Forschen. Beraten. Umsetzen.

Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH

Social Media mit Strategie – erfolgreich posten & lokale Netzwerke aktivieren

Birgitt Wachs (Geschäftsführerin GMA)
Sascha Diemer & Stina Burgard (Zentrenmanager GMA Köln)

September 2025

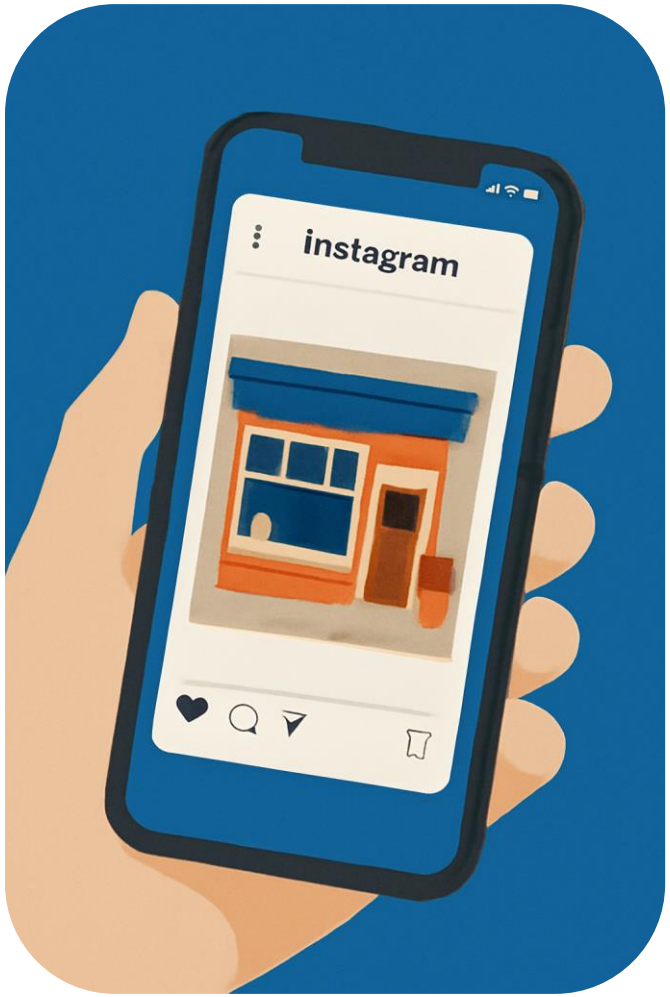
HINTERGRUND

Warum ist Social Media für lokale Betriebe wichtig?

Immer mehr Menschen informieren sich über Facebook, Instagram oder Google, bevor sie ein Geschäft besuchen. Für kleine Läden, Cafés oder Dienstleister ist es daher entscheidend, dort präsent zu sein – nicht mit Hochglanzkampagnen, sondern mit echtem, lokalem Inhalt.

Was bedeutet „Social Media gezielt nutzen“?

Statt planlos zu posten oder lange nichts zu veröffentlichen, hilft ein einfacher Redaktionsplan. Mit wenigen Inhalten, wiederverwendbaren Formaten und persönlichen Einblicken lassen sich ganz einfach Reichweite und Vertrauen aufbauen.



Grafik: KI-generiert

VORTEILE

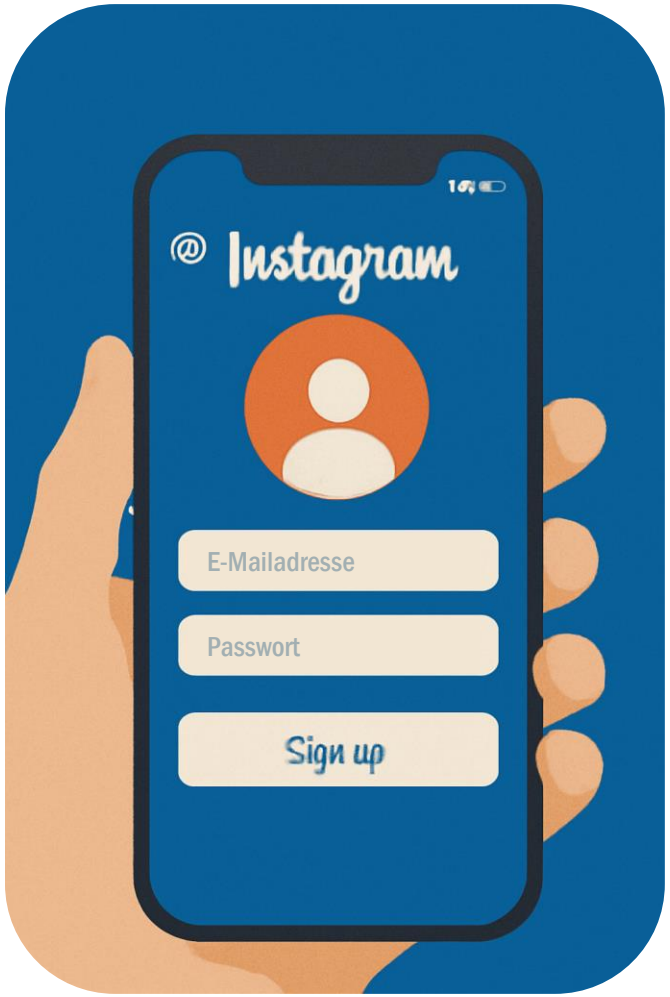
Was bringt mir das konkret?

- Kund:innen wissen, dass Sie geöffnet haben oder etwas Neues anbieten
- Sie bleiben im Gespräch und werden weiterempfohlen
- Lokale Sichtbarkeit z. B. durch Hashtags wie #frechenlebt steigt
- Mehr digitale Laufkundschaft und direkte Nachrichten

Grafik: KI-generiert

SO FUNKTIONIERT'S – IN 5 EINFACHEN SCHRITTEN

1. Entscheiden Sie sich für 1 bis 2 Kanäle (z. B. Facebook, Instagram, WhatsApp)
2. Erstellen Sie ein kostenloses Geschäftskonto
3. Planen Sie Beiträge: Einblicke, Team, Angebot, Aktion
4. Nutzen Sie einfache Tools wie Canva oder Meta Business Suite
5. Interagieren Sie mit Kund:innen – ein Like oder Kommentar wirkt Wunder



Grafik: KI-generiert

WELCHE PLATTFORM FÜR WELCHEN ZWECK?

- Gut für Veranstaltungen, Gruppen, lokale News
- Ideal für inhabergeführte Läden, Handwerk, Dienstleistungen
- Zielgruppe: eher 30+

- Ideal für Bilder, Produkte, Storys
- Gut für Einzelhändler:innen, Cafés, kreative Betriebe
- Zielgruppe: eher jünger (20 - 45 Jahre)

- Direkter Draht zu Kund:innen
- Schnell Produkte oder Termine mitteilen
- Ideal für Stammkundschaft & Services

Empfehlung: Weniger ist mehr: 1-2 Plattformen reichen, wenn sie gut gepflegt sind.

Wichtig: Regelmäßigkeit, Ehrlichkeit, Persönlichkeit.

Grafiken: KI-generiert

CHECKLISTE

1. Vorbereitung

- Ich habe ein Instagram- oder Facebook-Konto für mein Geschäft
- Ich habe 3 – 5 Bilder oder Themenideen vorbereitet (z. B. Produkt, Team, Angebot)
- Ich kenne Öffnungszeiten, Kontaktdaten, Standort

2. Zielgruppe & Kanäle wählen

- Meine Kund:innen nutzen Instagram oder Facebook
- Ich nutze WhatsApp Business für direkten Kundenkontakt

3. Inhalte posten

- Ich habe 1 Beitrag pro Woche geplant
- Ich nutze Hashtags wie #frechenlebt oder #meinfrechen
- Ich verlinke lokale Partner oder Orte

CHECKLISTE

4. Tool & Tipps

- Ich nutze Canva zur Gestaltung von Beiträgen
- Ich plane Beiträge mit Meta Business Suite
- Ich speichere Ideen für spätere Posts

5. Aktiv sein & vernetzen

- Ich reagiere auf Kommentare & Nachrichten
- Ich teile Beiträge von Partnern oder Aktionen der Stadt
- Ich nutze Social Media auch als Einladung ins Geschäft

Tipp: Lieber regelmäßig & einfach posten als gar nicht!

TYPISCHE FRAGEN & ANTWORTEN:

„Was soll ich posten?“

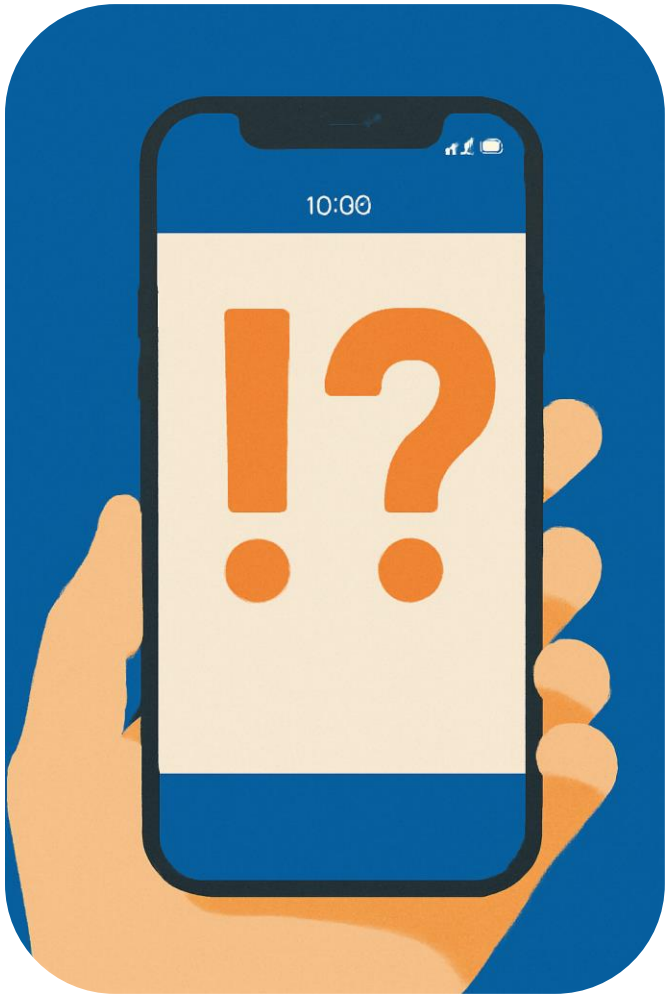
- Zeigen Sie echte Einblicke: Produkt, Menschen, Aktion.

„Wie oft muss ich posten?“

- 1–2x pro Woche reicht – Hauptsache regelmäßig.

„Was ist mit Kommentaren?“

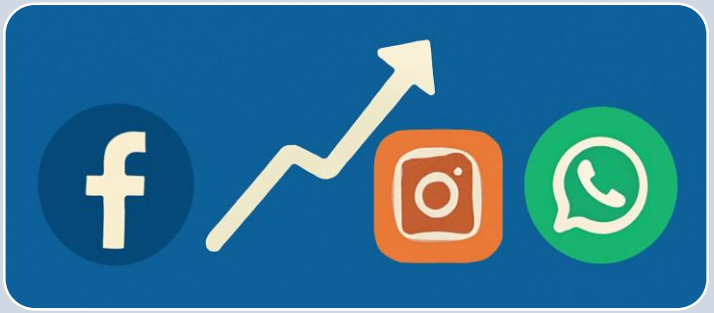
- Freundlich, offen, persönlich – genau wie im Laden.



Grafik: KI-generiert

UNTERSTÜTZUNG DURCH DAS ZENTRENMANAGEMENT FRECHEN

Content-Plan & Checkliste für regelmäßige Beiträge



Plattform-Vergleich (Facebook, Instagram, WhatsApp)

Beispielbeiträge und Beratung zur Planung

Grafiken: KI-generiert

GMA

Forschen. Beraten. Umsetzen.

Viel Spaß beim Posten!

GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Siegburger Straße 215
50679 Köln
Telefon: +49 221 989438-0
Mail: info@gma.biz