

Main-Post

auf Social Media

Wer ist die Main-Post

- Gehören zur Augsburger Allgemeinen
- 7 Lokalredaktionen + Sport + Investigation
- 100 Redakteur*innen
- Arbeiten online first
- Online, Print, Social, (Audio)

Aufbau Social-Team

- Digital Management
 - Social Schicht (Julia +)
 - Kümern sich um weitere digitale Aufgaben
 - 4 Personen (3 Vollzeit) + Werkstudis
- Redakteur*innen als Video-Lieferanten
- TikTok (noch) Sonderstellung
 - Mischung aus Digital-Team + Lokalredaktion + Mediengestalter
 - Keine Vollzeitkraft
- Podcast-Team
 - 5 Personen, keine Vollzeit

Welche Social-Media-Kanäle bespielen wir

- Facebook
 - Gruppen bespielen durch Lokalredaktion
 - Hauptaccount mit Linkpostings + Reels + Fotos
 - Reels gespiegelt von Instagram (1:1)
 - Slots pro Tag 4

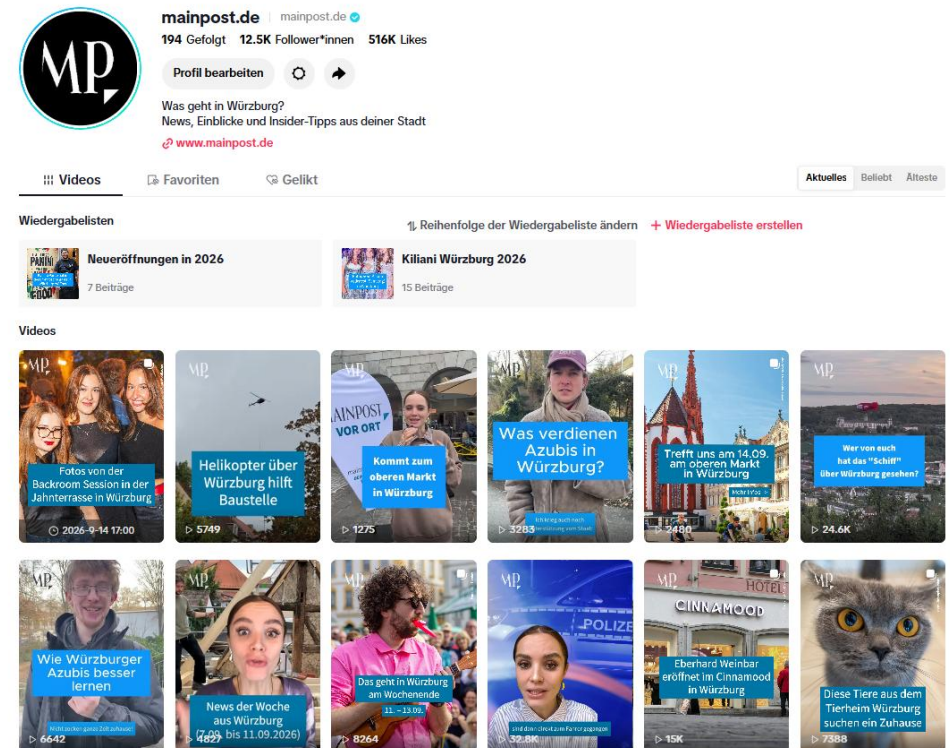
Welche Social-Media-Kanäle bespielen wir

- Instagram
 - Reels, Fotos, Einzelkachel, Karussell, Story
 - Nur 1 Account für gesamte Region
 - Slots pro Tag 3



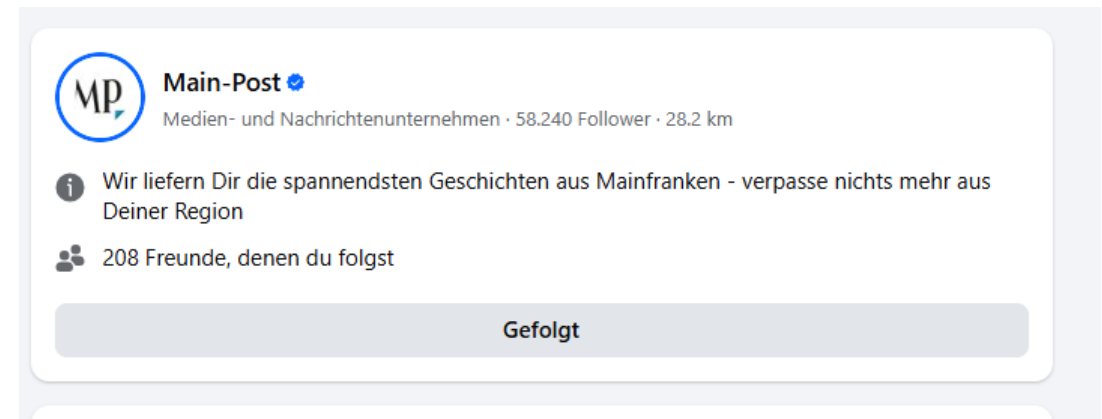
Welche Social-Media-Kanäle bespielen wir

- TikTok
 - Ein Account für Würzburg
 - Perspektivisch ein Account für Schweinfurt
 - Videos, Bilderpostings
 - Slots pro Tag 1



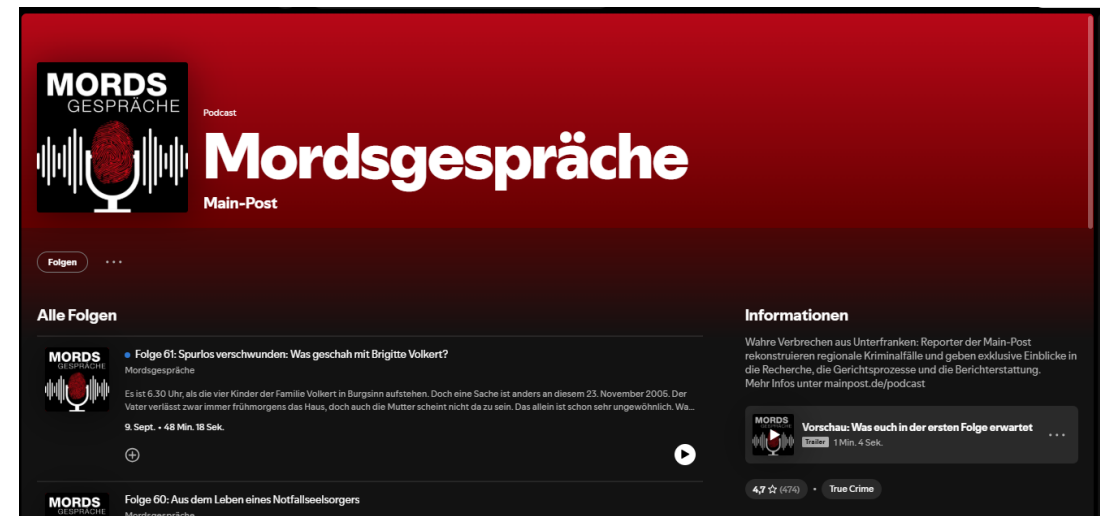
Welche Social-Media-Kanäle bespielen wir

- YouTube
 - Audiopodcast
 - Nicht redaktionelle Inhalte
 - Keine festen Slots



Welche Social-Media-Kanäle bespielen wir

- Podcast
 - Spotify, Apple, Podcast.de
 - Keine festen Slots



TikTok mit Gesicht?

- Für uns keine Frage
- Passt zu unserem Ziel auf TikTok
 - neue Zielgruppen direkt ansprechen
- Persönlich und nah
- Antwort auf: Wer ist die Main-Post?
- Erfahrung:
 - Macht großen Unterschied, auch bei der Performance der Beiträge
 - Macht Community Building viel einfacher

Wir berichten über...

- Nutzen Greenscreen als Darstellungsform
- Stellt automatisch Distanz zum Thema her
- Nutzen wir, wenn wir nicht vor Ort sein können oder direkte Nähe nicht herstellen wollen
- Erzeugt ein “wir berichten über”-Gefühl
- Aufwand gering
- z.B. Gericht, News, Blaulicht



Wir sind mitten drin...

- Klassische Content-Creator Darstellungsform
- Stellt direkte Nähe her
- Erzeugt ein „Wir sind dort, wo ihr seid“-Gefühl
- Macht Main-Post nahbar
- Funktioniert nur bei ausgewählten Inhalten
- z.B. Veranstaltungen, Blaulicht, Umfragen



TikTok mit Gesicht? - Learnings

- Zielgruppe hat klare Ansprechpartnerin – wirkt sich auf Kommentare aus
- Schnell eine feste Community aufgebaut
- Personifizierung sorgt für Vertrauen, Transparenz
- Wir sind auf TikTok so nah an den Menschen wie sonst nirgends mit der MP
- Umfragen und Personifizierung erzeugt positive Emotionen bei Leuten
- Journalist*innen als Marke