



Warum Unternehmen auf *Social Media* scheitern:



Die **9 größten Fehler** und wie
du sie vermeidest!



Über die **Autoren**

Unsere Reise bei social attention hat mit einer einfachen, aber wegweisenden Erkenntnis begonnen: In der Welt des Social Media Marketings zählt nicht das, was Marken und Unternehmen sagen wollen, sondern das, was die Zielgruppe sehen und hören will.

Seit dem Start unserer eigenen Social Media Kanäle setzen wir deshalb auf Valuetainment. Inhalte mit Mehrwert. Denn Content machen ist wie ein erstes Date: Wer nur von sich spricht, wird kein zweites Date erleben.

A photograph of two men in a professional setting. The man on the left, Dr. Aaron Brückner, is wearing a dark blue polo shirt and is pointing his right hand towards a laptop screen. The man on the right, Dominik Fisch, is wearing a dark blue sweater and is looking at the laptop screen. They are both smiling and appear to be in a collaborative meeting. The background is a bright, modern office with large windows and light-colored walls.

Dr. Aaron Brückner

Dominik Fisch

Inhalt:

1 *Ineffektive Content Strategie*


- #1 Kein Fokus auf Vertical Video
- #2 Kein roter Faden in den Inhalten
- #3 Keine Zielklarheit/fehlender Zielfokus

2 *Ineffektive Content Produktion*

- #4 Von Post zu Post denken
- #5 Zu geringe Frequenz
- #6 Videos sind nicht auf den Algorithmus optimiert

3 *Kein Fokus auf Zielgruppen relevante Inhalte*

- #7 Werbliche Inhalte stehen im Vordergrund
- #8 Social Storytelling fehlt
- #9 Kein klares Warum um dem Kanal zu folgen

 = strategische Fehler  = taktische Fehler



Strategischer Fehler 1



Strategischer Fehler 1

Ineffektive Content Strategie

Wer diesen strategischen Fehler begeht, baut sein Haus auf Sand. In der Konsequenz leidet die Social Media Präsenz unter geringer Reichweite und Engagement, da die Inhalte nicht die gewünschte Zielgruppe ansprechen oder fesseln. Das schwächt die Markenwahrnehmung und -loyalität, da potenzielle Follower, Kunden oder Talente keine relevante oder ansprechende Verbindung zu der Marke aufbauen.



Langfristig kann das Unternehmen sogar an Wettbewerbsfähigkeit verlieren, da Konkurrenten mit durchdachten Social Media Strategien die Aufmerksamkeit und das Vertrauen der Zielgruppe gewinnen.

Hebe JETZT dein Social Media Game auf das nächste Level!



Jetzt durchstarten



Taktischer Fehler #1

→ **KEIN Fokus** auf Vertical Video

Stell dir vor, du stehst in einem Raum voller Menschen, jeder erzählt seine Geschichte. Du hast eine wichtige Botschaft, die die Menschen berühren könnte, aber niemand reagiert. Warum? Weil du in einer Sprache sprichst, die niemand versteht.

So geht es vielen Unternehmen auf Social Media, denn Fakt ist: Das vertikale 9:16 Videoformat ist die aktuell **wichtigste Sprache auf Social Media**. Wenn du nicht lernst, deine Geschichten und Themen im 9:16-Format auszudrücken, ist es, als würdest du in einem fremden Dialekt reden – die breite Masse versteht dich nicht.

Das kann ernüchternd sein. Immerhin fließen viel Zeit, Energie und Mühe in die Produktion von digitalen Inhalte. Die harte Wahrheit ist, dass sie zum Scheitern verurteilt sind. Erst wenn vertikale Videos ein **wesentlicher Bestandteil** der Content- Strategie sind, kannst du die Herzen deiner Zielgruppe erreichen.



Tipp:

Überprüfe, wie euer Verhältnis von vertical Video zu nicht vertical Video Content ist. Schau dir dafür die letzten 20 Postings auf Instagram an - liegt der Wert über 50%? Ausbaufähig, aber damit lässt sich arbeiten.. ;-)

Taktischer Fehler **#2**

→ **KEIN Roter Faden** in den Inhalten

Stell dir vor, du stehst vor einem riesigen Ozean ohne Kompass oder Karte. Du setzt die Segel, doch wohin die Reise geht, weiß niemand so genau. Genau so fühlt es sich an, wenn Unternehmen in ihren Social-Media-Aktivitäten keinen klaren Kurs haben. Sie werden von jeder neuen Welle, sprich: von Trends und Hypes, mitgerissen und verlieren dabei die Richtung.

Das Marketingteam möchte die neuesten Social-Media-Trends aufgreifen, während die Produktabteilung auf ihre eigenen Interessen pocht. Wenn das noch der Vertrieb oder die Personalabteilung dazu kommen, entsteht am Ende ein wilder Mix aus Posts, die mal hierhin, mal dorthin zielen – ohne klare Linie, ohne roten Faden.

Doch hier liegt das wahre Problem:

Wer einfach nur irgendwas postet, erreicht auch nur irgendjemanden. Es entsteht keine Bindung, keine Identifikation. Die Marke verliert an Profil und das Publikum – irritiert von der Beliebigkeit – wendet sich ab.

Nur wer einen klaren Kurs verfolgt, kann sicherstellen, dass Vertrauen aufgebaut und Wiedererkennung geschaffen wird. Ein klarer roter Faden führt schließlich zu den Ergebnissen, die wirklich zählen.

Taktischer Fehler #3

→ **Keine Zielklarheit / fehlender Zielfokus**

Wie ein guter Trainer musst du Prioritäten setzen und dein Team auf das konzentrieren, was im Moment am wichtigsten ist. Nur so kannst du sicherstellen, dass deine Social-Media-Strategie wie ein gut eingespieltes Team funktioniert und am Ende das Spiel – und die Herzen deiner Zielgruppe – gewinnt.

i

Tipp:

Woran erkennst du, dass das, was du und dein Unternehmen auf Social Media macht, erfolgreich ist? Schreibe mindestens 3 Dinge auf und bringe sie in eine eindeutige Reihenfolge.





Strategischer Fehler 2

Strategischer Fehler 2

Ineffektive Content Produktion

Wer diesen strategischen Fehler begeht, landet im **Social Media Hamsterrad** - viel Anstrengung, aber kaum Fortschritt.

Da externe Erfolge ausbleiben, können auch interne Spannungen verursacht werden. Die verschwendeten Ressourcen – Zeit, Geld und kreative Energie – führen zu Frustration und Enttäuschung unter den Mitarbeitern. Teams geraten unter Druck, liefern dennoch keine Ergebnisse, was zu Schuldzuweisungen und internen Konflikten führt.

Schließlich fühlen sich die Verantwortlichen überfordert und demotiviert, was zu einer Abwärtsspirale aus sinkender Produktivität und schlechterer Qualität des Contents führt.

Hebe JETZT dein Social Media Game auf das nächste Level!



Jetzt durchstarten



Taktischer Fehler #4

→ Von Post zu Post denken

Wie heißt das Sprichwort? Übung macht den Meister. Richtig. Es heißt nicht, Perfektion macht den Meister. Viele Unternehmen agieren auf Social Media wie Perfektionisten. Sie posten zu selten. Nicht weil ihnen die Ideen fehlen, sondern weil sie zu viel Aufwand in die Produktion eines einzelnen Beitrags stecken. Doch das Problem ist: **Social Media ist ein Zahlenspiel** – es geht darum, regelmäßig präsent zu sein und mit einer höheren Frequenz zu posten.

Wer zu wenig oder zu unregelmäßig postet, büßt signifikant an potenzieller Sichtbarkeit ein. Darunter leiden die KPIs und wichtige Meilensteine werden verpasst. Das wiederum bestärkt die selbsterfüllende Prophezeiung: "Social Media funktioniert bei uns nicht." Nein, Moment: So wie ihr Social Media macht, funktioniert es nicht.

An dieser Stelle trennt sich die Spreu vom Weizen: Der Schlüssel liegt darin, **effizient zu produzieren** und so den Output zu maximieren. Nur so lassen sich ehrgeizige Social Media Ziele erreichen.



Tipp:

Wie viele Postings pro Woche wurden durchschnittlich auf eurem Kanal in den letzten 2 Monaten gepostet? Wenn wir über weniger als 4 Content Pieces sprechen, hat der Kanal ein Effizienz-Problem.

Taktischer Fehler #5

→ Zu geringe Frequenz

Stell dir vor, du läufst über den berühmten Hamburger Fischmarkt. Überall um dich herum gibt es Stände mit Waren, jeder Händler versucht, die Aufmerksamkeit der vorbeilaufenden Menschen zu erregen. Einer von ihnen hat ein unschlagbares Angebot zu frischem Lachsfilet, das er in einer bewegenden Geschichte verpackt, aber er beginnt so leise und unspektakulär zu sprechen, dass niemand stehen bleibt, um zuzuhören.

Dann gibt es einen anderen Händler. Er weiß genau, wie er die Leute packen kann. Schon von weitem hörst du seine kraftvolle Stimme, die dich neugierig macht. Während er über seine frisch gefangenen Garnelen spricht, steigert er die Spannung, hält deine Aufmerksamkeit fest und bringt dich dazu, bis zum Schluss zu bleiben. Du merkst gar nicht, wie die Zeit vergeht, und am Ende bist du so begeistert, dass du ein Kilo Garnelen kaufst und seinen Stand deinen Freunden weiterempfehlst.

Du willst dein Social Media Game auf das nächste Level heben?

Sichere dir jetzt 9:16 SPICE von Social Attention

Jetzt durchstarten



Taktischer Fehler #6

→ Videos **nicht** auf den Algorithmus optimiert

Auf Social Media ist es genauso. Viele Unternehmen veröffentlichen Videos, die wie der erste Händler beginnen – sie haben potenziell gute Inhalte, schaffen es aber nicht, die Zuschauer vom ersten Augenblick an zu fesseln. Die Videos werden nicht bis zum Ende angeschaut, und der Algorithmus merkt: Dieser Content kommt nicht an. Die Reichweite bleibt klein, und das Potenzial verpufft.

Der zweite Händler hingegen versteht, wie er die Aufmerksamkeit seiner Zielgruppe gewinnt und hält. Genau das ist es, was der Algorithmus liebt. Wenn Zuschauer ein Video bis zum Ende anschauen, signalisiert das, dass der Inhalt relevant ist – und plötzlich arbeitet der Algorithmus für dich. Dein Video wird immer mehr Menschen gezeigt, die **Reichweite wächst**, und dein Content erzielt den Erfolg, den er verdient. Die Kunst liegt darin, die Geschichte so zu erzählen, dass sie von Anfang an packt und bis zum Schluss begeistert.



Tipp:

Vergleiche den Anfang zwei unterschiedlicher Videos auf deinem Kanal. Wähle zum einen ein Video, das nicht gut performt hat, und zum anderen ein Video, das viele Aufrufe generiert hat. Worin liegt der Unterschied in den ersten 3 Sekunden der Videos?



Strategischer Fehler 3

Strategischer Fehler 3

Kein Fokus auf Zielgruppenrelevante Inhalte

Die harte Wahrheit: 95% aller Unternehmen auf Social Media verschenken enormes Potenzial, weil sie Social Media falsch nutzen.

Anstatt die Bedürfnisse und Interessen der Zielgruppe zu treffen und wertvolle Verbindungen aufzubauen, werden Inhalte produziert, die wenig Resonanz finden.

Dies führt nicht nur zu geringem Engagement und sinkender Reichweite, sondern auch dazu, dass das Unternehmen nicht als relevanter Akteur in der Branche wahrgenommen wird.



Taktischer Fehler #7

→ **werbliche Inhalte** stehen
im Vordergrund

Viele Unternehmen scheitern daran, ihre Inhalte so zu gestalten, dass die Zielgruppe wirklich interessiert ist. Stattdessen konzentrieren sie sich auf reine Werbebotschaften – wir nennen das **Content-Narzissmus**. Das Problem dabei? Werbung ist die falsche Sprache für Social Media. Social Media ist keine Einbahnstraße, sondern ein Dialog. Es geht darum, ins Gespräch zu kommen und echte Verbindungen zu schaffen.

Denke daran: Content ist wie ein erstes Date. Wenn du nur über dich selbst redest, wird es kein zweites Date geben. Genauso funktioniert es auf Social Media – wenn dein Content nur auf Selbstlob und Werbung basiert, wirst du die Aufmerksamkeit und das Interesse deiner Zielgruppe schnell verlieren. Stattdessen solltest du zuhören, Fragen stellen und Inhalte liefern, die für deine Zielgruppe wirklich relevant sind. Nur so kannst du eine langfristige Beziehung aufbauen und nachhaltig Erfolg auf Social Media haben.



Tipp:

Überlege dir, welche **3 Probleme** du in deinem Alltag für deine Zielgruppe vor kurzem gelöst hast und welche **3 Fragen** du von deiner Zielgruppe ständig gestellt bekommst. Erstelle daraus Content - das sind deine nächsten 6 Content Pieces!

Taktischer Fehler #8

→ Social Storytelling fehlt

Was gutes Storytelling auf Social Media ausmacht, weiß jeder! Glaubst du uns nicht? Dann nimm dein Smartphone und gehe auf Kanäle, deren Content du gerne konsumierst. Wenn du jetzt einzelne Beiträge genauer unter die Lupe nehmen würdest, wird dir irgendwann auffallen, warum du dir den Content gerne anschaust.

Zum Beispiel würdest du über eine Hook stolpern, die dich letztens angesprochen hat. Sie hat dich so sehr getriggert, dass du nicht weiter scrollen konntest, als dir das Video in deinem Feed ausgespielt wurde.

Die große Kunst ist es, genau diese Hebel zu bedienen: Was passiert in den ersten 3 Sekunden? Das ist der Moment, in dem du die Zuschauer fesseln musst.

Aber es hört hier nicht auf:

Wie platzierst du den Call-to-Action so, dass er nicht aufdringlich wirkt, sondern natürlich zum Handeln anregt? Und die Caption – oft unterschätzt – wie nutzt du sie, um noch mehr Engagement zu erzeugen?





Tipp:

Nehmen wir die Hook zum Start eines Videos auf einem Versicherungskanal als Beispiel:

- a)** In diesem Video erkläre ich dir die Wohngebäudeversicherung! ...
- b)** Du willst ein Haus kaufen? Auweia... Ohne DAS kann es teuer werden...

Spürst du den Unterschied?

a) klingt nach Referat in der Schule und erreicht die wenigen Menschen, die sich gerade in diesem Moment für das Thema Wohngebäudeversicherung interessieren.

Dagegen teasert

b) gezielt das Thema emotional an, provoziert deine Neugier und erreicht mit "Hauskäufern" potenziell viel mehr Menschen, als die, die sich für eine spezifische Versicherung interessieren.

Taktischer Fehler #9

→ kein klares Warum um dem Kanal zu folgen

Viele Unternehmen unterschätzen im Social Web diesen entscheidenden Fakt: In einer Welt, in der wir von Content überflutet werden, sind sie nur ein weiterer Kanal in einem endlosen Strom von Informationen. **Die Realität ist:** Niemand wird von Natur aus neugierig auf dein Unternehmen geboren. Es gibt keinen automatischen Magnetismus, der sie zu dir zieht. Doch viele Unternehmen vergessen diese einfache Wahrheit und setzen voraus, dass die bloße Existenz ihres Kanals ausreicht, um Follower zu gewinnen.

Also: Warum sollten Menschen deinem Kanal folgen? Es reicht nicht, einfach da zu sein. Du musst ihnen einen guten Grund geben. Und ja, das klingt einfacher als es ist. Auf der einen Seite braucht es ein tiefes Verständnis von dem, was dein Unternehmen ausmacht und wofür ihr bekannt sein wollt. Auf der anderen Seite braucht es Klarheit, wer eure Zielgruppe ist und welchen Mehrwert ihr liefert. Wer das auf den Punkt bringt, verwandelt beiläufige Betrachter in treue Follower.



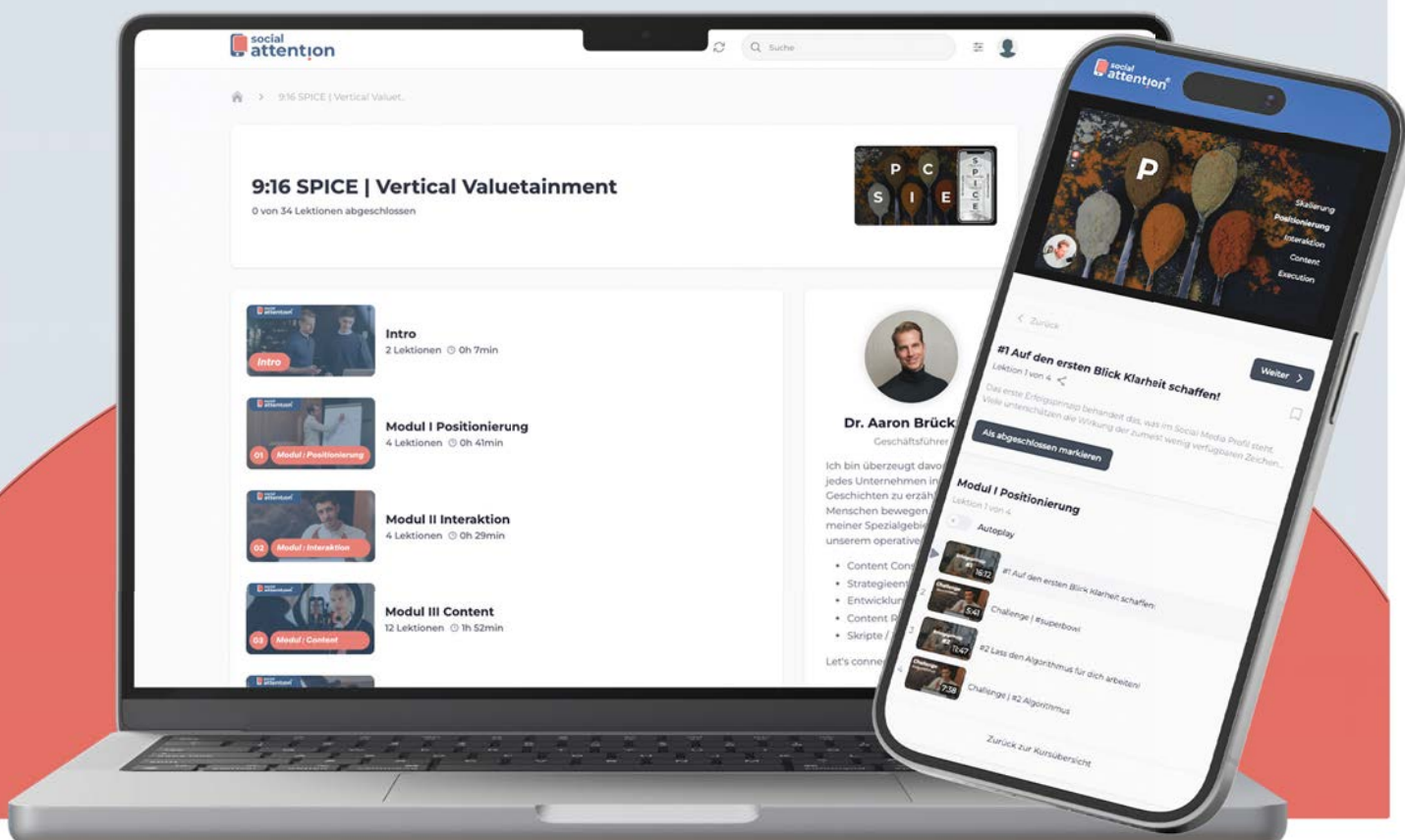
Tipp:

Formuliere in einem Satz, warum es sich lohnt, deinem Unternehmen zu folgen. Inwiefern findet sich dieser Grund in der aktuellen Profilbeschreibung wieder?

Schlusswort

Wenn du **diese 9 Fehler** vermeidest, hast du 90% der Unternehmen bereits etwas voraus. Du legst den Grundstein, um das Wachstum deines Social Media Accounts anzukurbeln. Doch um wirklich durchzustarten, brauchst du eine bewährte Strategie, die kontinuierliches Wachstum ermöglicht und perfekt auf deine Unternehmensziele abgestimmt ist.

Genau das lernst du in unserem 9:16 SPICE Framework - die exakte Strategie, mit der wir über **4 Millionen Follower** und mehr als **500 Millionen Views** generiert haben. Keine allgemeinen Tipps, sondern ein praxisbewährtes System. Du wirst verstehen, wie du deine Zuschauer in den ersten 3 Sekunden fesselst, den Algorithmus für dich arbeiten lässt und die ideale Videolänge findest. Nach diesem Videoworkshop wird sich dein Blick auf Social Media für immer verändern.



Wir möchten dich ermutigen, dich nicht entmutigen zu lassen – Social Media ist kein Sprint, sondern ein Marathon.

Erfolg auf Social Media erfordert Geduld und kontinuierliches Lernen. Jeder kleine Schritt, den du heute machst, bringt dich näher an deine Ziele. Lerne aus deinen Erfahrungen und feiere deine Fortschritte. Mit Ausdauer und der richtigen Strategie wirst du nachhaltige Erfolge erzielen. Wir glauben an dich und stehen dir auf deinem Weg zur Seite!

Dominik Charon

Hebe JETZT dein Social Media Game auf das nächste Level!



Jetzt durchstarten

