

Checkliste

Was muss ich bei der Veröffentlichung auf den unterschiedlichen Kanälen beachten?

Digital

Die Webseite

Die Webseite ist die Basiskommunikation im Internet. Dort hat man im Gegensatz zu den sozialen Medien alle Fäden in der Hand. Wichtigste Herausforderung: Über die Suchmaschine gefunden werden. Bei der Veröffentlichung von Texten sollte darauf geachtet werden, dass sogenannte **Keywords** in den Texten und Überschriften vorkommen. Das sind Wörter, die Menschen in Suchmaschinen eingeben. Einfachste Orientierung zu Einstieg: Wer beispielsweise in Google ein Wort eingibt, bekommt meist verschiedene Vorschläge (Google-Suggest-Funktion) von ähnlichen Wörtern, die schon gesucht wurden.

Außerdem sollten Texte nicht zu kurz sein, um echten Mehrwert zu bieten. Etwa **2000 Zeichen** sind ein guter Näherungswert. Darüber hinaus steigern **Verlinkungen** die Attraktivität der Webseite.

Soziale Medien

Visualisierung gewinnt auf Facebook oder Instagram. Also **Bilder, Grafiken o.ä.** Dazu geben wir kurze **Informationen, anregende Überschriften und sogenannte Hastags** (Schlagworte) – fertig ist der Social-Post.

Aber merke: es gibt nicht die Themen, die bei jedem und immer funktionieren. Es kann vorkommen, dass ein Bild, von dem man dachte, das ist der Knaller, gar nicht läuft. Kein Problem. Aus Fehlern lernt man, seine Zielgruppe zu verstehen. **Ausprobieren** ist daher wichtig.

Außerdem beachtenswert ist der **Zeitpunkt** der Veröffentlichung. Wann arbeitet deine Zielgruppe? Wann entspannt sie? Wer einen Post absetzt, wenn keiner der Follower online ist, wird nicht viel erreichen.

Analog

Zeitschrift

Der wesentliche Unterschied von einer Zeitschrift zu einer Webseite oder einem Online-Post ist die Absicht des Lesers. In einer Zeitschrift möchte sich der Leser/in führen lassen. Im Internet sucht er eher gezielt nach Informationen. Beim Lesen der Zeitschrift ist er dagegen schon überzeugt, aufnahmebereit, will sich entspannen und hat Zeit. Bieten Sie daher hier **Hintergrundtexte** an, die auch länger sein können.

Das Format bietet die Möglichkeit für ästhetische Ruhe. Ergänzen Sie Ihre Inhalte daher um Fotos, Bilder, Grafiken o.ä., die die Perspektive des Textes erweitert und die Geschichten des Heftes um weitere Aspekte ergänzen. Nutzen Sie die **Bilder als Informationsmedien**. Sie sind kein Beiwerk.

Flyer, Broschüren etc.

Bei Flyern, Broschüren o.ä. steht der konkrete Nutzen des Lesers im Vordergrund. Wählen Sie hier **kurze Texte und eindeutige Überschriften** für eine klare **Leserführung**.

Geben Sie klare **Handlungsanweisungen** und arbeiten Sie zur besseren **Übersichtlichkeit** etwa mit gestalteten Listen.