



Mai 2023

Social Media Cheat Sheet

Facebook	Kommentar
Bild	<ul style="list-style-type: none">• Wenn nur ein Bild: 4:5 oder 1:1• 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.
Video	<ul style="list-style-type: none">• 4:5 oder 1:1 falls verfügbar (besser als 16:9)• Video falls passend einer Playlist zuordnen• Miniaturbild selbst hochladen (wichtig – ist das erste Bild, das man sieht)• Immer untertiteln (mind. EN, idealerweise DE und EN)• Untertitel falls möglich separat hochladen (.srt)• Tags: mind. UZH, Universität Zürich, University of Zurich
Text	<ul style="list-style-type: none">• Sprache: Deutsch oder Englisch• Wir sind i.d.R. per Sie• Mit passenden Emojis arbeiten (etwas zurückhaltender als auf Instagram)• Personen oder Unternehmen mit @ markieren
Hashtags	<ul style="list-style-type: none">• Keine Hashtags verwenden



Instagram Post – immer sichtbar	Kommentar
Bild (max. 10 pro Post)	<ul style="list-style-type: none">• Format 1:1 am einfachsten. Beste Visibilität: 4:5, aber auf Ausschnitt achten: Rand wird unten und oben im Feed abgeschnitten.• Fotos wenn nötig vorher etwas bearbeiten
Video	<ul style="list-style-type: none">• Videos werden automatisch als Reel gepostet, ausser sie sind Teil eines Karussell-Posts mit Fotos.• Allerdings hat man nur bei Videos bis 90 Sekunden alle Bearbeitungsoptionen, die für Reels zur Verfügung stehen.
Text	<ul style="list-style-type: none">• Wir sind i.d.R. per Du• Mit passenden Emojis arbeiten• Personen oder Unternehmen mit @ markieren
Hashtags	<ul style="list-style-type: none">• #uzh #universityofzurich• Am Ende des Textes
Ort (wichtig: Geotagging)	<ul style="list-style-type: none">• Universität Zürich (Rämistrasse 71) oder Universität Zürich Irchel (Winterthurerstrasse 190)

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

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">• Format 9:16• Bei Untertiteln/Text im Video darauf achten, dass die Sicherheitszonen freigelassen werden (v.a. unteres Drittel und rechts)• Passendes Audio unterlegen. Audios, die gerade im Trend sind, erhalten vom Algorithmus mehr Reichweite.• Titelbild selbst auswählen oder hochladen. Zusätzlich bestimmen, welcher (quadratische) Ausschnitt vom Titelbild im Feed erscheint.



Text	<ul style="list-style-type: none"> • Text kurz halten. Das Wichtigste am Anfang. • Andere involvierte Accounts taggen • Hashtags #uzh #universityofzurich am Ende des Textes
------	---

LinkedIn	Kommentar
Bild	<ul style="list-style-type: none"> • Wenn nur ein Bild: 1:1 • Bild mit Linkvorschau: 16:9; Link wieder aus dem Text löschen, sobald die Vorschau generiert wurde
Video (max. 10 Min.)	<ul style="list-style-type: none"> • Miniaturbild selbst hochladen (wichtig – ist das erste Bild, das man sieht) • Immer untertiteln (mind. EN) • Untertitel falls möglich separat hochladen (.srt)
Text	<ul style="list-style-type: none"> • i.d.R. per Sie • Mit passenden Emojis arbeiten (etwas zurückhaltender als auf Instagram) • Personen oder Unternehmen mit @ markieren • Der erste Satz muss neugierig machen. Viele entscheiden basierend auf dem ersten Satz, ob sie weiterlesen oder nicht.
Hashtags	<ul style="list-style-type: none"> • #UZH immer verwenden • Je nach Thema ebenfalls: <ul style="list-style-type: none"> ○ #UZHinnovation, #UZHentrepreneurship ○ #UZHdigitalization, #digitalsocietyinitiative ○ #UZHcareerservices, #UZHjobhub, #UZHInoc ○ #Stadtuniversität, #visionirchel, #forumuzh

Twitter	Kommentar
Bild	<ul style="list-style-type: none"> • Am besten 16:9 oder 4:3, bis max. 4 Bilder
Video (max. 140 Sek.)	<ul style="list-style-type: none"> • 4:5 (Vorschau 1:1) oder 1:1 falls verfügbar • Videos bis 60 Sek. werden in Schleife wiedergegeben • Erstes Frame = Miniaturbild (wichtig – ist das erste Bild, das man sieht) • Immer untertiteln (eingebrennt)
Text (max. 280 Zeichen)	<ul style="list-style-type: none"> • @uzh_ch Deutsch, @uzh_en Englisch, i.d.R. per Sie • Keine Emojis • Personen oder Unternehmen recherchieren und mit @ markieren. Direkt im Text oder unterhalb. • Wir kürzen Links nicht: Quelle besser nachvollziehbar, Link zählt immer als 23 Zeichen.



Hashtags	<ul style="list-style-type: none"> • 1 bis 2 relevante Hashtags verwenden (nicht #UZH) • Sparsam direkt im Text; für bessere Lesbarkeit am Ende
Interaktion	<ul style="list-style-type: none"> • Kommentierte Retweets liken (reine Retweets nicht) • Bei Retweets sicherstellen, dass der Absender glaubwürdig ist und Kontext und Bezug zur UZH klar sind.

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

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