

Make Culture Social Again

Kulturlobby Winterthur, September 2022 Theater am Gleis



**Meine Wenigkeit heisst
zum einen Andi und
zum anderen euch
willkommen.**

Wahlwinterthurer • Büro
für Erfrischungs Akteur •
mag Neues • mag
Menschen • kulturell eher
so enthusiastisch •
unterschätzt Aufwände

Was machen wir heute?

- 🍋 «Die Frage nach dem Warum»
- 🍋 Prozesse und ~~richtige~~ mögliche Vorgehensweisen
- 🍋 Ein Überblick über verschiedene Plattformen
- 🍋 Hands-on und Best-Practices
- 🍋 Content-Framework und -Planung
- 🍋 Interaktive Sessions
- 🍋 Schlussrunde und Anstössiges

Was ihr beitragen müsstet

- 🍋 ...Fachwissen
- 🍋 ...Kulturmarketing-Erfahrung
- 🍋 ...Fragen und Inputs
- 🍋 ...zum Schluss: Inhalte

«Die Frage nach dem Warum»

Einige konzeptionelle und strategische Überlegungen

Es gibt eine «Lehrmeinung» dazu

- 🍋 nahtlose Kund:innenkommunikation via Messenger oder Direct Messages
- 🍋 Viralität – Möglichkeit innerhalb kürzester Zeit viele Menschen erreichen
- 🍋 Vermenschlichung der Marke
- 🍋 Aufbau einer eigenen Community ermöglicht enge Kund:innenbindung
- 🍋 sofortiger Austausch mit Kund:innen zu neuen Produkten/Dienstleistungen
- 🍋 Chance, als Unternehmen den Sympathiefaktor zu steigern
- 🍋 Generierung von Leads durch spezielle Werbeformate und einfache Zugriffe
- 🍋 Umsatzsteigerung durch grössere Bekanntheit

«Ich habe
gelesen, dass
Facebook vorbei
ist.»

«Das kostet
mich nur
Zeit.»

«Es ist viel
zu teuer für
uns.»

«Bei uns gibt
es nichts zu
erzählen.»

«Da sind doch
nur Alte / Junge.»

«Meine
Zielgruppe ist
da gar nicht.»

«Zeitverschwendung»

«Bisher hat das
noch gar nichts
gebracht.»

«Wir haben
niemanden
der das
macht.»

«Das kostet
mich nur
Zeit.»

«Wir warten
noch ab.»

«I don't care to
belong to any club
that will have me as
a member.»

Groucho Marx, *The Groucho Letters*

Wo du nun aber
schon einmal hier
bist...

Wer bist du? Was war der Auslöser für deine
Anmeldung und was willst du von mir?

Ich so

Ich bin Andi Gentsch, Co-Geschäftsleiter einer lokalen Kommunikationsagentur, ich wurde aus einem Gespräch heraus angefragt und bin hier, weil ich hoffe mit euren Aufträgen unermesslich reich zu werden.

Ich bin Andi Gentsch, Winterthurer und grosser Fan von fast allen von euch, ich habe immer wieder bei Steffi gescharrt, damit sowas einmal klappt und möchte euch mit meinem Mitteln im Alltag unterstützen. Ich will erfahren wo ihr ansteht und weiterhelfen.

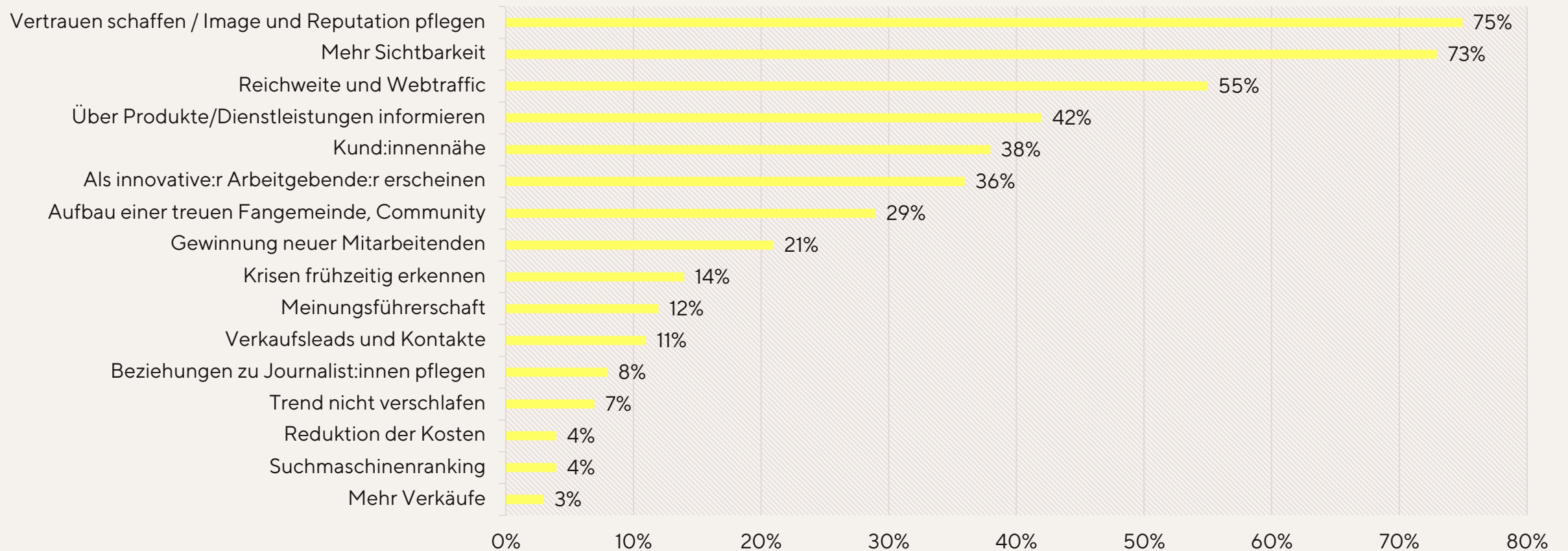
Und welche Ziele
verfolgt ihr mit
Social Media?

Wieso macht oder macht ihr kein Social Media?

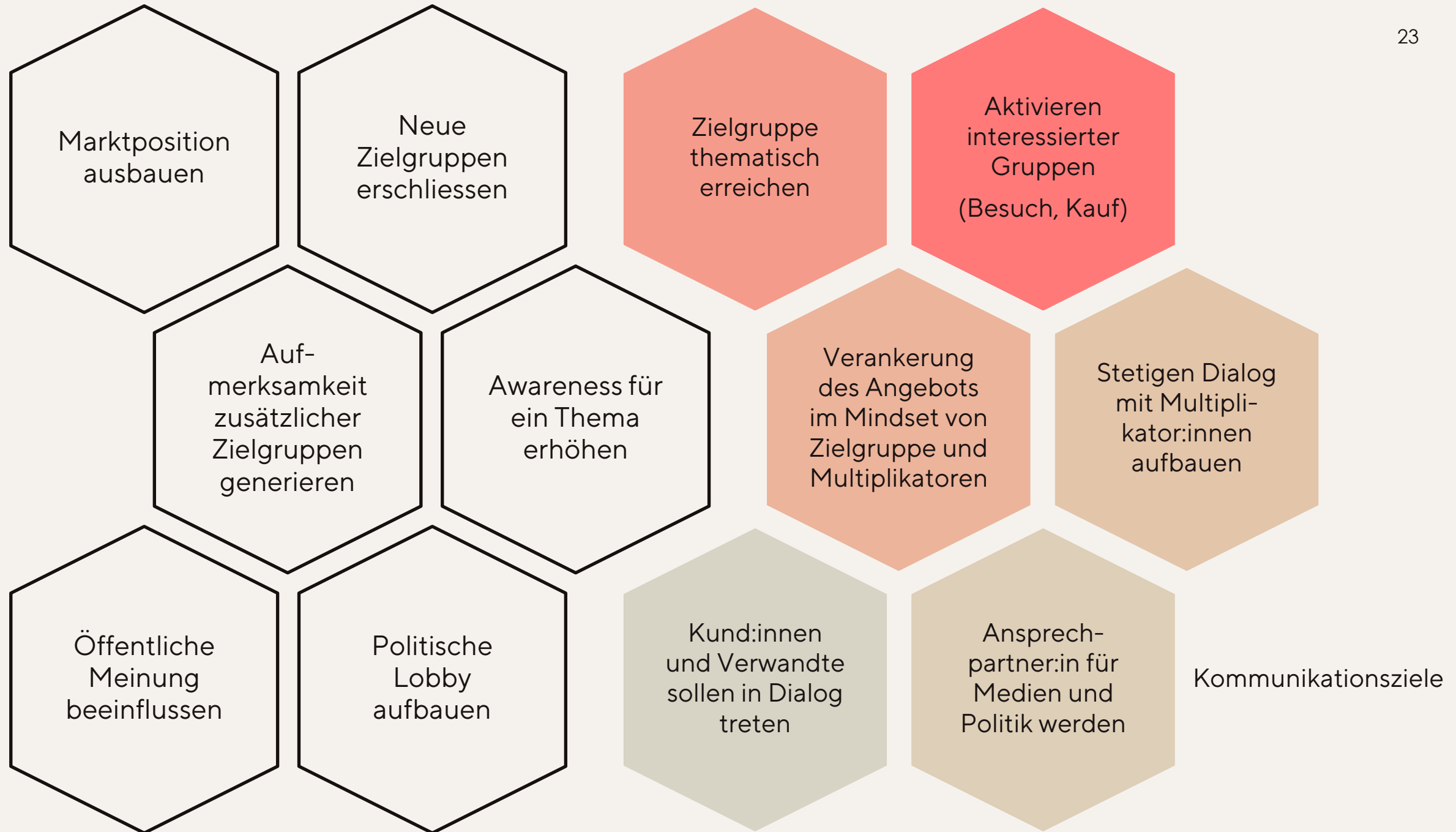
Zur Inspiration

Diese Ziele verfolgen Schweizer Unternehmen.

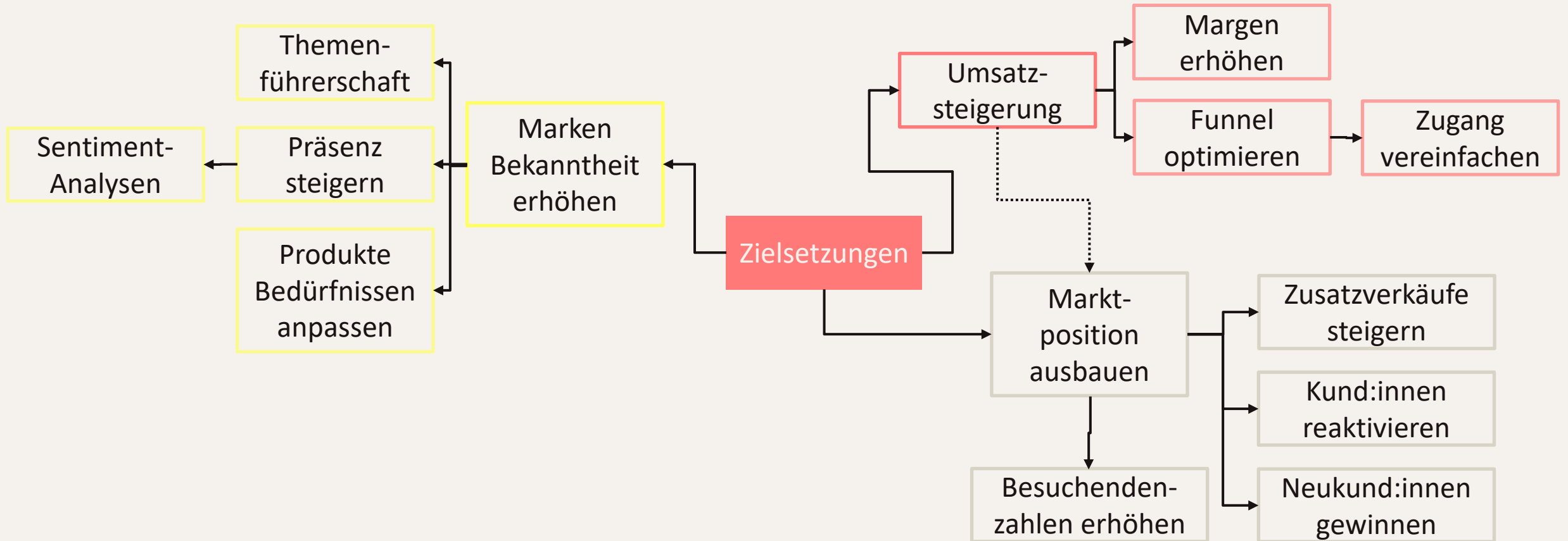
Das haben andere als Grund angegeben








Oder so



Operativ sieht das dann so aus

Wie lautet dein Marketingziel? [Hilfe: Ein Ziel auswählen](#)

Bekanntheit	Erwägung	Conversion
 Markenbekanntheit	 Traffic	 Conversions
 Reichweite	 Interaktionen	 Katalogverkäufe
	 App-Installationen	 Besuche im Geschäft
	 Videoaufrufe	
	 Leadgenerierung	
	 Nachrichten	

Zum Schluss unbedingt auch auswerten



Dummerweise
zählen eben
nicht nur eure
Wünsche.

Wie finden wir mehr über unsere Gegenüber hinaus?



Frag nach.

Dumm nur, dass das manchmal gar nicht so einfach ist.

Darum, setzen wir gerne auf User Stories



Person

Wer ist mein Gegenüber? Was macht die Person aus? Verkörpert sie eine Rolle oder Firma?



Auslöser

Was ist unmittelbar passiert, dass die Person vis-à-vis (auch am Bildschirm) gerade jetzt Interesse hat?



Ziel

Welches abschliessende Ziel verfolgt die Person mit ihrer Suchanfrage oder Interaktion?

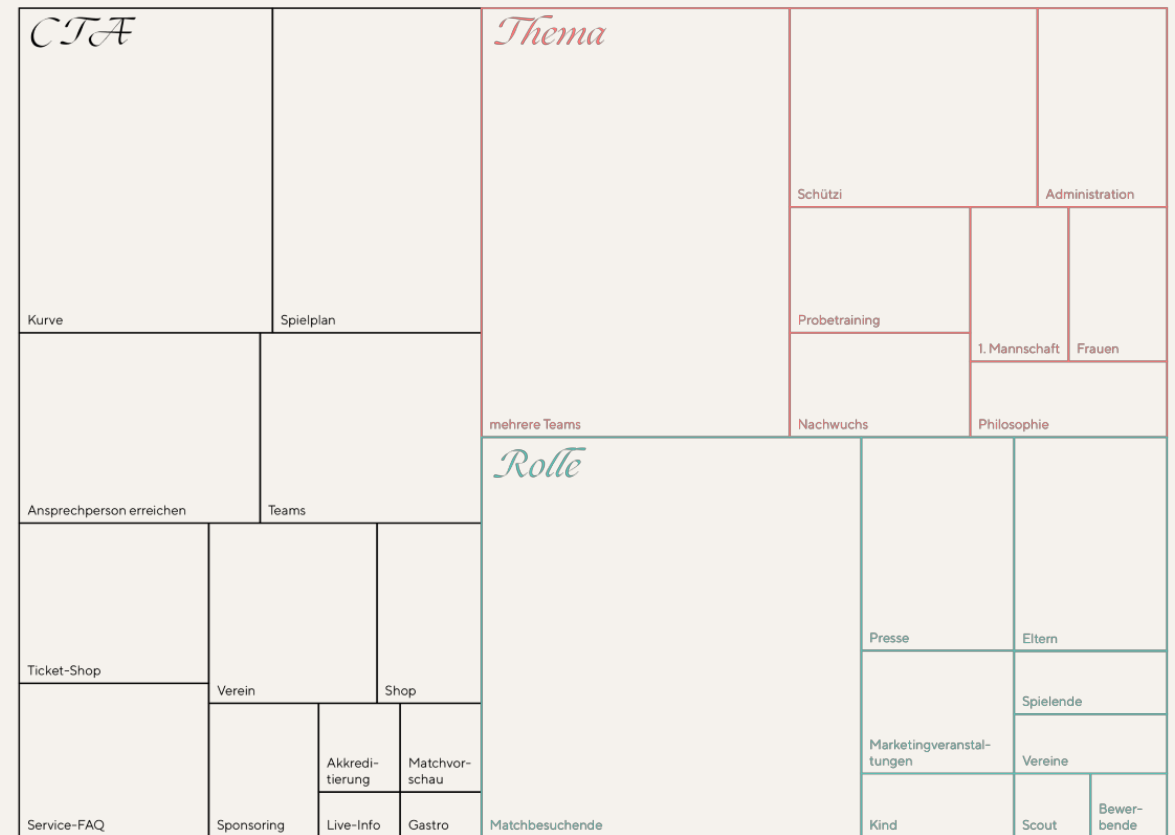
Mögliche Stories (Muster)

- 🍊 Als Familienvater suche ich immer wieder Aktivitäten für mich und meine Kinder, dabei ist es mir wichtig, dass die Kinder etwas entdecken und sich einbringen können, heute regnet es und ich muss etwas umstellen.
- 🍊 Auf einem Flyer habe ich als Einwohnerin vom Frühlingsfest erfahren und habe spontan Interesse daran mehr zu erfahren, ich möchte mit einer Freundin diesen schönen Park kennenlernen.

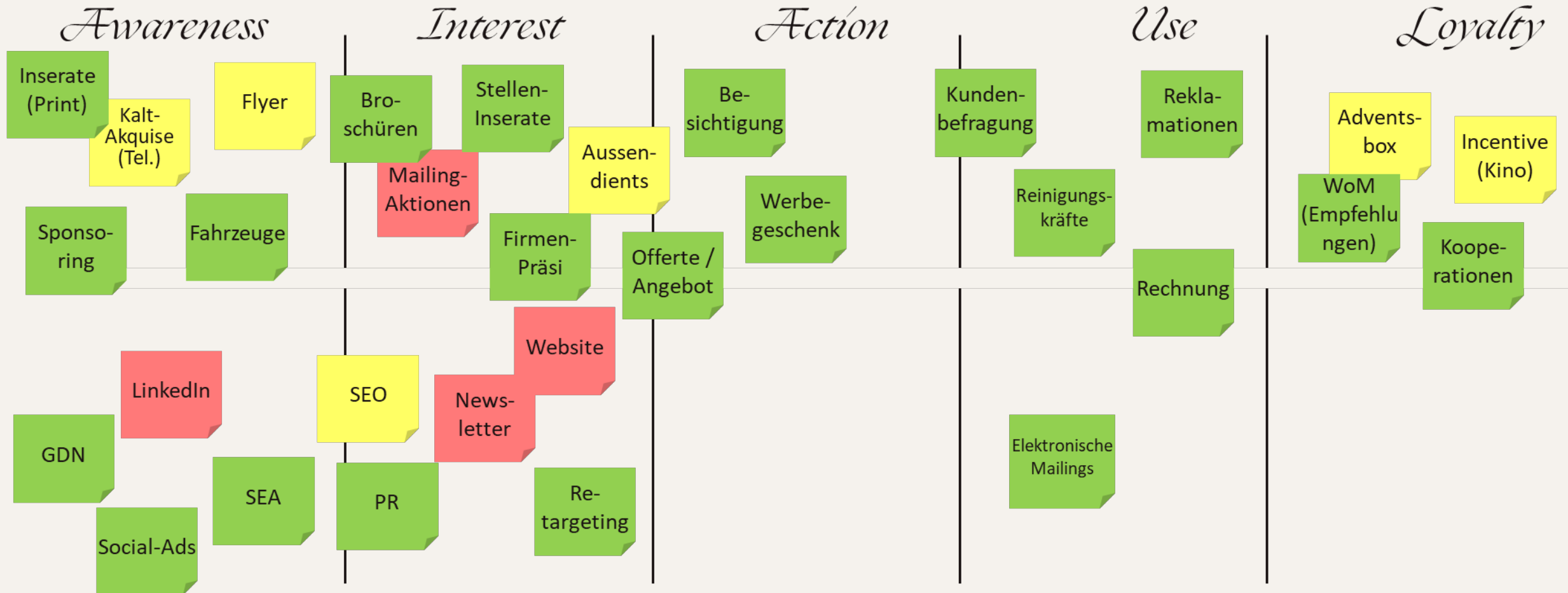
Und dann? Sammeln, clustern, priorisieren

- 🍌 Eine talentierte Spielerin möchte wissen, wann die nächsten Probetrainings stattfinden. Wo und wann wird trainiert? Wie viel Mal pro Woche?
- 🍌 Der Gegner möchte die Kontaktdaten vom Assistenten haben, er braucht die Media-Liste für den Heim-Speaker
- 🍌 Eine neue Athletiktrainerin möchte sich für einen Nebenjob bewerben und sucht nach einer Coaching-Philosophie. Welche Werte werden angestrebt für das steht der Verein ein

Rolle	Segment	Auslöser	Ziel User	Thema	CTA
Marketingverantwortlich	Sponsor	unklar	unklar	mehrere Teams	unklar
Matchbesuchende	passiv	unklar	unklar	mehrere Teams	unklar
Scout	aktiv	unklar	unklar	mehrere Teams	unklar
Presse	Multiplikation	unklar	unklar	unklar	unklar
Eltern	unklar	unklar	unklar	mehrere Teams	unklar
Kind	unklar	unklar	unklar	mehrere Teams	unklar
Marketingverantwortlich	Sponsor	unklar	unklar	mehrere Teams	Ansprechperson erreichen
unklar	aktiv	unklar	unklar	mehrere Teams	Ansprechperson erreichen
Matchbesuchende	passiv	unklar	zum Spiel gehen	mehrere Teams	Ticket-Shop
Matchbesuchende	passiv	Social-Post	zum Spiel gehen	1. Mannschaft	Spielplan
Matchbesuchende	passiv	unklar	zum Spiel gehen	mehrere Teams	Ticket-Shop
unklar	unklar	unklar	unklar	Nachwuchs	Spielplan
Matchbesuchende	passiv	unklar	zum Spiel gehen	Frauen	Ticket-Shop
Eltern	aktiv	unklar	Karriere	Probetraining	Service FAQ
unklar	passiv / Multiplikation	unklar	Interview	mehrere Teams	Ansprechperson erreichen
unklar	Commerce	unklar	Merchandise / Gutscheine	mehrere Teams	Shop
unklar	Commerce	unklar	Merchandise / Gutscheine	Schützi	Kurve
unklar	unklar	unklar	unklar	Administration	Ansprechperson erreichen
unklar	aktiv	unklar	Karriere	Probetraining	Service FAQ
unklar	aktiv	unklar	Info	Probetraining	Service FAQ
unklar	unklar	unklar	Info	Nachwuchs	Spielplan
unklar	unklar	unklar	Info	Nachwuchs	Service FAQ



Berührungspunkte



Klärt die Rolle von Social Media in eurer Kommunikation

Ziele können vielseitig sein, aber sein sollten sie.

Prozesse und mögliche Vorgehensweisen

Kontinuität sorgt für Ruhe und mehr Spielraum

Prozessbeispiel Ausstellungszyklus

Vorsicht, es gibt keine global richtige Vorgehensweise

Macht selber was
ihr könnt!

Im Grunde kann niemand besser über euch sprechen.

Möglicher Ablauf

🍋 Sammeln

- Erfahrungen, Bilder, Vorlagen

🍋 Auf- und Umsetzen

- Konzept
- Redaktionelle Planung

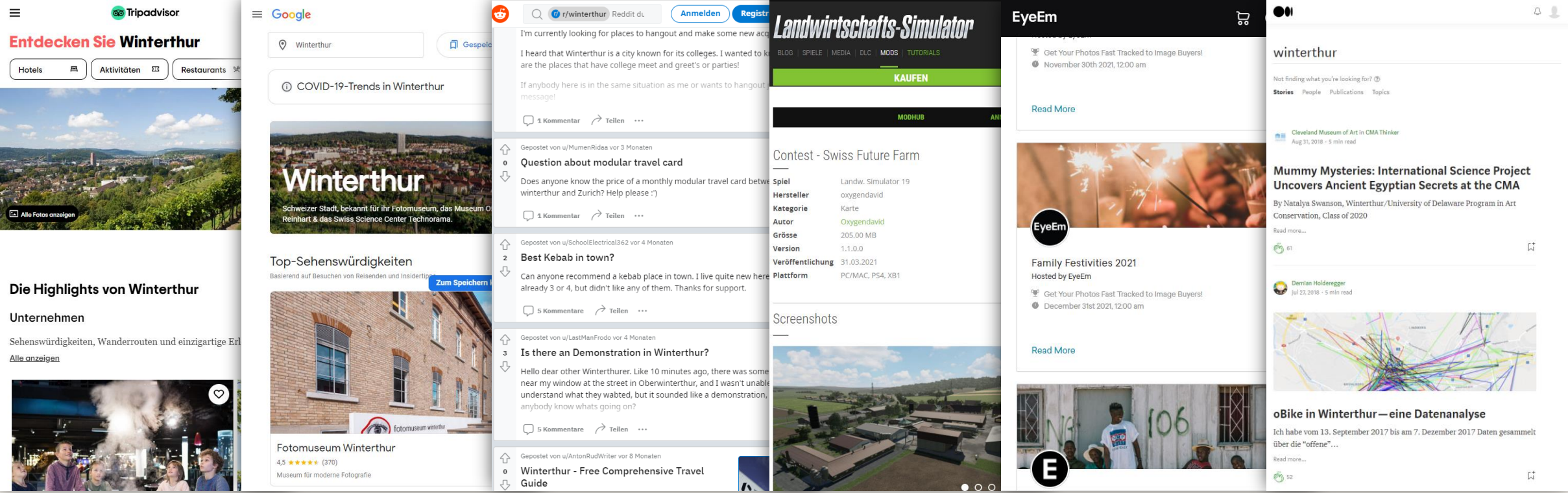
🍋 Promotion / Bewerbung

🍋 Evaluation / Auswertung

Plattformen

Was man alles könnte, sollte und einmal ausprobieren müsste

Social Media ist vielfältiger – wertvolle Nischen



Hören und sehen (oder umgekehrt)



Facebook (2.91 billion active users)
YouTube (2.56 billion active users)
Instagram (1.478 billion active users)
TikTok (1 billion active users)
Snapchat (557 million active users)
Pinterest (444 million active users)
Twitter (436 million active users)
Reddit (430 million active users)
LinkedIn (310 million active users)
Quora (300 million active users)

Es sind zu viele

Wir streifen mal was uns in die Quere kommt.

Website

KULTUR
lobby
winterthur

[Verein](#) [Aktuell](#) [Presse](#) [Mitglieder](#) [Jobs / Calls](#) [Kontakt](#)
[PowerPoint-Karaoke](#) [Kulturstadtplan](#)

Cinéma Solaire

Gemeinsam vermitteln und vernetzen

Über 100 Institutionen, Organisationen und Kulturschaffende sind in der Kulturlobby Winterthur vereint. Gemeinsam vermitteln und vernetzen wir die kulturelle Vielfalt und machen die Kulturstadt sichtbar.

Die Kulturlobby Winterthur stärkt das Bewusstsein für kulturelle Anliegen in der Bevölkerung und bei wichtigen lokalen Akteur:innen, verstärkt den Informationsaustausch innerhalb der Kulturszene und vermittelt kulturpolitische

Zur Infosammlung für Mitglieder

[Corona](#)

Zum Corona-Infopoint Kultur der Stadt Winterthur

Die Website ist und bleibt das Zentrum der digitalen Kommunikation, hier sind alle Informationen verfügbar und einfach (wieder) auffindbar.

Starke Webseiten haben interessante, abwechslungsreiche (in Umfang und Rhythmus) und aktuelle Inhalte, die ziel-gruppenorientiert sind.

Website

The banner features a black background with white text. In the top left corner, there is a circular logo with the letter 'F' and the text 'Freunde des Münzkabinetts Winterthur'. In the top right corner, it says 'ZUM MÜNZKABINETT' with a right-pointing arrow. A white speech bubble on the right side contains the text 'Seit über 350 Jahren'. The main text in the center reads 'Wir sind Winterthurer:innen' in a large, bold, serif font, with '#kulturerbe' in a smaller font below it. At the bottom of the banner, there is a white bar with the text 'Das Münzkabinett – Eine Institution von und für Winterthur'.

Tipp:

Website regelmässig prüfen und in Frage stellen: Wer sind unsere Besucher:innen? Was wollen sie finden? Was sollen sie mit den Infos anfangen? Welche Bedürfnisse können wir befriedigen? Zu welcher Handlung wollen wir sie führen?

Bonus-Tipp:

Landing-Pages (nur) wenn nötig!

Denkt an eure Ziele!

Wen wollt ihr ansprechen? Was soll passieren?

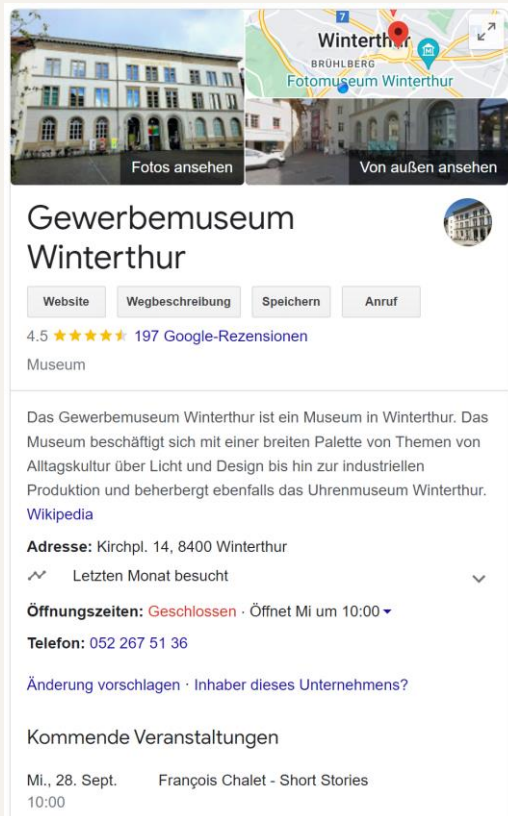
Tripadvisor

The screenshot shows the TripAdvisor website interface. At the top, there is a search bar with the TripAdvisor logo, a search icon, and navigation links for 'Bewertung', 'Reisen', 'Wichtige Hinweise', 'Login', and 'Einkaufswagen'. Below the search bar, there are category tabs: 'Winterthur', 'Hotels', 'Aktivitäten', 'Restaurants', 'Flüge', 'Shopping', 'Pauschalreisen', 'Kreuzfahrten', and 'Mietwagen'. The main content area displays the breadcrumb path 'Europa > Schweiz > Kanton Zürich > Winterthur > Sehenswürdigkeiten und Aktivitäten in Winterthur' and the title 'Winterthur Sehenswürdigkeiten'. There are filters for 'Daten eingeben', 'Filter', 'Sehenswürdigkeiten', 'Liste', and 'Favoriten der Reisenden'. Below the filters, it says '79 Orte sortiert nach Beliebtheit bei den Reisenden. Wir prüfen Bewertungen.' Two results are shown: '1. Swiss Science Center Technorama' (Wissenschaftsmuseen, 550 reviews) and '2. Schloss Kyburg' (Schlösser, 119 reviews). To the right of the list is a map showing the location of these attractions in Winterthur, Switzerland, with various green location markers and a 'Mappe aktualisieren' button.

Bei der Planung von Besuchen von Sehenswürdigkeiten spielt die Plattform eine grosse Rolle. Vor allem relevant für das internationale Marketing.

Tipp:
Einmal sauber aufsetzen, allenfalls finanziell minimal pushen. Fokus auf Image, und Bewertungen, nicht auf Aktualität

Google Business Profile (Google MyBusiness)



Der Kartendienst Google Maps ist die erste Adresse, um (virtuell) Sehenswürdigkeiten zu entdecken und relevante Informationen sowie Rezensionen zu erhalten. Google Maps steigert die Chancen, im Rahmen der Google-Suche aufzutauchen.

Tipp:

Sauber aufsetzen. Google MyBusiness (wie der Dienst insgesamt heisst) erlaubt Hinweise auf Aktualitäten direkt auf der Suchresultatseite, neben den Öffnungszeiten.

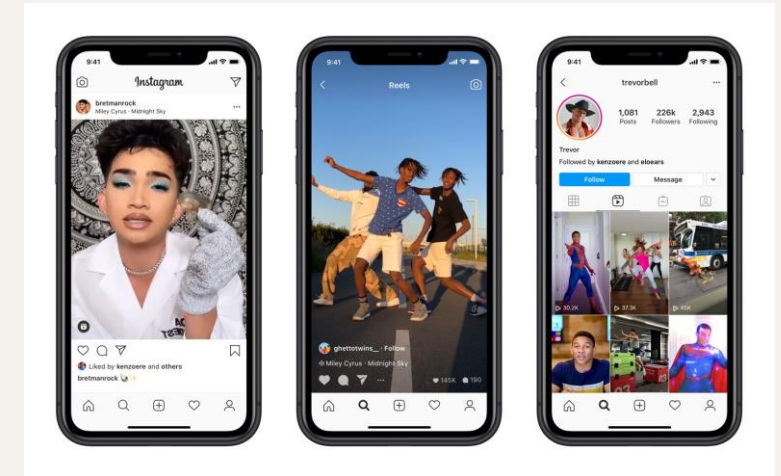
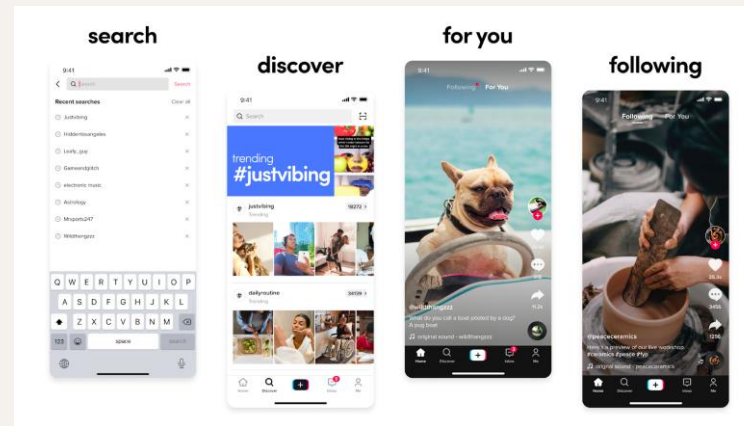
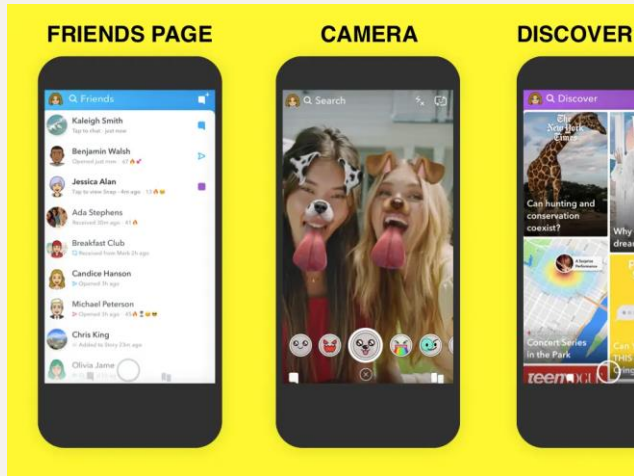
Regelmässige, kurze Prüfungen / Anpassungen des Auftritts fix einplanen.



Ja, ich weiss...

Kann trotzdem Spass machen, lasst es euch zeigen.

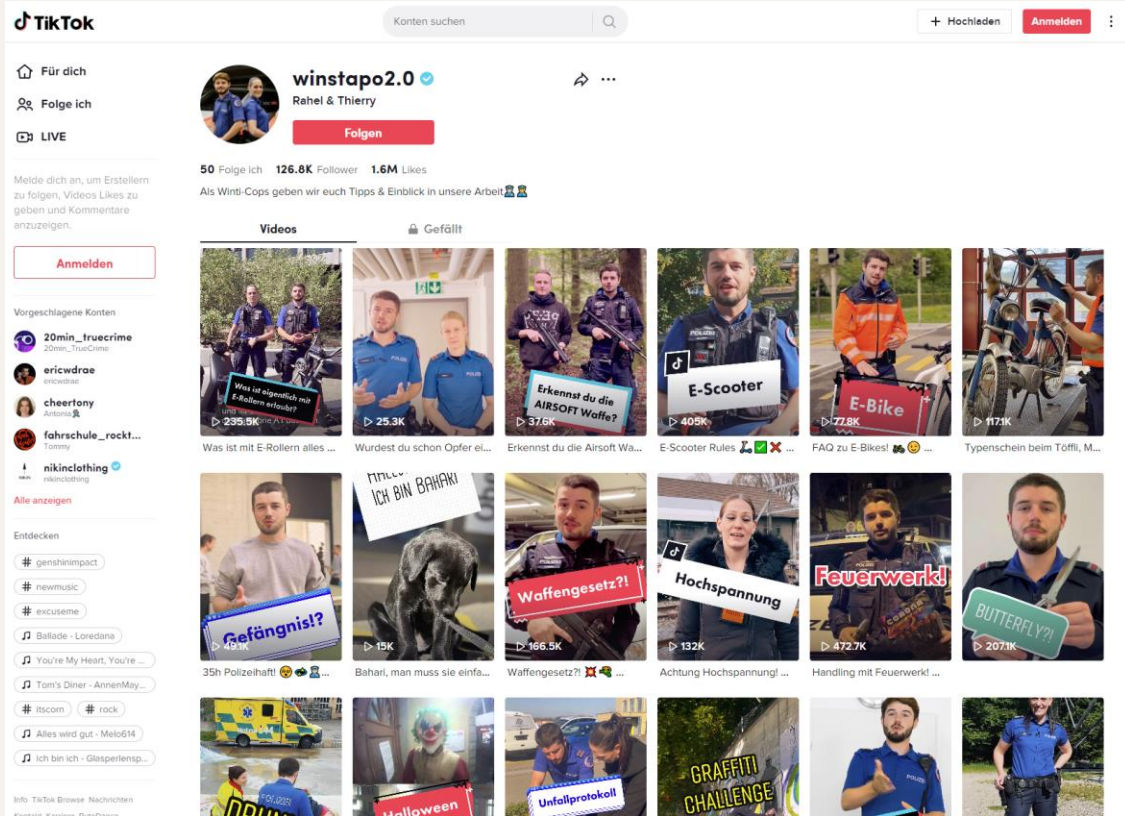
Instagram Reels vs. TikTok vs. Snapchat



Obwohl Snapchat ausgereifter ist, eignet sich TikTok aufgrund seiner Neuheit hervorragend für Seitenexperimente - vor allem, wenn du dich an die Generation Z wendest.

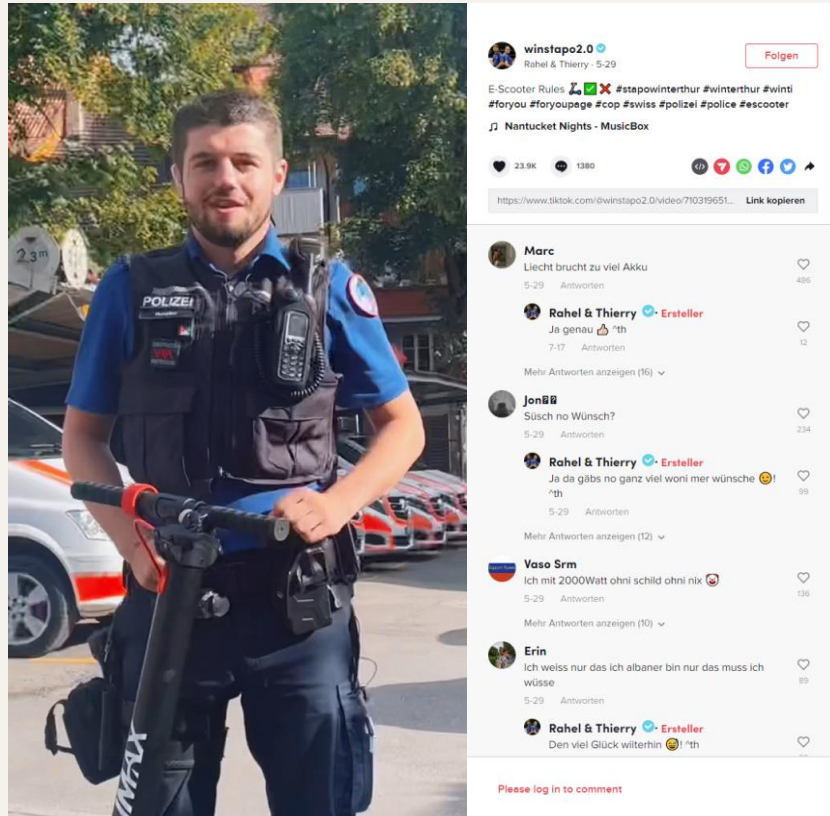
Influencer oder Conversion? Insta.

TikTok



TikTok baut auf Kurzvideos. Geht eines viral, wird es massenweise kopiert. Während die meisten Netzwerke ungern zulassen, dass Inhalte auf Drittplattformen geteilt werden können, ist das Teil der Strategie von TikTok. TikTok lebt da-von, dass sich Menschen vor die Kamera stellen und sich präsentieren, weniger von abgefilmten Sujets.

TikTok



Tipp:

Account einrichten und Entwicklungen beobachten. Geht eine Idee viral, die zu euch passt, einfach mal mitmachen, auch in weiteren Netzwerken teilen und ausprobieren.

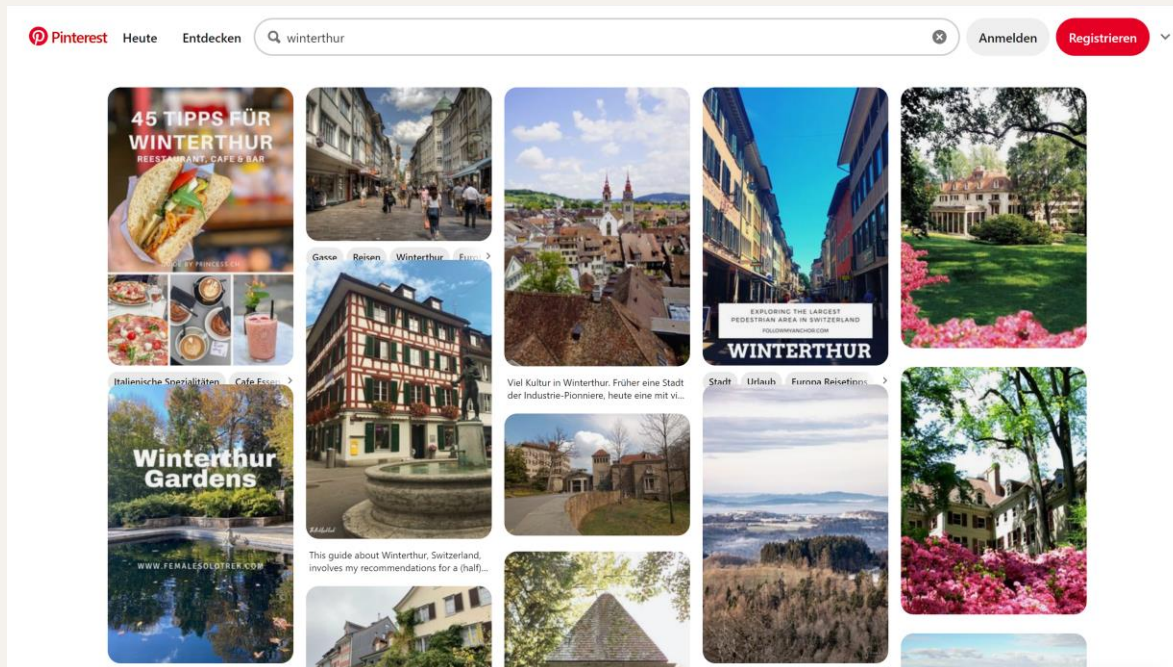
Obacht:

Fremdschämen und Vorbehalte bezüglich Ausgrenzung.

Sonst so?

The Speaker's Choice.

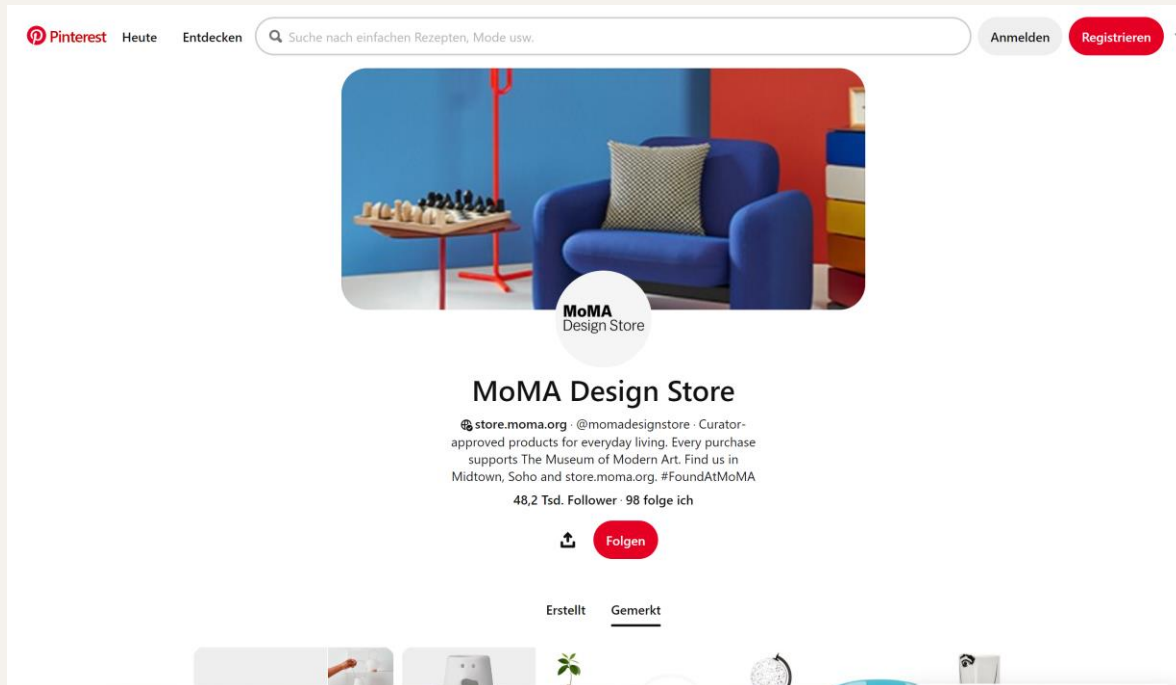
Pinterest



Die virtuelle Pinnwand ist vor allem im Kreativbereich beliebt als Inspirationssuchmaschine. Kann spannend sein, falls es gelingt Do-it yourself Geschenke mit entsprechenden Anleitungen anzubieten.

Weitere Möglichkeiten, die hier passen könnten, wären allenfalls Gebäude, Parks oder Infrastruktur in Position zu bringen oder ausgefallene Reiseziele (Special-Interest) in Boards zu sammeln.

Pinterest



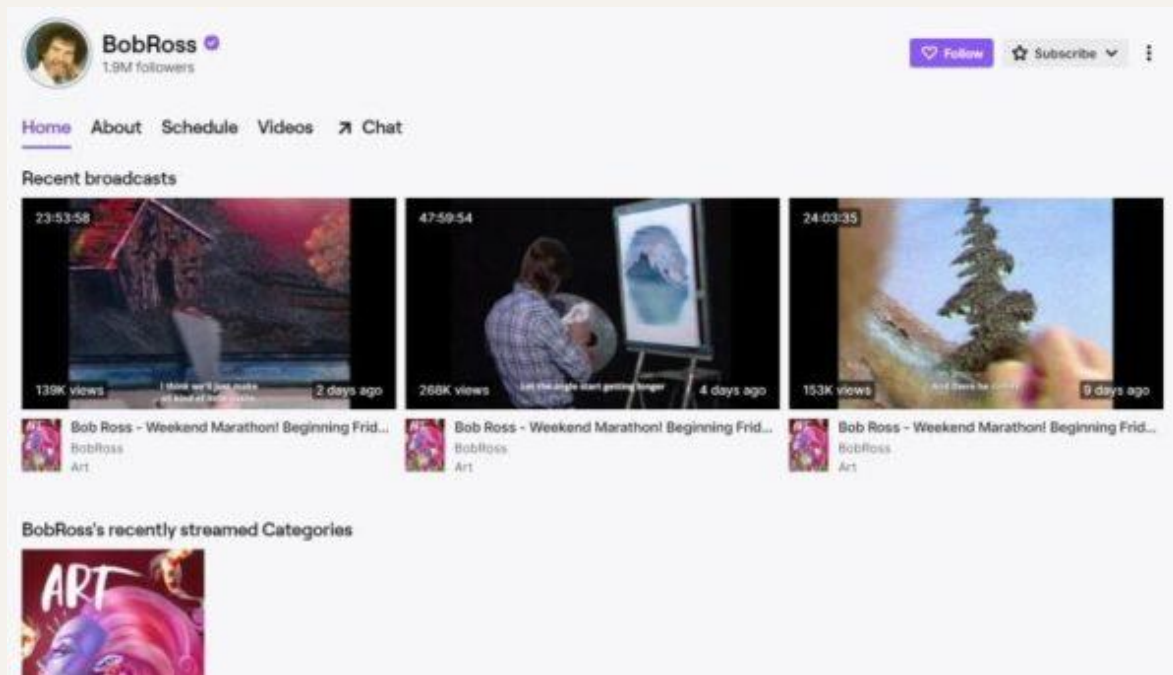
Tipp:

Vorerst in den meisten Fällen wohl nicht aktiv bewirtschaften, aber im Hinterkopf behalten und spezifisch in Erwägung ziehen, um bei passenden Themen Werbung zu schalten.

Bonus-Tipp:

Musems-Stores sind prädestiniert...

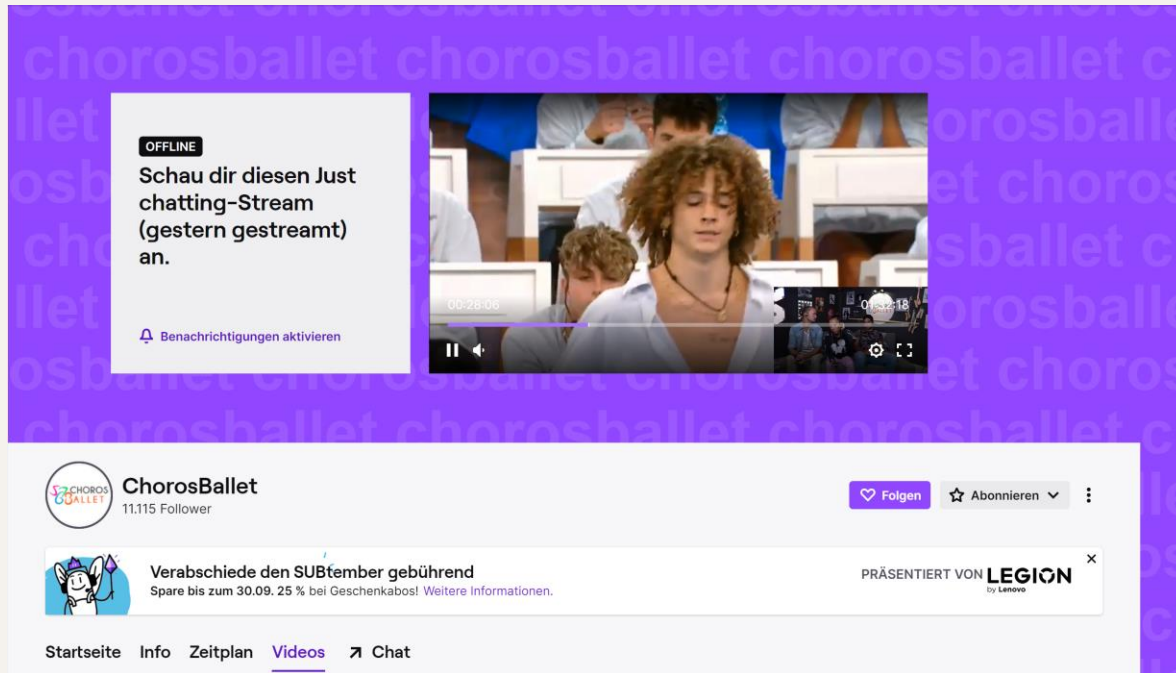
Twitch



Twitch wurde zunächst als Live-Streaming-Plattform für Videospiele populär und erweiterte später seine Inhalte auf andere Bereiche als Spiele, wie z. B. Musik, Kunst, besondere Veranstaltungen und «einfach nur Chatten».

Die Benutzeroberfläche und das Benutzererlebnis von Twitch zeichnen sich durch einen Echtzeit-Chat auf dem Bildschirm des Streamers und schwebende Emoticons aus, was seine Wurzeln im Videospiele-Streaming, aber auch den interaktiven Charakter der Plattform widerspiegelt.

Twitch



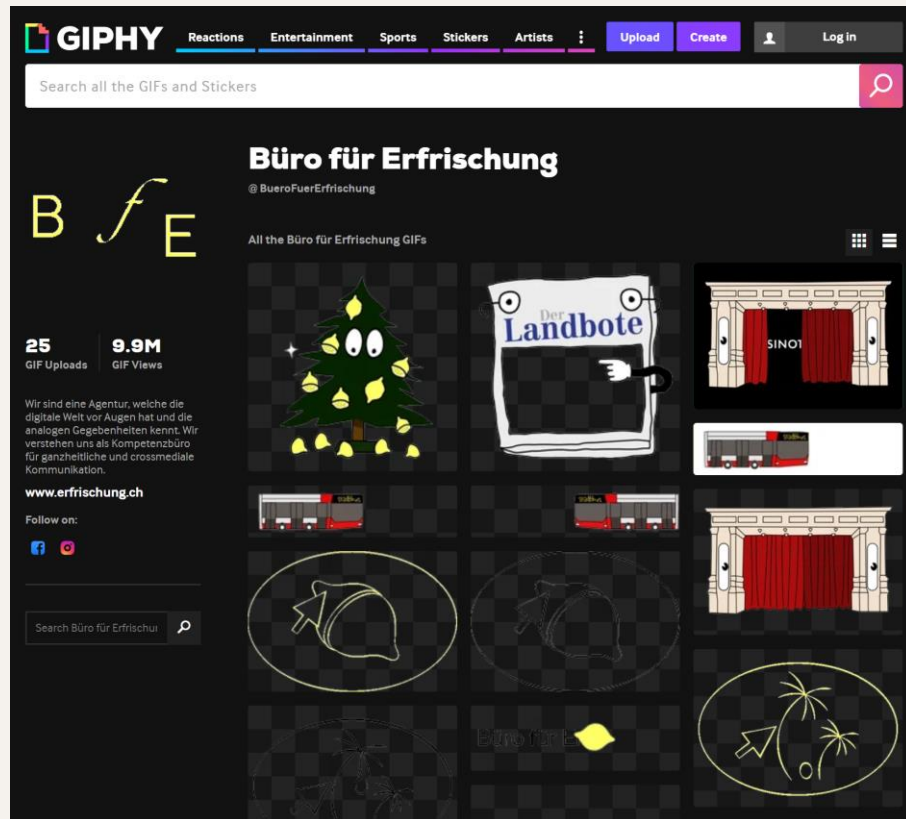
Tipp:

Als Nutzer:in ausprobieren, und nach interessanten Anbietenden suchen, lernen und staunen.

Obacht:

Twitch ist nicht YouTube, der Community-Gedanke ist hier Teil der DNA.

Giphy (animierte GIFs generell)



GIFs sind doch einfach seit der Jahrtausendwende der heisse Scheiss, erzählt mir doch nichts...

Sie haben alles überlebt, die Kakerlaken der digitalen Welt. Was zeichnet sie aus? Sie sind nahezu medienneutral und auch Leute die sie hassen nutzen sie insgeheim.

GIFs sind für das Auge interessanter als statische Bilder. Sie bringen Bewegung in Inhalte. Weil sie nicht ganz ohne einzurichten sind erleben wir noch keinen kompletten Ausverkauf.

Metaverse

«Öffentliche Häuser müssen sich mit digitaler Kunst auseinandersetzen»

Der Berliner Künstler Manuel Rossner hat für das Kulturforum-Areal in Berlin ein eigenes Virtual-Reality-Museum entworfen, um seine NFT-Sammlung zu zeigen.

Metaverse



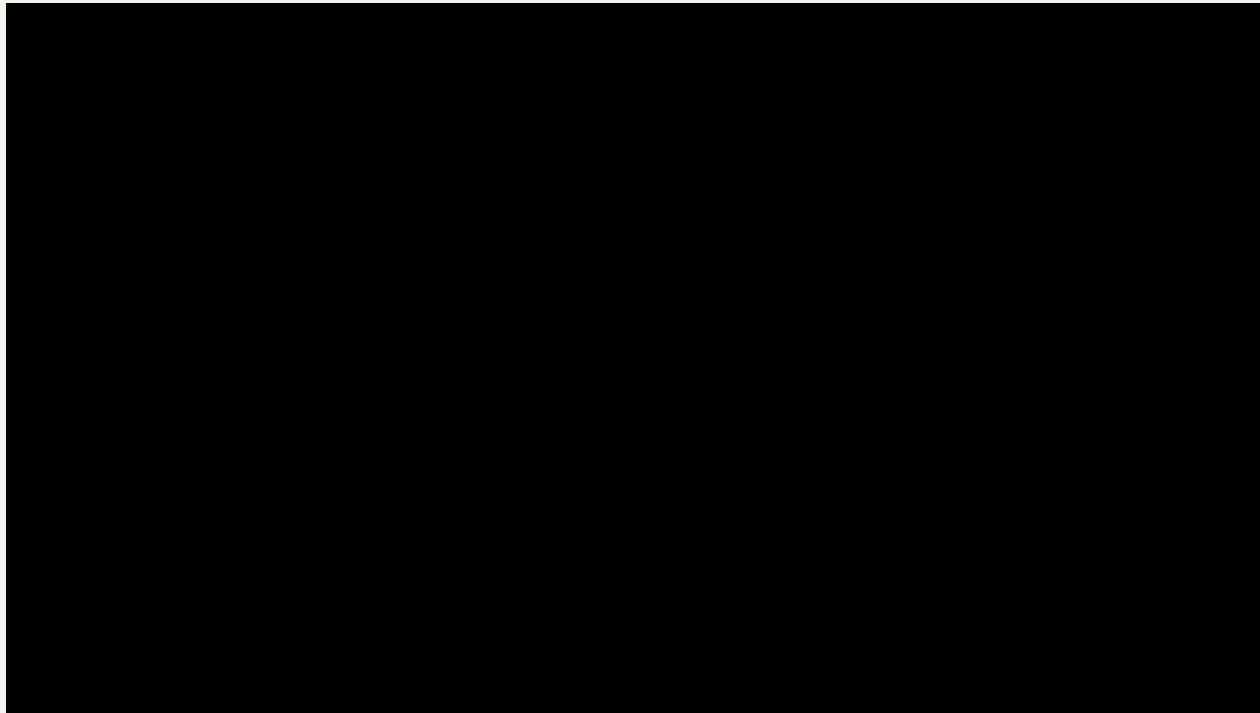
Das «Metaverse» ist ein virtueller Raum, in dem Videospiele gespielt, Produkte eingekauft und sogar die eigene Gesundheit überprüft werden kann.

Das Metaverse ermöglicht ein virtuelles Leben in fast allen Belangen, Krypto-Währungen dienen als Zahlungsmittel, NFTs verkörpern (eben nicht) die Kunst.

Tipp:

Ausprobieren! (Geht auch ohne Brille)

Metaverse - Why Should the Art World Care?



https://www.youtube.com/watch?v=oupHYHv_me0

[The Art Angle Podcast: What Is the Metaverse? And Why Should the Art World Care? | Artnet News](#)

Jetzt noch die Klassiker

Facebook, Twitter, LinkedIn, ...

Twitter für Politiker, Nerds und Journis.



<https://twitter.com/drtregoning/>
<https://www.dazeddigital.com>

Wählt Plattformen
die euch
sympathisch sind.

Macht was ihr mögt, beobachtet was ihr könnt und verschliesst euch nicht voreilig.

Hands-on und Best-Practices

Zu Boden bringen das Zeugs

B



Manchmal muss man einfach loslegen

Es gibt selten Richtig oder Falsch, ohne Ausprobieren eignet sich niemand das notwendige Know-how an in der Kommunikation. Allerdings sind nur wenige Kanäle so direkt im Feedback wie die «Sozialen» - nutzen wir das.

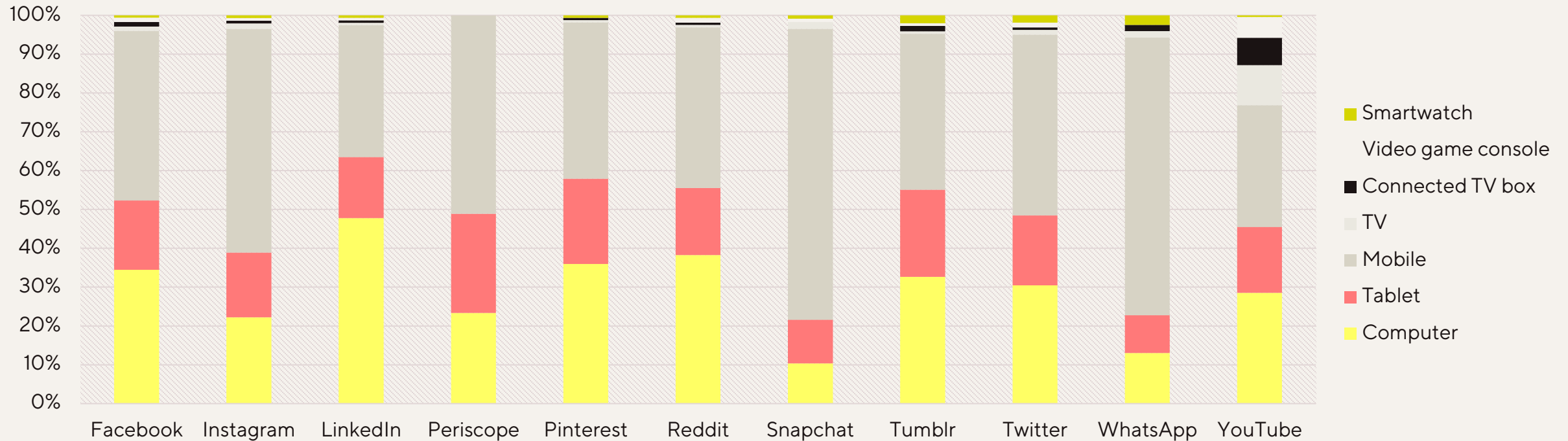
Vom Sujet, über
die Copy bis zur
Zielseite:
Denk mobil!

Das ist insbesondere für städtische Seiten nicht ganz einfach.

Motive simpel halten

- 🍋 Verwende Videos im Hochformat
Dafür eignet sich am besten ein vertikales oder quadratisches Seitenverhältnis. Niemand dreht sein Handy.
- 🍋 Verwende wenig Text in Bildern
- 🍋 Kürze den Text (Copy)
Bei Mobile Ads hast du nur 0,4 Sekunden. Halte deinen Text kurz, eindeutig und prägnant.
- 🍋 Füge mit dem Carousel-Format mehrere Bilder ein
So präsentierst du deiner Zielgruppe mehrere Bilder zum Scrollen, zu den gleichen Kosten.
- 🍋 Sorge für Bewegung
Animierte Anzeigen / Posts stechen im Feed hervor.
- 🍋 Nutze Boomerang – zum Erstellen von Videoschleifen
- 🍋 Nutze Tools wie [Adobe Spark](#) oder [Canva](#) – zum raschen, einheitlichen aufpeppen von Motiven
- 🍋 Verwende Calls to Action
Menschen mögen Buttons und Erklärungen was sie tun sollen.

Mobile, alles und immer... (Klo-tauglich)



Dos

- 🍋 Reichweite bezahlen
- 🍋 Mobile first: Inhalte immer für mobile Geräte optimieren
- 🍋 Richtigen Bildausschnitt wählen
- 🍋 Authentisches Bild- und Videomaterial
- 🍋 Kurze Texte mit guter Headline
- 🍋 Auf Kommentare reagieren
- 🍋 Mut zu auffallenden Posts
- 🍋 Erfolge messen und alle involvierten Parteien daran teilhaben lassen

Don'ts

- 🍋 Nicht posten
- 🍋 «Einfach einmal die Adresse reservieren» (die Site leer aufschalten)
- 🍋 (unpassende) Stockbilder verwenden
- 🍋 Keine Bilder verwenden
- 🍋 Momente verpassen
- 🍋 Rechtschreibfehler in Posts
- 🍋 Zu viel mit schwachem Inhalt posten
- 🍋 Zu wenig mit schwachem Inhalt posten
- 🍋 Share-Buttons mit Links auf eure Kanäle verwechseln

Content- Framework und -Planung

Etwas zu sagen haben

Ein Content-
Framework hilft
gesamtheitlich zu
kommunizieren und
hilft bei der Planung.

Oftmals sind Themen näher als man denkt.

Dafür steht die Marke.
 Sie ist eine Abbildung
 «von Gründung bis jetzt».
 Die Essenz ist keine
 strategische
 Stossrichtung keine
 Motivationshilfe für
 Mitarbeitende und auch
 keine Werbebotschaft.
 Sie bringt die Marke auf
 den Punkt.

Brand Essenz

«*Purpose*»

Das besetzte Thema, es
 trägt die nach aussen
 kommunizierte, zentrale
 Verantwortung für die
 Marke und zentrales,
 vertrauensbildendes
 Element innerhalb der
 Markenkommunikation

Claim

Werte

Die Brand Equity
 verkörpert den Mehrwert
 für den Betrieb als Marke
 und wofür die Firma steht.
 Diese Werte betreten das
 Büro der Kund:innen
 gemeinsam mit unseren
 Mitarbeitenden oder
 schreiten idealerweise
 voraus. Sie sind die
 Charakteristika, deren
 Überschneidung mit den
 Wertvorstellungen der
 Kund:innen für ein gutes
 Gefühl sorgt.

Unsere Positionierung
 als zuverlässiger,
 verlässlicher Partner,
 Dienstleister und Berater
 in allen Umfeldern
 kommunizieren wir
 thematisch übergreifend.

Themenfeld 1

Themenfeld 2

Themenfeld 3

Themenfeld 4

Spezialideen und Wauis

Wenige, dafür starke Ideen, in welchen überdurchschnittlich viele Ressourcen investiert werden.

- 🍋 Blog
- 🍋 Wettbewerbe
- 🍋 Games/AR
- 🍋 Brainstorming im Rahmen der Jahresthemensitzung und des Ausstellungs-Managementprozesses
- 🍋 Laufend aufmerksam bleiben und sammeln
- 🍋 Allenfalls ein gemeinsames Dokument oder eine Tafel unterhalten

Posts die nicht in
die thematischen
Felder passen
hinterfragen.

...im Wiederholungsfall aber auch die Felder hinterfragen.

Ein guter Redaktionsplan bedeutet nicht, dass keine spontanen Beiträge veröffentlicht werden dürfen. Im Gegenteil: Er soll Druck nehmen und das kreative Ausprobieren zwischendurch fördern.

Ausspielen gemäss Redaktionsplan

Social Media Content Kalender 2021										Stand: 01.01.2021										Verantwortlich: Nicole Gosseliker										Bereich: Social Media Marketing										Sonstiges: (Bitte ergänzen)									
Zusätzliche Planung										Inhaltliche Planung										Verantwortlichkeiten										zu platzieren in folgenden Medien																			
Wochentag	Datum	Tag	KW	Festtag / Thementag	Aufgabe / Editing / Thema	Kampagnen-, bzw. Themenreuebung	Link	Bild/Video	Keywords	Autor	Bearbeitung	Bearbeitung	Budget	Org/Post	Status	Facebook	Pinterest	LinkedIn	Blog	Tumblr	Instagram	Youtube	Sonstige																										
	3	Fr		Tag der Vorkontrollen	Netzwerktreffen Schulnetz 21	GFP				nge				org	abgeschlossen																																		
	4	Sa		Tag der Schilfrohrerkrankungen											offen			1																															
	5	So		Tag der Kollagen											offen																																		
	6	Mo	08	Wagnisfest											offen																																		
	7	Di		Internat. Dozententag	Weblog Schülerarbeiten	GFP				nge	07.08.2021-10.08.2021			org	abgeschlossen	2																																	
	8	Mi		Wochen-Tag	Pro Juventute Elternarbeit	GFP				nge	07.08.2021-10.08.2021	20		post	abgeschlossen	1																																	
	9	Do		Tag des Virenschutzes	Sommerklass PFD	PHG				nge				org	abgeschlossen	1		1																															
	10	Fr		Gedanken-Wochenende											offen																																		
	11	Sa		Tag des Kindesrechts											offen																																		
	12	So		Wochenendtag											offen																																		
	13	Mo	09	Tag des positiven Denkens											offen																																		
	14	Di		Tag der Tropenwälder											offen																																		
	15	Mi		Internat. Tag der Demokratie											offen																																		
	16	Do													offen																																		
	17	Fr		Constitution Day											offen																																		
	18	Sa		Tag der Schweizer Pfadfinder											offen																																		
	19	So													offen																																		
	20	Mo	10	Tag des Geschwisterwahl 2-5 Jahre		PHJ				nge	20.09.-30.09.2021	50		post	abgeschlossen	1																																	
	21	Di		Welttag der Diabetes	Stellenausschreibung BL SO	SB				nge				org	abgeschlossen			1																															
	22	Mi		Erntedankfest	Tag Schulkart	PHV				nge	22.09.-25.09.2021	50		post	abgeschlossen	1																																	
	23	Do													offen																																		
	24	Fr		Stemmen des Wagnis											offen																																		
	25	Sa		Internat. Tag des Lesens											offen																																		
	26	So		Tag der Gärten											offen																																		
	27	Mo	08	Wochenendtag											offen																																		
	28	Di			Esse Ära geht zu Ende	GFP				nge				org	abgeschlossen	1																																	
	29	Mi		Wochenendtag											offen																																		
	30	Do		Wochenendtag											offen																																		
Zwischensumme September 2021															7	0	3	0	0	0	0																												

- 🍋 Planung stärkt die Strategie
- 🍋 Reduziert die Aufwände unter dem Jahr deutlich
- 🍋 Gleichmässige Verteilung der Aufwände
- 🍋 Klärt Verantwortlichkeiten
- 🍋 Sichert Regelmässigkeit
- 🍋 Sichert Einhaltung des inhaltlichen Frameworks
- 🍋 Gerüst für Wiederkehrende- und fixe Punkte
- 🍋 Vereinfacht Planung von vorproduzierten Themen-Serien
- 🍋 Erleichtert im Krankheitsfall anderen die Einarbeitung
- 🍋 Zeigt aktuellen Stand der Planung
- 🍋 Sichert die Mittel bis zum Schluss

Social Media Content Kalender 2021

[zum Dashboard](#)

Stand: 01.01.2021

Verantwortlich: Michèle Geissbühler

Bereich: Social Media Marketing

Sonstiges: [bitte ergänzen]

Zeitliche Planung				Inhaltliche Planung					Verantwortlichkeiten					zu platzieren in folgendem Medium									
Monat	Datum	Tag	KW	Feiertag / Thementag	Aufgabe / Beitrag / Thema	Kampagnen-, bzw. Themenzuordnung	Link	Bild/Video	Keywords	Autor	Bewerbung	Bewerbung	Budget	Org/Paid	Status	Facebook	Pinterest	LinkedIn	Blog	Twitter	Instagram	Youtube	Sonstige
					<i>Beschreibung / Text</i>	<i>Beschreibung</i>	<i>Link</i>	<i>Medium</i>	<i>Aufbildung</i>	<i>Name</i>	<i>Name</i>	<i>Name / Text</i>	<i>Datum</i>		<i>Auswahl</i>	<i>Inter</i>	<i>Inter</i>	<i>Inter</i>	<i>Inter</i>	<i>Inter</i>	<i>Inter</i>	<i>Inter</i>	<i>Inter</i>
	3	Fr		Tag des Wolkenkratzers	Netzwerktreffen Schulnetz 21	GFP				mge				org	erledigt			1					
	4	Sa		Tag der Zeitungsaussträger											offen								
	5	So		Tag der Käsepizza											offen								
	6	Mo	36	Magnusfest											offen								
	7	Di		Neumond September	Welttag Suizidprävention	GFP				mge	07.09.2021-10.09.2021			org/paid	erledigt	2							
					Pro Juventute Elternbriefe	GFP				mge	07.09.2021-10.09.2021		20	paid	erledigt	1							
	8	Mi		Pardon-Tag	Tipp Schuhkauf	MVB				mge				org	erledigt	1							
	9	Do		Tag des Wienerschnitzels	Sommeranlass PTG	PTG				mge				org	erledigt			1					
	10	Fr		Dürkheimer Wurstmarkt											offen								
	11	Sa		Tag der Ersten Hilfe											offen								
	12	So		Weltkautschuktag											offen								
	13	Mo	37	Tag des positiven Denkens											offen								
	14	Di		Tag der Tropenwälder											offen								
Sep	15	Mi		Internat. Tag der Demokratie											offen								
	16	Do													offen								
	17	Fr		Constitution Day											offen								
	18	Sa		Tag der Software-Freiheit											offen								
	19	So													offen								
	20	Mo	38	Eldi Geschwisterstreit 2-5 Jahre		PFJ				mge	20.09.-30.09.2021		50	paid	erledigt	1							
	21	Di		Welttag der Dankbarkeit	Stellenausschreibung BL SB	SB				mge				org	erledigt			1					
	22	Mi		Ehrentag der Elefanten	Tipp Schuhkauf	MVB				mge	22.09.-25.09.2021		50	paid	erledigt	1							
	23	Do													offen								
	24	Fr		Sternzeichen Waage											offen								
	25	Sa		Internationaler Tag des Hasen											offen								
	26	So		Tag der Gehörlosen											offen								
	27	Mo	39	Welttourismustag											offen								
	28	Di			Eine Ära geht zu Ende	GFP				mge				org	erledigt	1							
	29	Mi		Michaelstag											offen								
	30	Do		Weltschiffahrtstag											offen								
Zwischensumme September 2021																7	0	3	0	0	0	0	0

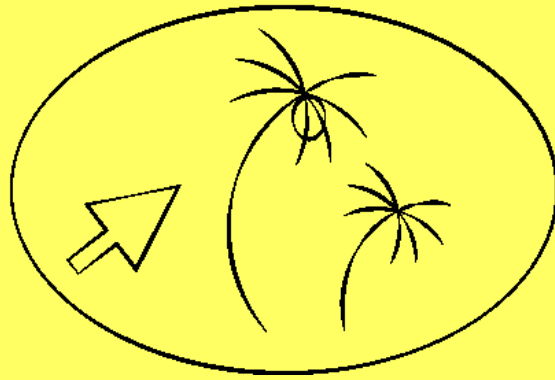
Jahresplanung – Creator Studio / Tailwind

The screenshot shows the Facebook Creator Studio interface for the account 'winterthur.locals'. The main area displays a table of content items with columns for 'Beitrag', 'Beitragstyp', 'Beitragstext', 'Datum', 'Reichweite', and 'Kommentare'. The table lists various posts, including a 'Mein Lieblingsort' post and several 'Winterthur' related posts. The interface also shows a left sidebar with navigation options like 'Content-Sammlung', 'Kalendar', and 'Insights'.

Beitrag	Beitragstyp	Beitragstext	Datum	Reichweite	Kommentare
Mein Lieblingsort	Veröffentlicht	13 Stunden verbleibend	Gestern 20:53	--	--
Wo	Veröffentlicht	12 Stunden verbleibend	Gestern 20:50	--	--
Winterthur Pizzalieferservice Pizzeria Winterthurbocals #foodlover	Veröffentlicht	12 Stunden verbleibend	Gestern 20:46	--	--
Herbst auch auf dem Katharin-Sulzer-Platz? Markier dein Herbstbild mit @winterthur.locals. #winterthur #winter	Veröffentlicht		Gestern 07:39	61	0
Wo bestellt du jeweils Pizza in Winterthur? Ich war heute zu faul zum Kochen und habe mir eine Pizza mit Rohschil.	Veröffentlicht		24.10.2021 20:26	71	6
Meine heutige Marktkauf! Immer wenn ich es mir einrichten kann, gehe ich am Freitag an den Wochenmarkt!	Veröffentlicht		22.10.2021 09:46	66	1
Im Kern der Altstadt. Wie heißt der Kater, dem die Katzentreppe gehört? #winterthur #lovetowinterthur #winterthur	Veröffentlicht		20.10.2021 21:08	128	17
Im @_das_bar_, an der Neustadtgasse war ich mir unschlüssig, was ich denn nun trinken soll. Der Barkeeper fragte	Veröffentlicht		13.10.2021 22:47	76	0
Seit April 2021 gibt es am Obaren Graben ein neues Lokal namens @bohnenback. Sarah, Nadine und Monika (war	Veröffentlicht		11.10.2021 13:40	170	3
Neustadtgasse in der Abenddämmerung. Das Foto list bei mir Feriensinnung aus und bei dir? #winterthur #winter	Veröffentlicht		06.10.2021 07:50	325	12

The screenshot shows the Tailwind Publisher interface. The top navigation bar includes 'Drafts', 'Scheduled', 'SmartLoop', 'Published', 'Your Schedule', 'Board List', and 'Pin From Instagram'. The main area is divided into several sections: 'Your Loops' (383 pins published, 171 total, 0.4 repinned), 'Loop Pins' (a grid of pins for 'Gurken-Auto', 'Familienausflug', and 'Znüni-Idee'), and 'Your Schedule' (a calendar view showing pin distribution over time). The interface is clean and modern, with a focus on visual content and scheduling.

<https://business.facebook.com/creatorstudio/home>
<https://www.tailwindapp.com/>



Danke

für deine Zeit.