



# VORWORT



Das ist das einzige Katzenbild in dem E-Book – versprochen!

## **Was sollen wir nur posten? Und woher bekommen wir Content?**

Wenigstens eine der beiden Fragen stellen Sie sich regelmäßig, wenn Sie hauptberuflich einen Social Media Kanal betreuen. Und unter uns: Uns geht und ging es nicht anders! Eines Tages hat es uns dann gereicht und wir haben einfach mal recherchiert und gesammelt. Was machen „die da draußen“ dann so in den jeweiligen Netzwerken? Und weil es hilfreich ist, über den Tellerrand zu schauen, haben wir sehr viele Beispiele aus anderen Ländern gefunden. Vielleicht verschafft Ihnen das noch einen Wettbewerbsvorsprung ...

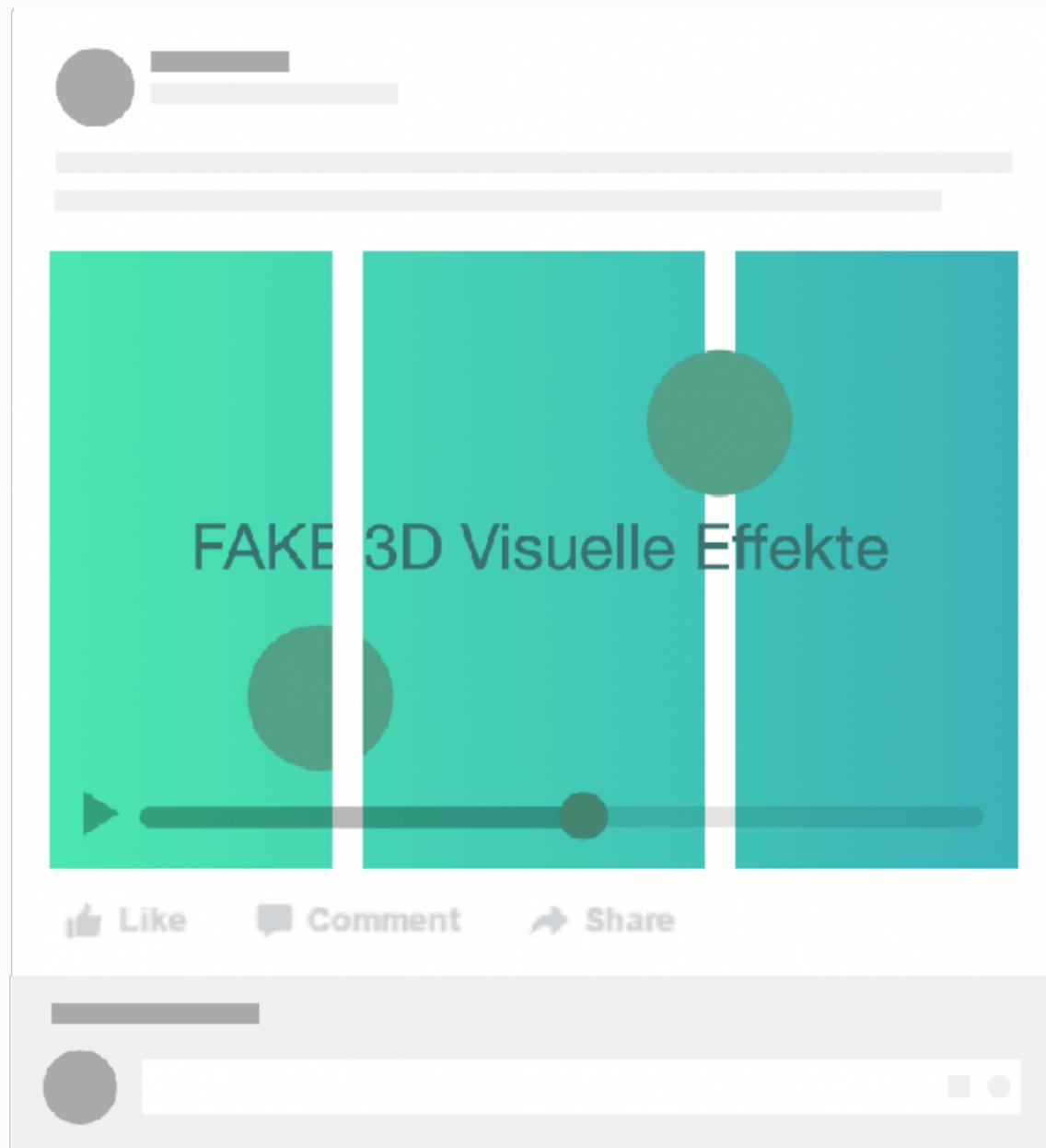
Viel Spaß beim Inspirieren lassen – und immer eine Handvoll Likes unter Ihren Beiträgen!

Das Team von KONTOR4

- ✓ **Vergessen Sie Ihre Content-Sorgen!**
- ✓ **82 Inspirationsquellen mit konkreten Beispielen in einem E-Book**
- ✓ **Beitragsideen für mehr als 1 Jahr**
- ✓ **Für Einsteiger und Fortgeschrittene**

**Leseprobe!**





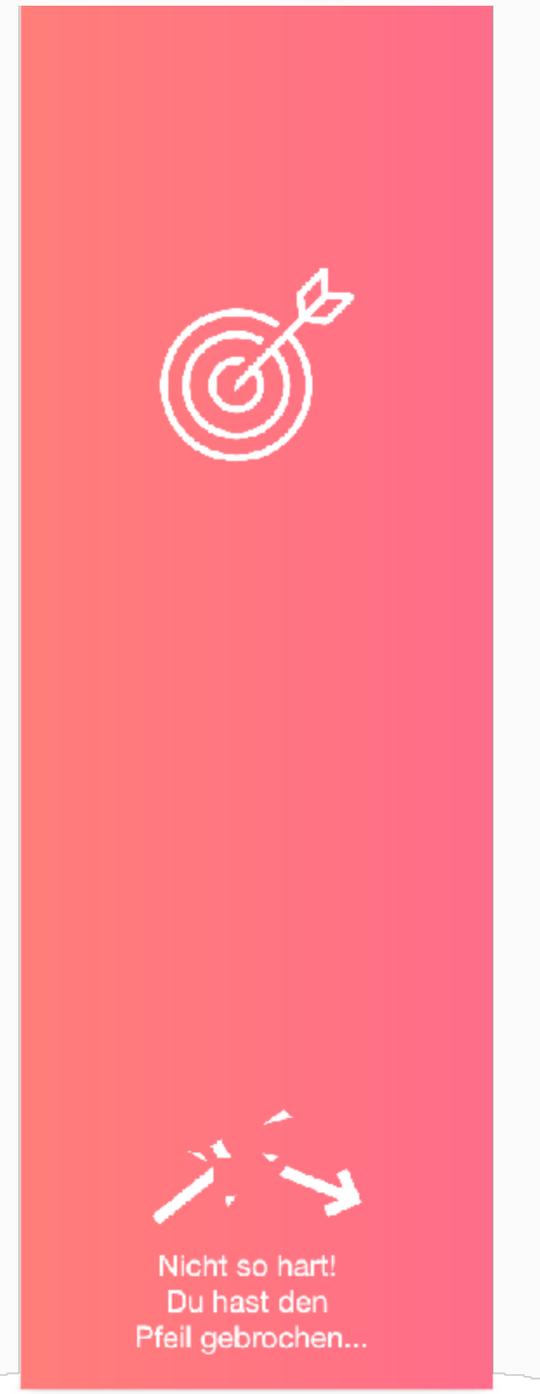
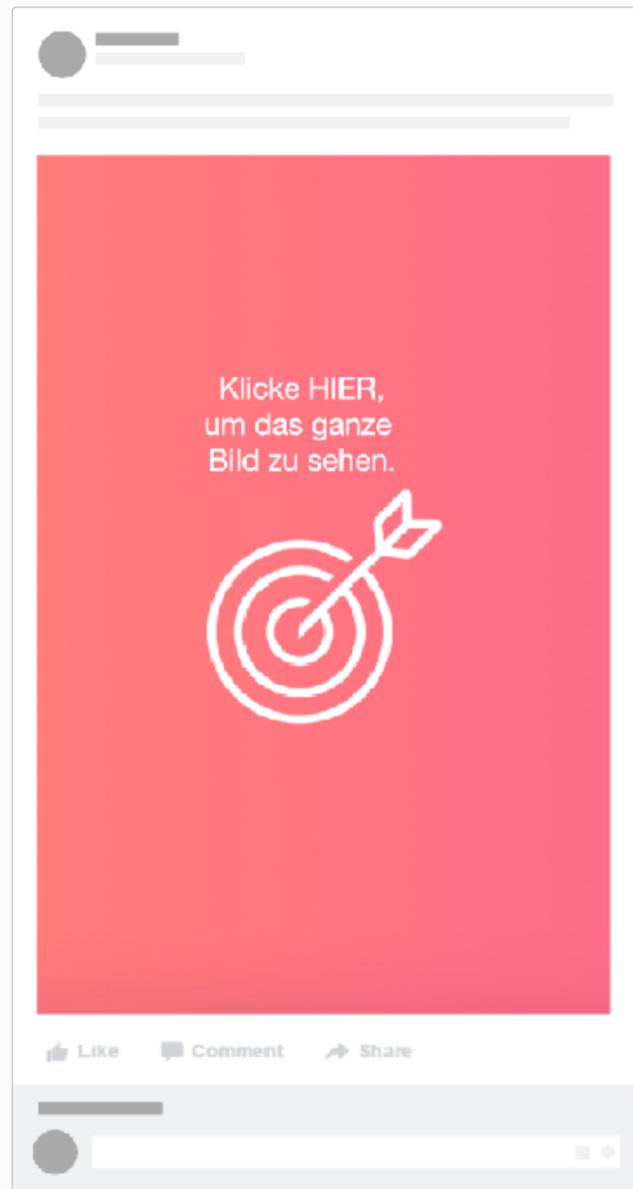
Bevor Menschen auf Facebook 3D-Posts generieren konnten, hat die Menschheit einige Zeit vorher herausgefunden, wie man 3D-Effekte in Beiträgen simulieren kann. In Jesus Díaz von Gizmodos Worten heißt es: „GIFs verwenden Schärfentiefe (Bereichsschärfe) und grafische Elemente für ihre Wirkung, genau wie viele klassische Gemälde. Die weißen Linien definieren die Ebenen, in der sich der Bildschirm befindet - um eine mentale Trennung zwischen dem Hintergrund, der Mittelebene und dem Vordergrund zu schaffen. Kombiniert mit dem Fokus der Kamera auf den Vordergrund und dem verschwommenen Hintergrund denkt das Gehirn, dass Dinge aus dem Bildschirm springen.“

#### BEISPIELE

[BEISPIEL](#)[BEISPIEL](#)[BEISPIEL](#)[BEISPIEL](#)

Leseprobe!

# KLICKEN FÜR VOLLBILD



Dieses Format nutzt Facebooks maximale Bildgrößen Beschränkung, die für Bilder im Newsfeed gilt. Diese maximale Größe gilt jedoch nicht, wenn das Bild durch Anklicken aufgerufen wird.

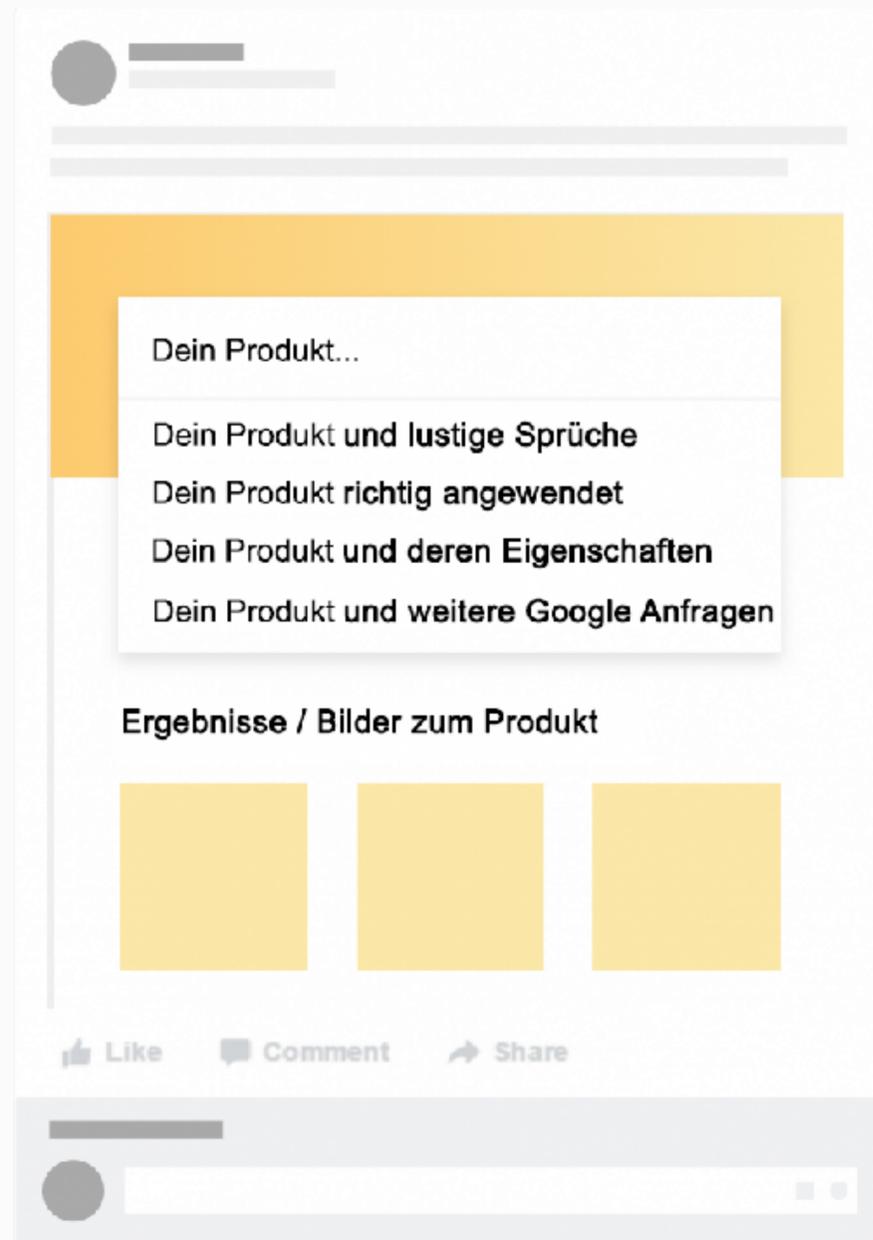
**SPEZIELLER TIPP:** Legen Sie das Bild in der empfohlenen Größe von 1200x3070 Pixel an. Facebook schneidet das Bild in der Vorschau automatisch auf 1200x1800 Pixel zu.

## BEISPIELE

BEISPIEL

BEISPIEL

Leseprobe!



Haben Sie schon einmal eine Suche bei Google gestartet und hatten das Gefühl, als könnte Google Ihre Gedanken lesen? Nun, das hier ist das kreative Format, das diese Einblicke für Ihre Marke nutzt. Schauen Sie in den Beispielen nach, um ein besseres Bild hiervon zu bekommen.

#### BEISPIELE

BEISPIEL

BEISPIEL

Leseprobe!



Dieses Format wird in der letzten Zeit oft verwendet. Wenn Sie Ihre Meinung öffentlich zeigen möchten, wo es z.B. keine Chance auf die Antwort „Nein“ gibt, kann es lustig und geschickt eingesetzt werden. Der Vorteil an diesem Format ist, dass Sie es mit jeder Branche in Verbindung bringen können.

#### BEISPIELE

BEISPIEL

BEISPIEL

Leseprobe!



# FÜLLEN SIE DIE \_\_\_\_\_



Ein weiterer Oldie. Dieses Format lässt Sie wissen, was die Leute über ein bestimmtes Thema denken mit dem Ihre Marke verwandt ist. Es ist eine gute Möglichkeit für eine offene Umfrage. Auf eine unterhaltsame Weise werden Ihre Fans daran teilnehmen und es sogar genießen. Lassen Sie z.B. von den Usern einen Namen für Ihr Produkt vorschlagen oder erraten.

## BEISPIELE

BEISPIEL

BEISPIEL

BEISPIEL

BEISPIEL

BEISPIEL

BEISPIEL

BEISPIEL

BEISPIEL

Leseprobe!





## MEHR DAVON?

- ✓ **Vergessen Sie Ihre Content-Sorgen!**
- ✓ **82 Inspirationsquellen mit konkreten Beispielen in einem E-Book**
- ✓ **Beitragsideen für mehr als 1 Jahr**
- ✓ **Für Einsteiger und Fortgeschrittene**



**Jetzt das komplette E-Book kaufen!**

