



Mai 2023

## 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>• Sprache: Deutsch oder Englisch</li><li>• Wir sind i.d.R. per Sie</li><li>• Mit passenden Emojis arbeiten (etwas zurückhaltender als auf Instagram)</li><li>• Personen oder Unternehmen mit @ markieren</li></ul>
Hashtags	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Keine Hashtags verwenden</b></li></ul>



Instagram Post – immer sichtbar	Kommentar
Bild (max. 10 pro Post)	<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>
Video	<ul style="list-style-type: none"><li>• Videos werden automatisch als Reel gepostet, ausser sie sind Teil eines Karussell-Posts mit Fotos.</li><li>• Allerdings hat man nur bei Videos bis 90 Sekunden alle Bearbeitungsoptionen, die für Reels zur Verfügung stehen.</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</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></ul>

Instagram Stories – 24 h sichtbar	Kommentar
Bild oder Video (bis max. 60 Sek. pro Story)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Format 9:16</li><li>• Nicht zu viel Text</li><li>• Kreative Anwendung der verfügbaren Funktionen (Quiz, Boomerang, Slider, GIFs etc.)</li><li>• Wenn passend, UZH-GIFs verwenden (bei den GIFs nach dem Stichwort uzh suchen)</li><li>• Untertiteln, viele schauen die Stories ohne Ton.</li><li>• Relevante Accounts taggen. Nur getaggte Accounts können die Story teilen.</li></ul>

Instagram Reels – immer sichtbar	Kommentar
Video (max. 90 Sek., wenn direkt in der App gefilmt, max. 15 Min. für Uploads)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Format 9:16</li><li>• Bei Untertiteln/Text im Video darauf achten, dass die Sicherheitszonen freigelassen werden (v.a. unteres Drittel und rechts)</li><li>• Passendes Audio unterlegen. Audios, die gerade im Trend sind, erhalten vom Algorithmus mehr Reichweite.</li><li>• Titelbild selbst auswählen oder hochladen. Zusätzlich bestimmen, welcher (quadratische) Ausschnitt vom Titelbild im Feed erscheint.</li></ul>



Text	<ul style="list-style-type: none"><li>• Text kurz halten. Das Wichtigste am Anfang.</li><li>• Andere involvierte Accounts taggen</li><li>• Hashtags #uzh #universityofzurich am Ende des Textes</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>• Mit passenden Emojis arbeiten (etwas zurückhaltender als auf Instagram)</li><li>• Personen oder Unternehmen mit @ markieren</li><li>• Der erste Satz muss neugierig machen. Viele entscheiden basierend auf dem ersten Satz, ob sie weiterlesen oder nicht.</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>• Am besten 16:9 oder 4:3, 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 immer als 23 Zeichen.</li></ul>



Hashtags	<ul style="list-style-type: none"><li>• 1 bis 2 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.

**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