



Februar 2020

## Social Media Cheat Sheet

Facebook	Kommentar
Bild	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wenn nur ein Bild: 4:5 oder 1:1</li> <li>• Bild mit Link: Beim Einfügen eines Links wird automatisch eine Linkvorschau generiert; Bild 16:9. Link wieder aus dem Text löschen, sobald die Vorschau generiert wurde; die Vorschau bleibt. Wenn das Bild in der Linkvorschau nicht schön angezeigt wird, separat ein Bild hochladen.</li> </ul>
Video	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 4:5 oder 1:1 falls verfügbar (besser als 16:9)</li> <li>• Video falls passend einer Playlist zuordnen</li> <li>• Miniaturbild selbst hochladen (wichtig – ist das erste Bild, das man sieht)</li> <li>• Immer Untertiteln (mind. EN, idealerweise DE und EN)</li> <li>• Untertitel falls möglich separat hochladen (.srt)</li> <li>• Tags: mind. UZH, Universität Zürich, University of Zurich</li> </ul>
Text	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Post: Zweisprachig</b> Deutsch und Englisch</li> <li>• Wir sind i.d.R. per Du</li> <li>• Video: Englisch oder Deutsch nach Inhalt</li> <li>• Mit passenden Emojis arbeiten (etwas zurückhaltender als auf Instagram)</li> <li>• Personen oder Unternehmen mit @ markieren. Direkt im Text oder unterhalb.</li> </ul>
Hashtags	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Keine Hashtags verwenden</b></li> </ul>



<b>Instagram Post – im Feed immer sichtbar</b>	<b>Kommentar</b>
Bild (max. 10 pro Post) Video (max. 1 Min.)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Format 1:1 am einfachsten. Beste Visibilität: 4:5, aber auf Ausschnitt achten: Rand wird unten und oben im Feed abgeschnitten.</li><li>• Fotos wenn nötig vorher etwas bearbeiten</li></ul>
Text	<ul style="list-style-type: none"><li>• Wir sind i.d.R. per Du</li><li>• Mit passenden Emojis arbeiten</li><li>• Personen oder Unternehmen mit @ markieren; direkt im Text oder unterhalb</li><li>• Absatz: direkt nach dem Punkt «Enter» (kein Leerschlag nach dem Punkt oder Satzzeichen)</li></ul>
Hashtags	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>#uzh #universityofzurich</b></li><li>• Am Ende des Textes</li></ul>
Ort (wichtig: Geotagging)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Universität Zürich (Rämistrasse 71) oder Universität Zürich Irchel (Winterthurerstrasse 190)</li><li>• Wenn anderer Ort, dann dieser</li></ul>

<b>Instagram Stories – 24 h sichtbar</b>	<b>Kommentar</b>
Bild (9:16) Video (max. 15 Sek.)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Nicht zu viel Text</li><li>• Kreative Anwendung der verfügbaren Funktionen (Quiz, Boomerang, Slider, GIFs etc.)</li><li>• Wenn passend, UZH-GIFs verwenden</li></ul>
Für die Stories ist Folgendes wichtig: <ul style="list-style-type: none"><li>• Jemand, der noch nie vom Thema gehört hat, muss verstehen können, worum es geht.</li><li>• Klarer Anfang, klarer Schluss, wenn ein paar Stories thematisch zusammengehören.</li><li>• Wenn jemand direkt in die Kamera redet: Untertiteln, zumindest in Stichworten. Viele schauen die Stories ohne Ton.</li><li>• Vorher überlegen, wer die Stories teilen könnte und dann diesen Account in jeder Story markieren.</li><li>• Standort und einen relevanten Hashtag verwenden.</li></ul>	



LinkedIn	Kommentar
Bild	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wenn nur ein Bild: 1:1</li> <li>• Bild mit Linkvorschau: 16:9; Link wieder aus dem Text löschen, sobald die Vorschau generiert wurde</li> </ul>
Video (max. 10 Min.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Miniaturbild selbst hochladen (wichtig – ist das erste Bild, das man sieht)</li> <li>• Immer untertiteln (mind. EN)</li> <li>• Untertitel falls möglich separat hochladen (.srt)</li> </ul>
Text	<ul style="list-style-type: none"> <li>• i.d.R. per Sie</li> <li>• Keine Emojis</li> <li>• Personen oder Unternehmen mit @ markieren. Direkt im Text oder unterhalb.</li> <li>• Länge variieren für verschiedene Lesebedürfnisse</li> </ul>
Hashtags	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>#UZH immer verwenden</b></li> <li>• Je nach Thema ebenfalls: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ #UZHinnovation, #UZHentrepreneurship</li> <li>○ #UZHdigitalization, #digitalsocietyinitiative</li> <li>○ #UZHcareerservices, #UZHjobhub, #UZHInoc</li> <li>○ #Stadtuniversität, #visionirchel, #forumuzh</li> </ul> </li> </ul>

Twitter	Kommentar
Bild	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 16:9, bis max. 4 Bilder</li> </ul>
Video (max. 140 Sek.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 4:5 (Vorschau 1:1) oder 1:1 falls verfügbar</li> <li>• Videos bis 60 Sek. werden in Schleife wiedergegeben</li> <li>• <b>Erstes Frame = Miniaturbild</b> (wichtig – ist das erste Bild, das man sieht)</li> <li>• Immer untertiteln (eingebrannt)</li> </ul>
Text (max. 280 Zeichen)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• @uzh_ch Deutsch, @uzh_en Englisch, i.d.R. per Sie</li> <li>• Keine Emojis</li> <li>• <b>Personen oder Unternehmen recherchieren und mit @ markieren.</b> Direkt im Text oder unterhalb.</li> <li>• Wir kürzen Links nicht: Quelle besser nachvollziehbar, Link zählt nicht zu den 280 Zeichen.</li> </ul>
Hashtags	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2 bis 3 relevante Hashtags verwenden (nicht #UZH)</li> <li>• Sparsam direkt im Text; für bessere Lesbarkeit am Ende</li> </ul>
Interaktion	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kommentierte Retweets liken (reine Retweets nicht)</li> <li>• Bei Retweets sicherstellen, dass der Absender glaubwürdig ist und Kontext und Bezug zur UZH klar sind.</li> </ul>



Youtube	Kommentar
Video	<ul style="list-style-type: none"><li>• Miniaturbild/Thumbnail selbst hochladen (wichtig – ist das erste Bild, das man sieht)</li><li>• Immer untertiteln</li><li>• Untertitel falls möglich separat hochladen (.srt)</li><li>• Video einer passenden Playlist zuordnen</li><li>• Tags sind für die Suche zentral; darauf achten, dass es relevante, nicht zu generische Tags sind</li></ul>
Text	<ul style="list-style-type: none"><li>• Im Text auch die Keywords verwenden, die gesucht werden könnten.</li></ul>
Hashtags	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>#UZH und #UniversityofZurich immer verwenden</b></li><li>• Am Textende platzieren</li><li>• Max. drei Hashtags werden direkt über dem Titel angezeigt</li></ul>

### Generell gilt:

#### Der erste Satz zählt.

- Neugier wecken, inspirieren, überraschen, Nützliches vermitteln.
- Auf «Mehr» klicken nur die wirklich Interessierten.

Beispiel Event:

NICHT als ersten Satz verwenden: Am (Datum) fand an der UZH Anlass xy statt.

Sondern im ersten Satz erklären, was spannend war am Anlass, ein Highlight hervorheben.

Erst danach für die Interessierten erklären, welcher Anlass es war.

#### Klare, eindeutige Sprache.

- Kurze Sätze.
- Aktiv formulieren.
- Möglichst wenig Fachbegriffe.
- 4-Augen-Prinzip zur Kontrolle (z.B. Rechtschreiber): Nachträgliche Änderungen an einem Post werden vom Algorithmus «bestraft».

#### Fotos wenn nötig vorher bearbeiten.

- Smartphone: Direkt in der Foto-App oder zum Beispiel mit der App Snapseed

#### Bei Videos entscheiden die ersten Sekunden.

- Highlight am Anfang (muss ein «Scroll-Stopper» sein, kein Intro)
- UZH als Wasserzeichen rechts oben; UZH Abspann benutzen
- Videos direkt auf der Plattform hochladen