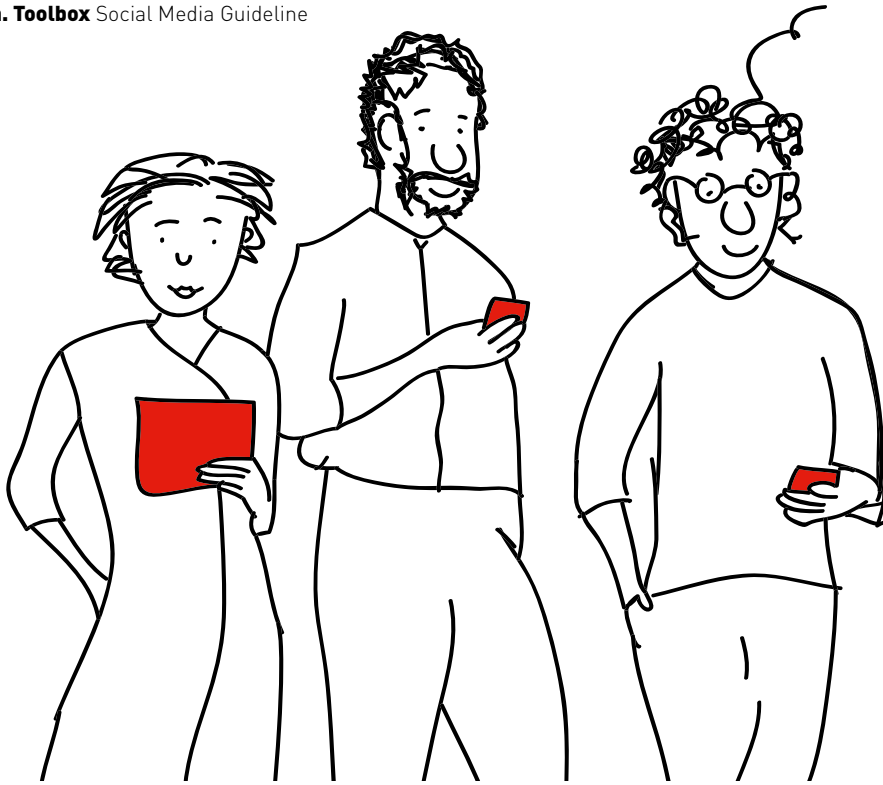




# Die Versicherungsagentur und Social Media

Die Versicherungsagentur ist das größte Netzwerk an Versicherungsunternehmen in Österreich. Auch im Bereich der sozialen Medien. Profitieren Sie davon, vernetzen Sie sich mit der Dachmarke und informieren Sie Kunden, Partner und Menschen in Ihrer digitalen Umgebung über Ihre Kompetenzen.

Diese Guideline enthält Informationen rund um den Aufbau von Profilen und der Nutzung von sozialen Medien, konkrete Musterpostings zu ausgewählten Themen und Praxistipps zur Verwendung von Fotos und Videos sowie zur Förderung des Wachstums Ihrer Community.



# Welche sozialen Medien sind sinnvoll?

Online-Werbung trägt in Zeiten der Digitalisierung einen wichtigen Teil zum Erfolg von Unternehmen und Angeboten bei. Soziale Medien bieten raschen Zugang zu einem beachtlichen Teil der Gesellschaft.

Welchen Social Media-Kanal Sie für Ihr Unternehmen wählen, entscheiden Sie anhand Ihrer Affinität zum Kanal, Ihrer zeitlichen, personellen und budgetären Ressource sowie Ihrer Themenverfügbarkeit für regelmäßige Postings.

Facebook hat in Österreich mit mehr als 5,4 Millionen Nutzern (Stand Februar 2023) die höchste Reichweite und deckt Ihre Zielgruppe (Durchschnittsalter ca. 40 Jahre) ideal ab.

LinkedIn (Schwerpunkt Business, 1,9 Millionen Nutzer, Stand Dezember 2022) richtet sich an eine breite B2B-Community und ist für Sie als Versicherungsagentur sicherlich relevant.

Auf Instagram (2,9 Millionen Nutzer, Stand Jänner 2023) sprechen Sie eine junge Community an. Hierfür benötigen Sie gutes Bildmaterial.

TikTok, Twitter oder Snapchat eignen sich durch die Fokussierung auf mediale Inhalte für Ihre Social Media-Kommunikation nur bedingt.

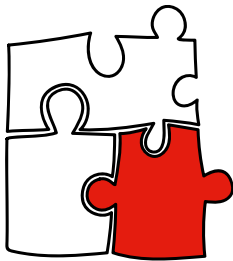
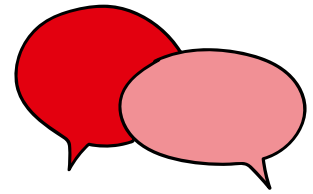
## **Sie sind bereits auf Social Media aktiv?**

Dann ist diese Guideline ab Seite 4 für Sie interessant. Wenn Sie gerade in die Social Media-Welt eintauchen, lesen Sie hier weiter.

### Aufbau & Start

Für den Start Ihrer Social Media-Seite stehen Ihnen auf den jeweiligen Portalen Assistenten und Anleitungen zur Verfügung. Nutzen Sie diese Unterstützung. So sind Sie gut serviert und technisch immer am neuesten Stand.

Füllen Sie beim Erstellen Ihrer Seite alle Text-, Adress- und Erklärungsfelder genau aus. Das hilft Ihnen beim Aufbau einer Fan-Community. Je konkretere Angaben Sie machen, desto eher ist die Seite für Ihre Zielgruppe relevant.



### Bilder sprechen Bände

Für Ihren Onlineauftritt benötigen Sie gute Bilder. Wichtig ist ein passendes Titel- und Profilbild. Als Titelbild eignet sich etwa ein Teamfoto, als Profilbild Ihr Agenturlogo. Für Postings stehen Ihnen Illustrationen der Website „Echt. Sicher. Sein.“ zur Verfügung. Diese finden Sie in der Echt. Sicher. Sein. Toolbox unter Illustrationen zum Download.

Sind Ihre Seite und Ihr Profil eingerichtet, können Sie mit kontinuierlichen Postings und Aktivitäten beginnen.

### Content, Content, Content – erste Beiträge

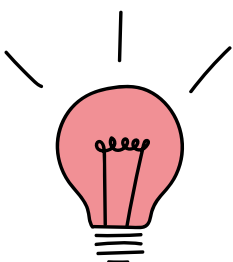
Versorgen Sie Ihre User mit kurzen und knackigen Inhalten. Setzen Sie auf einen Mix aus Emotion und Information. Nehmen Sie sich zur Vorbereitung Zeit, besuchen Sie Seiten anderer Agenturen oder Versicherungen – so bekommen Sie ein Gefühl für die richtigen Inhalte und können einen guten Mix an Inhalten entwickeln.

Dieser besteht aus Informationen rund um Personen, Ihr Team und Partner sowie Produkte, Angebote und Aktionen und wird mit Foto- und Videomaterial ergänzt. Fotos und Videos steigern die Reichweite Ihrer Beiträge. Tipps und Tricks zu Fotos und Videos finden Sie unter „What you see is what you get – Fotos & Videos auf Social Media“.



### Posting-Grundlagen

Jedes Posting besteht aus zwei bis drei Sätzen und einem Medium (Foto, Video). Verwenden Sie Hashtags (z. B. #echtsichersein), um Themen zu besetzen. So stellen Sie sicher, dass Ihre Inhalte unter den von Ihnen gewünschten Themen gefunden werden.



# Musterpostings

Die folgenden Musterpostings dienen als Vorlagen und Inspiration für Beiträge auf Ihren Social Media-Kanälen. Magenta markierte Textstellen müssen Sie individuell ausfüllen – abgestimmt auf Ihr Unternehmen bzw. die Veranstaltung, die Sie bewerben möchten.

## Musterposting 1

Start in die Rad-Saison

Der Frühling naht in großen Schritten – Zeit, um das Bike auszuwintern. Denken Sie dabei jetzt an die richtige Versicherung. Mit speziellen Unfallprodukten oder eigenen E-Bike-Versicherungen können Sie beim Biken immer Echt. Sicher. Sein. Wir beraten Sie gerne und freuen uns auf Ihre Nachricht!

Agenturname, E-Mailadresse, Telefonnummer

#echtsichersein #versicherung #radversicherung

## Musterposting 2

Herzlich willkommen im Team, Sarah!

Sarah Musterfrau ergänzt seit heute unser Agenturteam. Sie ist Ihre Ansprechpartnerin in allen Versicherungsfragen und Ihre Expertin für Kfz-Anmeldungen. Herzlich willkommen, Sarah – schön, dass du bei uns bist!

Kontaktieren Sie Sarah Musterfrau jetzt!

Agenturname, E-Mailadresse, Telefonnummer

#echtsichersein #versicherung #team #topjob

# From Zero to Hero: So wächst Ihre Social Media-Präsenz

So beeinflussen Sie den Erfolg Ihrer Social Media-Kanäle positiv:

- Bespielen Sie Ihre Seiten regelmäßig. Kontinuität ist wichtig (mind. zwei Postings im Monat).
- Qualität geht über Quantität. Posten Sie besser jede Woche ein geplantes Posting, als täglich ungeplanten Content.
- Legen Sie einen Contentplan an. So arbeiten Sie zielgerichtet und ressourcenschonend.
- Steigern Sie die Community. Laden Sie Ihre Mitarbeiter und Freunde auf Ihre Seite ein.
- Machen Sie Ihre Kunden auf Ihre Seiten aufmerksam (Social Media-Icons auf Visitenkarten, persönliche Infos, Newsletter, ...).
- Bewerben Sie Ihre Veranstaltungen via Social Media.
- Sie haben ein Werbebudget? Setzen Sie es zielgerecht auf Social Media zur Erreichung Ihrer Zielgruppen ein.
- Interagieren Sie mit Ihren Usern. Beantworten Sie Kommentare und Anfragen zeitnah.
- Animieren Sie Ihre User zu Interaktionen auf Ihrer Seite (Kommentare, Teilen, Liken, ...).
- Achten Sie darauf, dass Ihre Postings auch auf mobilen Geräten (Smartphones, Tablets, ...) funktionieren. 80 % der Nutzer sehen Ihren Social Media-Auftritt mobil.

# Veranstaltungen auf Social Media bewerben

Sie feiern ein Jubiläum, veranstalten einen Vortrag oder laden zum Tag der offenen Tür? Bewerben Sie Ihren Event auf Social Media.



- Beginnen Sie je nach Plattform und Zielgruppe zum ehest möglichen Zeitpunkt mit der Bewerbung. Legen Sie eine Veranstaltung an (z. B. auf Facebook) und laden Sie die Personen gezielt ein oder veröffentlichen Sie Themenpostings und Reels zur Veranstaltung, um die Zielgruppen rechtzeitig darauf aufmerksam zu machen.
- Je näher die Veranstaltung rückt, desto regelmäßiger machen Sie auf Ihren Social Media-Kanälen darauf aufmerksam.
- Zur Bewerbung gehören natürlich die Eckdaten der Veranstaltung (Datum, Ort, Thema). Um das Interesse zu steigern, machen Sie in einzelnen Postings auf verschiedene inhaltliche Aspekte der Veranstaltung (wie z. B. Vortragende, Musik, Unterhaltungsprogramm) aufmerksam.
- Für besondere Spannung sorgt ein Countdown, eine Frage oder ein Gewinnspiel zur Veranstaltung.
- Mit einem Nachbericht über die Veranstaltung (inkl. Fotos) sorgen Sie für noch mehr Interesse auf Ihrem Social Media-Kanal – bei Ihren Gästen und der gesamten Community.

# What you see is what you get – Fotos & Videos auf Social Media

Inhalte ohne Foto oder Video erreichen bei den Algorithmen der sozialen Medien eine geringere Reichweite. Posten Sie deshalb unbedingt immer mit einem Blickfang – Foto oder Video! Die höchsten Reichweiten erzielen Sie mit Fotos, auf denen Menschen zu sehen sind.

Videos sind auf Social Media besonders beliebt. Klassische Videos eignen sich auf Facebook und LinkedIn für die Verbreitung Ihrer Kernbotschaften, Praxistipps oder für die Vorstellung Ihrer Leistungen. Kurze Reels (max. 60 Sekunden) können Sie zur Unterhaltung einsetzen.

Die Bespielung großer Video-Plattformen, wie etwa YouTube, ist nur bei Imagefilmen oder längeren Videoformaten sinnvoll. Diese Plattformen entwickeln sich immer mehr in Richtung Streamingplattformen.



### **Tipps zur Nutzung von Fotos auf Social Media**

- **Persönlichkeitsrechte:** Stellen Sie sicher, dass Personen, die auf dem Foto zu erkennen sind, auch mit der Nutzung und Veröffentlichung einverstanden sind. Halten Sie dieses Einverständnis schriftlich fest.
- **Urheberrechte:** Achten Sie darauf, dass Sie nur Fotos verwenden, die Sie auch sicher verwenden dürfen. Wenn Sie Fotos beim Fotografen beauftragen und erwerben oder Fotos von online-Datenbanken kaufen, stellen Sie immer sicher, dass Sie die Bilder auch online ohne Einschränkungen verwenden dürfen.
- **Copyright:** achten Sie auf korrekte Copyright-Angaben der Fotos.
- **Qualität:** Auf Social Media zählt die Idee, nicht immer die Qualität. Ein schneller Schnappschuss mit lustigem Motiv (vom Team, beim Ausflug, bei der Arbeit etc.) weckt trotz niedriger Fotoqualität oft viel mehr Emotionen und damit auch Interesse als ein professionelles Foto.

### **Tipps zur Nutzung von Videos auf Social Media**

- Nutzen Sie zur Videoerstellung ein Smartphone mit hoher Auflösung. Wichtig sind ein gutes Bild und vor allem ein guter Ton. Nutzen Sie dafür bei größeren Entfernungen oder bei einem Gespräch zwischen mehreren Personen ein zusätzliches Mikrofon.
- Achten Sie beim Filmen auf eine störungsfrei vorbereitete Umgebung und gute Belichtung.
- Das klassische Videoformat ist traditionell quer (z. B. 16:9). Auf Social Media (und dessen Nutzung am Smartphone) werden Videos auch vermehrt im Hochformat erstellt. Für Ihr Videoformat ist daher das Portal, auf dem es erscheint, relevant:
  - Videos für Facebook, Instagram & LinkedIn: empfohlen im Hochformat (idealerweise 4:5)
  - Videos für YouTube oder TV-Beiträge: 16:9
- Bei Videos nutzt man primär eine Kombination aus Bild und Ton. In vielen Fällen (Arbeitsplatz, öffentliche Verkehrsmittel etc.) verzichten User allerdings auf den Ton. Ergänzen Sie Ihre Videos deshalb mit optischen Hilfsmitteln (Flipcharts, Taferl, Slides, ...) oder mit Untertiteln. Facebook & Co bieten diese Services bereits optional an, das Ergebnis ist aber oft noch nicht ideal.
- Wenn Sie ein Video posten, nutzen Sie alle angebotenen Möglichkeiten der Social Media-Plattform. Beispielsweise die Implementierung von Überschriften, Erklärungstexten und Hashtags in die Veröffentlichungsmasken sowie die Auswahl eines „knackigen“ Vorschaubildes, das Ihre User anspricht.

**Viel Erfolg bei**  
**der Umsetzung!**