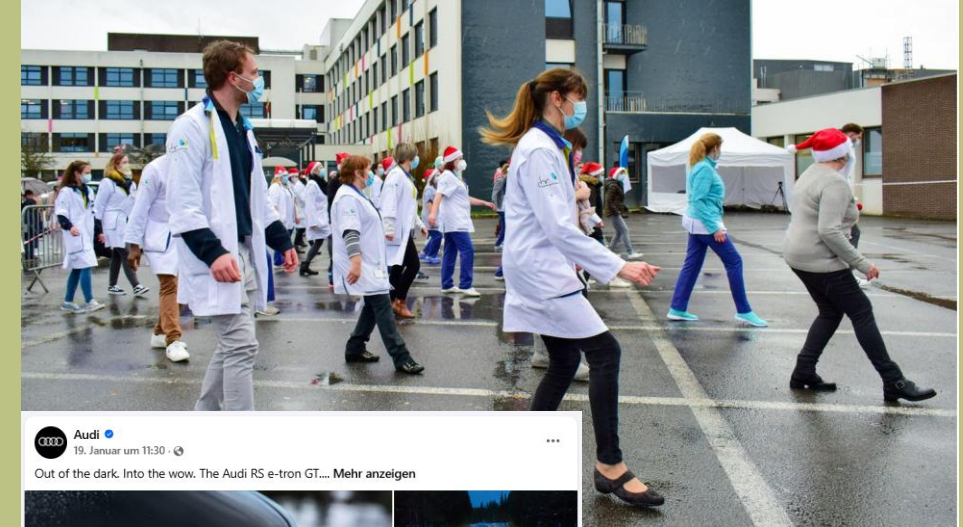


TRENDS UND STRATEGIE INTERNATIONAL...

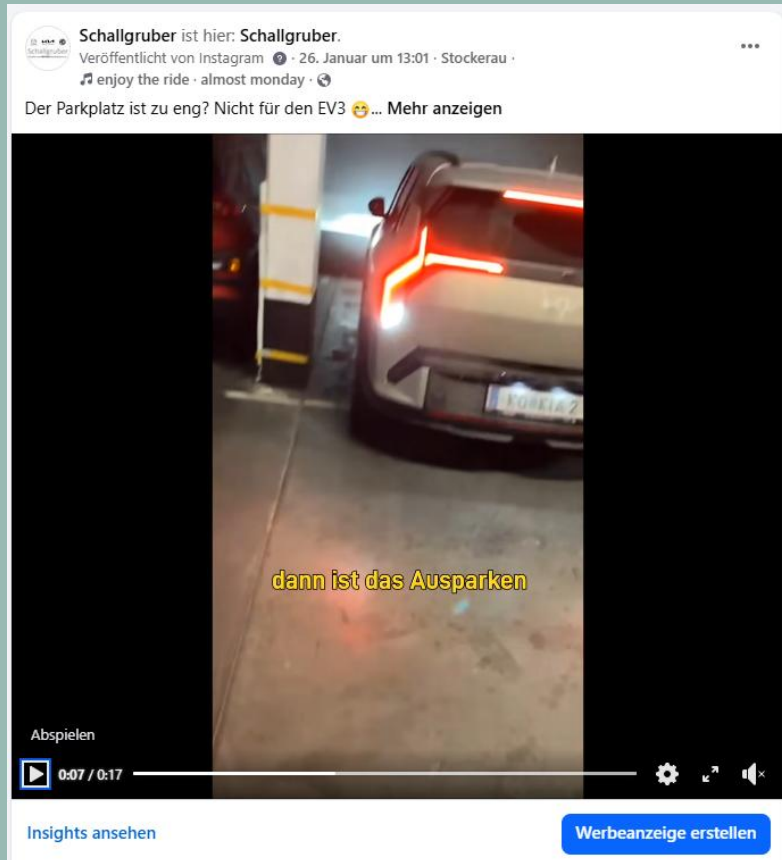


- Ice Bucket Challenge
- Jerusalema Tanz (Covid)
- Audi (Schöne Fotos)
- Apple (Fotos von iPhone User)
- Deutsche Bahn (Mit Humor)

Klick auf Bilder öffnet Beispiel bei Jerusalema und Deutsche Bahn.



... UND LOKALE BEISPIELE AUS DER PRAXIS

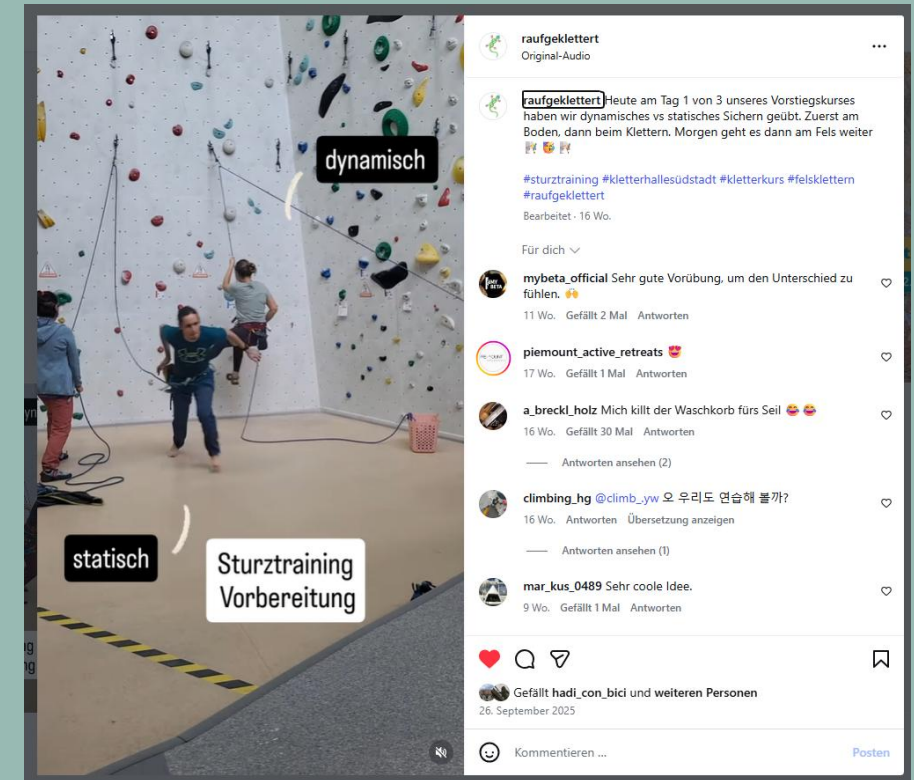


Beispiele von eigenen Kunden:

Kia Schallgruber mit viel Interaktion auf Facebook.

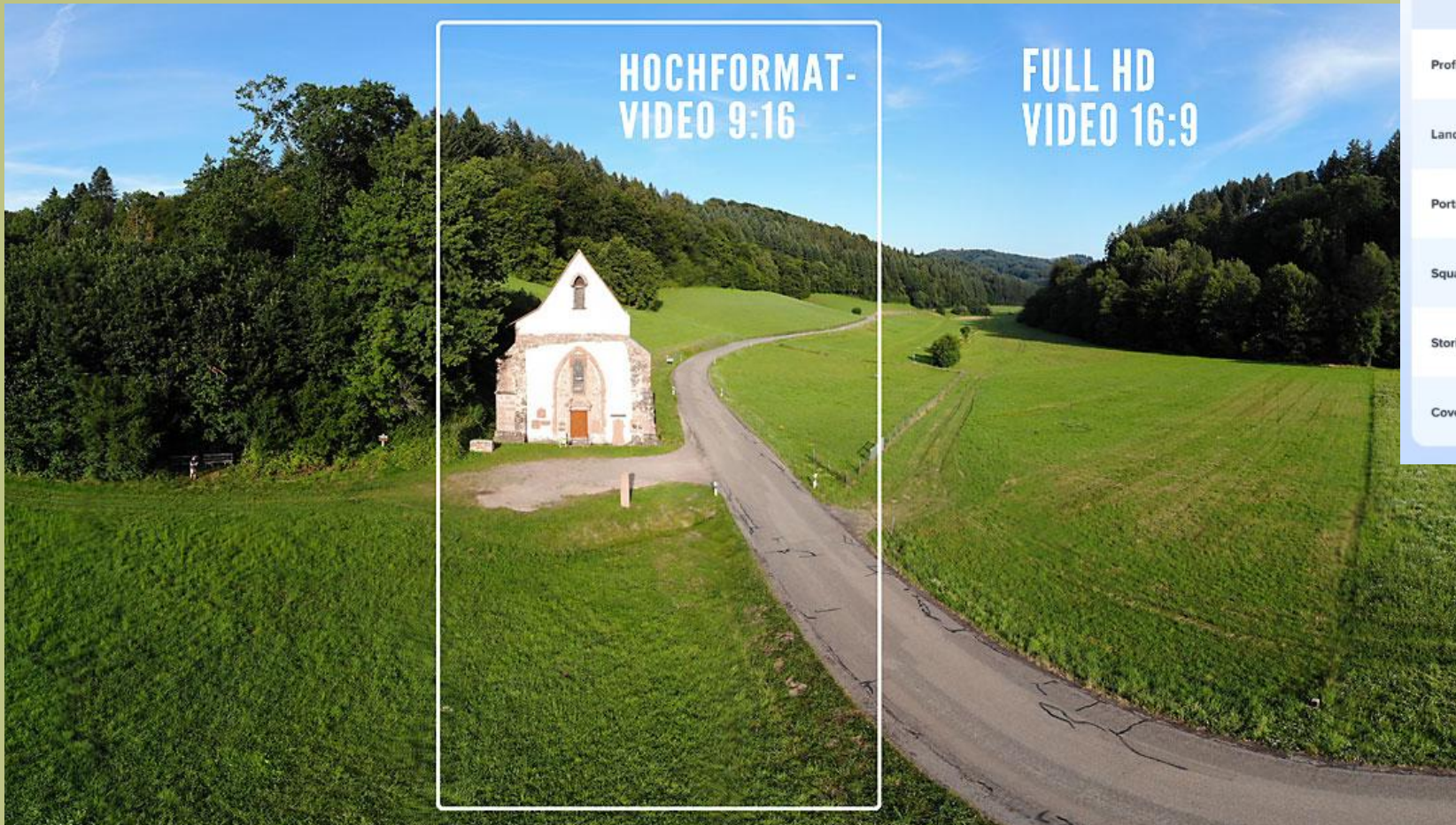
Sichern beim Kletterkurs mit 2 Millionen Aufrufen.

Klick auf Bilder öffnet die Beispiele bei Facebook und Instagram.



- Alltag für die Zielgruppe auf den Punkt bringen.
- Einblicke geben. Muss nicht perfekt sein.
- Viral / Reichweite nicht immer planbar.
- Algorithmus ausnutzen mit Folgecontent.

FORMATE...



	Facebook	Instagram	X (Twitter)	LinkedIn	TikTok
Profile Photo	176 x 176 pixels	320 x 320 pixels	400 x 400 pixels	400 x 400 pixels	200 x 200 pixels
Landscape	1200 x 630 pixels	1080 x 566 pixels	1600 x 900 pixels	1200 x 627 pixels	1920 x 1080 pixels
Portrait	1080 x 1350 pixels	1080 x 1350 pixels	1080 x 1350 pixels	1080 x 1350 pixels	1080 x 1920 pixels
Square	1080 x 1080 pixels	1080 x 1080 pixels	1080 x 1080 pixels	1080 x 1080 pixels	1080 x 1080 pixels
Stories	1080 x 1920 pixels	1080 x 1920 pixels	N/A	N/A	1080 x 1920 pixels
Cover Photo	820 x 312 pixels	N/A	1500 x 500 pixels	1,584 x 396 pixels	N/A

Klick auf Tabelle öffnet die
Formate in der Google
Bilder-Suche!



Wirtschaftskammer Wien



...UND UMSETZUNG

1. Idee und Konzept (laut Content Plan)

Oft mit dem Handy sofort umsetzbar. Kosten/Nutzen/Lebensdauer!

2. Kontrolle für Qualität

Alles drauf? Bild / Ton Qualität ok? Klar verständlich? Zielgruppe?
Funktioniert mein Content ohne Ton!

3. Bearbeitung / Aufbereitung

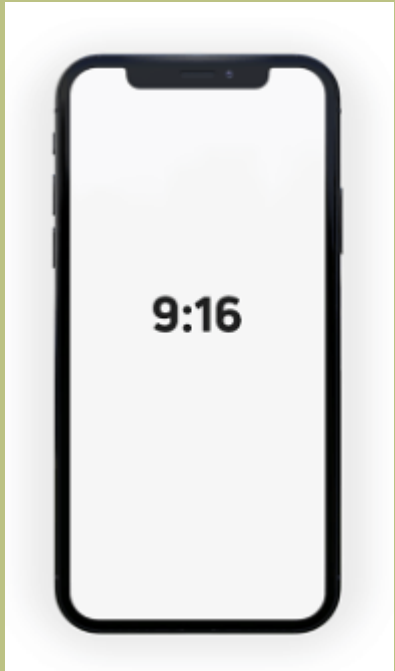
Grafische Aufbereitung. Canva für Bilder ideal. Videos eventuell mit Schnitt / Nachvertonung. Musik im Hintergrund? Headline?!

4. Text / Info mit wenig Inhalt auf den Punkt

Storytelling und ergänzende Erklärungen für Daten und Fakten.
Kontaktmöglichkeit. Hashtags, Geotag, Collab, Tag Personen/Firmen

5. Veröffentlichen.

Kontrolle der Unterschiede der Kanäle. Eventuell Korrekturen oder Ergänzungen. Immer benutzerfreundlich posten.



KONZEPT, PROFILE UND CONTENT



KONZEPT – Fahrplan und Ziele

Was kann Content sein?

Wie oft ist machbar und sinnvoll?

Welche Ziele sind gewünscht?

Wer mit welchem Zeitbudget?



PROFILE – Welche Kanäle

Auf welchen Kanälen ist meine Zielgruppe?

Welche Kanäle kann ich gut bedienen?

Sind meine Profile gut angelegt?

Alt-Content entsorgen. Profile Verlinken!



CONTENT – Wie setze ich um

Smartphone vorbereiten.

Umsetzung in Aufwand / Nutzen.

Mehr Content in einem Take!

Original-Ton. Text. Botschaft kommt an?

Equipment und gibt es Filmstars?



POSTING – Und online...

Content nachprüfen und ggf.

weiterverarbeiten / Korrektur.

Überprüfung was funktioniert.

Learnings für den nächsten

Content...



TIPPS / STRATEGIE

1. Storytelling statt Werbung

Geschichten aus dem Alltag schaffen Vertrauen und bleiben stärker im Kopf.

2. Formate bewusst mischen

Posts informieren, Stories schaffen Nähe, Reels sorgen für Reichweite. Ein Mix ist wichtig!

3. Reels priorisieren (Meistens)

Kurzvideos werden bevorzugt ausgespielt und erzielen deutlich mehr Interaktionen als Fotos.

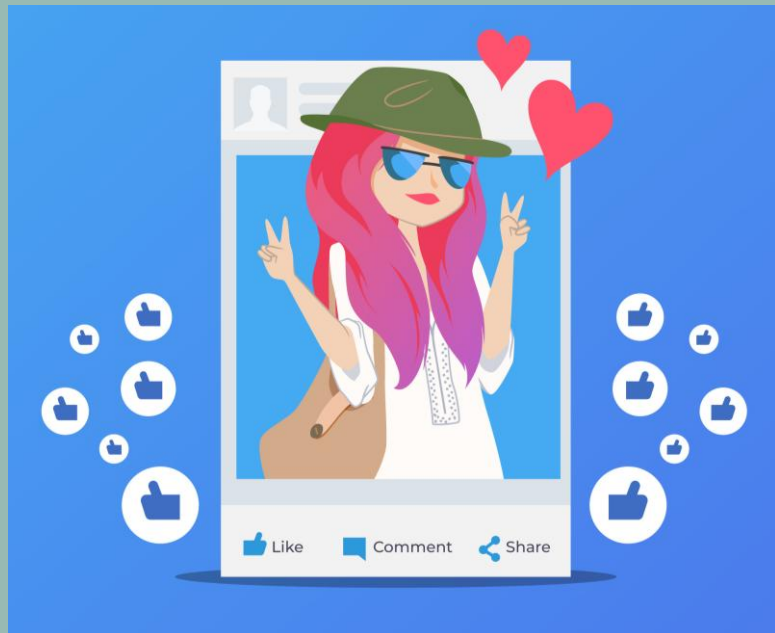
4. Mehrwert vor Verkauf

Information und Unterhaltung erhöhen Akzeptanz. Werbung funktioniert besser, wenn sie eingebettet ist.

5. Regelmäßig, einfach, menschlich

Konstanz, klare Botschaften und echte Menschen wirken stärker als Perfektion.

COMMUNITY- MANAGEMENT, CO-OP UND REAKTIONEN



- Auf Fans und Kommentare reagieren. Nachrichten beantworten!
- Ideen, Fragen und Anregungen nutzen.
- Markieren von anderen Seiten, Vereine, Unternehmen, Personen!
- Einladung zu Co-Op als Content Creator bei Insta und Facebook.
- UGC ist Content von anderen, den ich nutzen kann.
- Privatpersonen meist authentischer als Firmen. Content nutzen!
- Nicht jeder Content funktioniert immer und überall!
- Menschen scrollen und sehen mehr als sie klicken.
- Kontroversen für Interaktionen für Reichweite!

SCHLUSSFOLGERUNG

Social Media ist nicht mehr Neu!

Die Kanäle werden tagtäglich genutzt.

Eine Strategie und Ziele sind Pflicht!

Messbarkeit ist gegeben, Strategie hilft im Alltag.

Content der zum Unternehmen passt.

Muss machbar sein, Done > Perfect, drann bleiben,

Tools und Equipment sinnvoll nutzen.

Mit Tools für Text, Grafik, Video sind Ergebnisse rasch deutlich besser!

Kein Erfolg über Nacht. Fans und Ko-Op nutzen.

Regelmäßigkeit ist Key. Plattformen ausnutzen mit Tags und Kooperationen.

BLEIBEN WIR IN KONTAKT!

Danke für Ihre Aufmerksamkeit und Zeit!

Daniel Tunhardt
0660 323 4834
office@anandaweb.at
www.anandaweb.at



ANANDAWEB
Agentur für Online-Marketing

- Social-Media Content und Marketing
- Werbeanzeigen und Google Optimierungen
- Laufende Betreuungen im Online-Marketing
- InHouse Schulungen und Workshops



Wirtschaftskammer Wien

