



# Merkblatt

## Soziale Medien

Kommunikation in der digitalen Welt



### Social Media | Soziale Medien

Der Begriff bezeichnet die Gesamtheit der digitalen Technologien und Medien wie Weblogs, Wikis, soziale Netzwerke u. Ä., über die Nutzer:innen miteinander kommunizieren und Inhalte austauschen können. Die Bedeutsamkeit der Sozialen Medien hat ein neues Höchstmaß erreicht. Wir leben in einer digital affinen Welt, in welcher die Social Media Plattformen ein alltäglicher Begleiter sind. In der Onlinekommunikation zwischen Menschen sollte daher mit Bedacht agiert werden, wie man es „im echten Leben“ auch tun würde.



### Mehrwert für Vermietungsbetriebe

- **Mit Stammgästen in Kontakt bleiben**

Ein kurzer Gruß oder ein Foto vom Hof erinnert an den letzten Urlaub und hält die Verbindung auch außerhalb der Saison.

- **Neue Gäste gewinnen**

Viele Menschen suchen Urlaubsiddeen auf Instagram oder Facebook. Sichtbarkeit durch Hashtags wie #urlaubambauernhof oder Verlinkungen erhöhen die Reichweite.

- **Einblicke ins Hofleben geben**

Echte Eindrücke aus dem Alltag – Tiere, Ernte, Winterstimmung – wecken Emotionen und schaffen Vertrauen.

- **Ganzjährig präsent sein**

Zeigen Sie, was am Hof das ganze Jahr über passiert – so bleiben Sie auch in der Nebensaison im Gedächtnis.

- **Kostenloses Marketing-Werkzeug**

Social Media ist kostenlos und der Aufwand lässt sich gut planen. Vielleicht gibt es jemanden am Hof, der gerne fotografiert oder filmt – das macht es einfacher und natürlicher.



### Plattformen

Einer Hochrechnung zufolge soll sich die Gesamtzahl der aktiven Social-Media-Nutzer auf 5,24 Milliarden weltweit belaufen (Stand 2025).



*Onlinekommunikation wirkt nur dann, wenn Plattform und Inhalte zur Zielgruppe passen! Überlegen Sie, welche Personen Sie ansprechen möchten, einschließlich Alter, Geschlecht und Interessen. Wählen Sie dann die Plattformen aus, die Ihre Zielgruppe am wahrscheinlichsten nutzt.*



### Facebook

Facebook ist das **größte soziale Netzwerk** der Welt. Über 3,4 Mrd. Nutzer:innen verwenden die Plattform, um sich mit Freunden und Bekannten zu vernetzen und sich mit anderen Nutzer:innen auszutauschen. Neben privaten Personen können Unternehmen durch ihren Facebook-Auftritt sichtbarer werden und sich für Nutzer:innen präsentieren und positionieren.



### Instagram

Instagram ist ein soziales Netzwerk, das sich auf Bilder und Videos spezialisiert hat. Das heißt, dass man Fotos oder Videos mit Follower:innen und der Welt teilen, darauf mit Likes oder Kommentaren reagieren und Freunden oder anderen Personen folgen kann. Die Anzahl der Instagram-Nutzer:innen wird weltweit auf 2,3 Mrd. geschätzt.



### Ausblick | Trends

- Mit der Welle an KI generierten Inhalten ist es um so wichtiger, authentische Inhalte mit Mehrwert zu posten (Authentizität).
- Der aktuelle Trend geht in Richtung besserer Inhalte und weniger Werbung (Fokus Storytelling).



## 9 goldene Regeln

- Zuerst denken, dann posten

Überlegen Sie vor jeder Veröffentlichung, ob Ihr Beitrag angemessen und richtig ist. Im Zweifel fragen Sie jemanden um Rat oder warten Sie lieber ab.

- Schnell, authentisch, reaktiv

Reagieren Sie zeitnah auf Fragen und Kommentare – ehrlich, respektvoll und ohne Copy & Paste.

- Monitoring & Analyse

Behalten Sie Ihre Social-Media-Aktivitäten im Blick. Tools wie Meta Insights oder Fanpagekarma zeigen, wann und welche Inhalte am besten funktionieren.

- Mehrwert bieten

Geben Sie Ihren Followern gute Gründe, Ihnen zu folgen – mit nützlichen Informationen, Einblicken oder unterhaltsamen Beiträgen.

- Kein Spam

Qualität statt Masse: Posten Sie gezielt und respektieren Sie Ihre Community.

- Jedes Netzwerk ist anders

Passen Sie Ton und Inhalte an die jeweilige Plattform an, bleiben Sie dabei aber Ihrem Stil und Ihren Werten treu.

- Mit Nutzer:innen interagieren

Sprechen Sie Ihr Publikum direkt an und laden Sie zu Dialog und Erfahrungsaustausch ein.

- Transparenz zeigen & Fehler zugeben

Ehrlichkeit schafft Vertrauen. Offene Kommunikation kommt besser an als Vertuschen oder Ignorieren. Beispiel: Hoppla, Ziege Gerti auf Umwegen!

- Seien Sie sozial & authentisch

Zeigen Sie Menschlichkeit, helfen Sie anderen, geben Sie Credits für fremde Inhalte und kennzeichnen Sie Werbung oder KI-generierte Beiträge klar. Echtheit überzeugt am meisten.

## Datenschutz & Rechte

- Keine fremden Personen ohne Einverständnis zeigen.
- Eigene Fotos verwenden oder nur lizenzfreie Bilder mit Quelle.
- Nur Musik verwenden, die für kommerzielle Nutzung freigegeben ist. In Instagram gibt es dafür bspw. spezielle Audios (gekennzeichnet als „für kommerzielle Verwendung“).



## Dos

- Regelmäßig, aber ohne Stress

Lieber regelmäßig kleine Beiträge – etwa ein Foto pro Woche – als seltene große Postings.

- Wirkungsvolle Sprache

- Sie können durch nostalgische Inhalte – vertraute Bilder, alte Traditionen oder gemeinsame Erinnerungen – starke Emotionen wecken. Solche Beiträge sprechen das persönliche Kopfkino an und schaffen eine ganz persönliche Verbindung zwischen Ihrem Betrieb und den Nutzer:innen.

- **TIPP:** Nichts beschert mehr Kopfkino als der Appell an die eigene Erinnerung

- Weißt Du noch? | Wissen Sie noch?
- Das letzte Mal, als Sie so richtig entspannt waren?
- Ihr Lieblingszimmer ist übrigens noch frei.
- Herausfinden, wie Sturm | Kernöl | Steirerkas schmeckt.
- Endlich wieder von Kuhglocken geweckt werden.

- Bilder | Videos betonen

- Gute Bilder lösen **Emotionen** aus.

- Bilder passen perfekt ins **kurze Aufmerksamkeitsfenster**, weil sie bis zu 400-mal schneller wahrgenommen werden als Text.

- überraschend anders, emotional, weitgehend selbsterklärend mit „Wow-Faktor“



## Dont's

- Verwenden Sie **Dialekt mit Maß** – so viel, dass er authentisch wirkt, aber trotzdem leicht verständlich bleibt. Zu viel Dialekt kann Missverständnisse verursachen und dafür sorgen, dass Inhalte überlesen oder falsch verstanden werden.

- Wer nie **Danke** sagt oder Wertschätzung zeigt, fällt negativ auf – denn Menschen bemerken besonders das, was sie anderswo nicht (mehr) erleben: echte **Anerkennung**.

- Danke für Ihr Vertrauen

- Kombination Bild und Text - ohne Text bleibt es ein schönes Foto – mit Text wird daraus eine konkrete (Reise-)Idee und liefert echten Mehrwert für die Nutzer:innen.



## Kontakt

### Landwirtschaftskammer Steiermark

Fachberatung bäuerliche Vermietung

### Obersteiermark

Dipl.-Päd. Ing. Maria Habertheuer

Tel.: 03612/22531-5133, maria.habertheuer@lk-stmk.at

### Süd-, Ost- und Weststeiermark

Ines Pomberger, Bsc

Tel.: 03172/2684-5615, ines.pomberger@lk-stmk.at

## Impressum

Für das Gesamtkonzept: Ines Pomberger, Bsc. - LK Steiermark

Für den Inhalt: Ines Pomberger, Bsc. - LK Steiermark, Elisabeth Radlingmaier, MA., - UaB Steiermark

Quellen: Nutzerdaten 2025 (Statista.de), Helge Sobik Storytelling

Community Regeln (META Platforms, Inc. | meta.com)

→



**Ikberatung**  
Steiermark

Stand: November 2025