



Foto: © Riki Dauerer, alpinonline



Facebook ist wohl das beliebteste soziale Medium im deutschsprachigen Raum. Im Jahr 2022 wurden allein in Deutschland 47 Mio. Facebook-User gezählt ([blog2social](#)), in Österreich knapp 4,9 Mio. ([statista.com](#)).

"TikTok hat Facebook in den Herzen der Teenager ersetzt. Der Anteil der 13-17-Jährigen, die Facebook nutzen, sank von 72% im Jahr 2015 auf 34% im Jahr 2022. (...) Die Anzahl der Facebook-Nutzer unter 13-17-Jährigen wurde innerhalb von 7 Jahren durch 2 geteilt (34% im Jahr 2022 gegenüber 72% im Jahr 2015)" ([intotheminds.com](#))

Dennoch ist Facebook relevant, die Gruppe der Facebook-User überschneidet sich mit der Zielgruppe der Hüttenbesucher und ist dadurch wichtig fürs Marketing.

47 Mio. Facebook-Nutzer in Deutschland

4,9 Mio. Facebook-Nutzer in Österreich

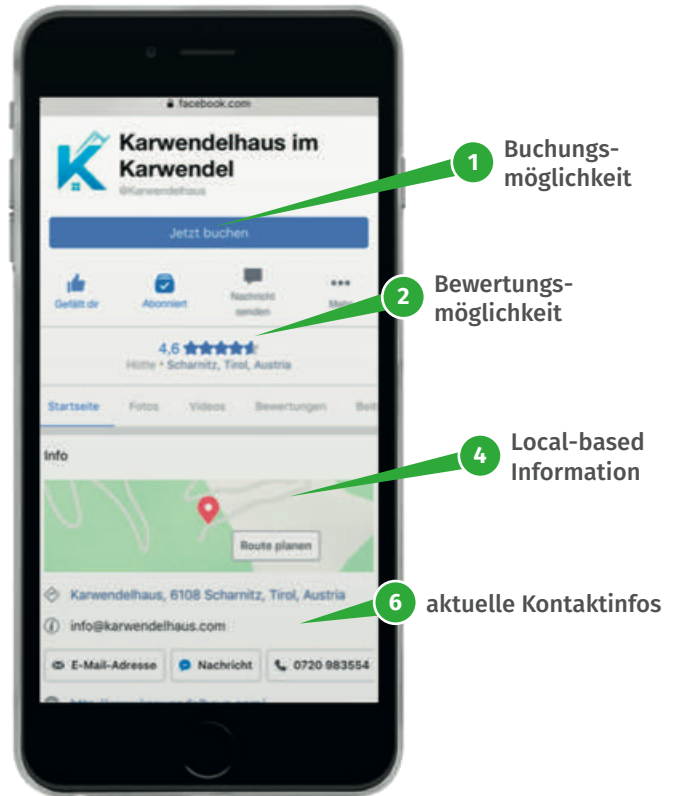
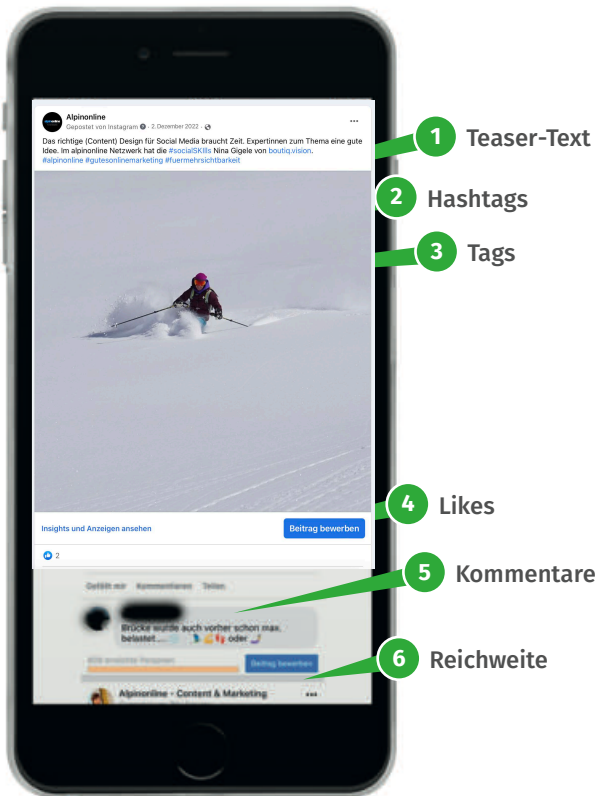
1,98 Milliarden täglich aktive Nutzer

293.000 Facebook-Fans bei ÖAV, AVS & DAV

(ÖAV: 159.000 Follower, AVS: 11.296 Follower, DAV: 123.629 Follower. Stand: 30.01.2023)

Die Facebook-Businessseiten haben sich mittlerweile zu kleinen Websites entwickelt. Hier kann man Öffnungszeiten, Kontaktdaten und -möglichkeiten, Services und Produkte sowie aktuelle Informationen eingeben. Durch Funktionen wie Liken, Kommentieren und Sharen (Teilen der Beiträge) bekommen diese eine immens hohe Reichweite – bei einschlägigen Portalen können die schnell mal Millionengrenzen erreichen.

Umso wichtiger ist es, sein Facebook-Profil aktuell zu halten und zu betreuen. Hat man keines, sollte man es sich überlegen, eines anzulegen – denn die Hüttenbesucher posten und bewerten ohnehin. Hat die Hütte kein Profil, posten sie zum Standort oder dem automatisch angelegten Ort. Auf diese Weise erfährt man von den Postings allerdings nichts bzw. kann sie nicht fürs Marketing nützen.



Warum Facebook für Alpenvereinshütten eine gute Marketingmaßnahme ist.

- Die Motive von Hütte, Mensch, Natur sind wie gemacht für dieses Medium.
- Das gilt auch für die täglich neuen Informationen.
- Große Reichweiten sind möglich – durch Hashtags (2) und Tags (3).
- Der User kann zum Mitmachen (Liken (4), Teilen, Kommentieren (5)) motiviert werden.
- „Unternehmens“-Profil beinhaltet alle wichtigen Informationen, ist interaktiv und
- Local-Based, d.h. verwendet standortbezogene Daten, die dem User beim Navigieren helfen.
- Gute Maßnahme fürs Empfehlungsmarketing.

Warum es wichtig ist, die Hütte als Unternehmen anzulegen.

- Bewertungsmöglichkeit mit Star-Rating und Text (2)
- Öffnungszeiten, aktuelle Kontaktdaten
- Kontakt- oder Buchungsmöglichkeit, auch mit automatischer Antwortfunktion, wenn man nicht immer erreichbar ist (1 + 4).
- Local-based und georeferenzierte Information erleichtert dem User die Anreise (3).
- Zeigt die Reichweite von Beiträgen an (6 oben).
- Beiträge können geplant und mittels Timer veröffentlicht werden.
- Möglichkeit für günstige Bewerbungen der Seite oder Beiträge.
- Unter Insights siehst du die Auswertung der Beiträge.
- Impressum



Empfehlungen funktionieren!

92 %

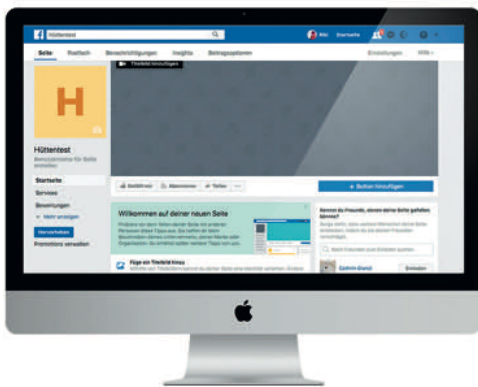
der Kunden vertrauen den Empfehlungen anderer.

70 %

vertrauen Online-Bewertungen mehr als den Werbeaussagen.

95 %

der klassischen Presstexte werden nicht gelesen.



Wie legt man ein Unternehmensprofil an?

- ✗ Mit dem privaten Facebook-Profil einloggen.
- ✗ In der blauen Leiste neben dem Profilfoto ganz rechts auf den Pfeil klicken und hier Seite erstellen auswählen.
- ✗ Nun Lokales Unternehmen oder Ort auswählen.
- ✗ Seitenname ist nun der Hüttenname.
- ✗ Als Seitenkategorie wählt man Hütte aus.
- ✗ Nun wird man automatisch durch die nächsten Punkte geleitet.
- ✗ Der Benutzername soll einfach sein, denn das ist der, mit dem User die Hütte markieren können, also z.B. @franzfischerhütte.
- ✗ Wichtig ist, dass auf Facebook eine Impressumspflicht besteht – hierfür unter dem gleichnamigen Feld entweder einen Link zum Website-Impressum einfügen oder ein neues erstellen.
- ✗ Auf der Seite unter Info kann man nun z.B. auch ein Menü/Speisekarte hochladen.
- ✗ Ist man nun im Profil, sollte man sich die Zeit nehmen, alle Felder unter Einstellungen durchzugehen und auszufüllen.
- ✗ Wichtig ist dabei, dass die Seite auf öffentlich gestellt wird. Wenn sie noch nicht vollständig ist, kann man sie zwischenzeitlich auch offline stellen.
- ✗ Unter Nachrichten kann man die Antwortassistenten aktivieren, die z.B. auf alle Nachrichten antwortet, dass eine telefonische Kontaktaufnahme möglich ist.



14 Tipps für einen guten Start mit Facebook

Foto: © Pfeishütte im Karwendel

Themenideen

- 1. Alle Daten ausfüllen und aktuell halten.** Die Facebook-Seite ist wie eine kleine Hüttenwebsite, daher dort immer alle Infos aktuell halten.
- 2. Ladet eure Freunde ein:** rechts unten auf der Seite gibt es den Punkt **Community** und hier Lade deine Freunde ein. Das erleichtert den Start.
- 3. Teilt die Beiträge über euer privates Profil.**
- 4. Vernetzen:** Liked andere Hütten, Dachverbände, eure Region, wichtige Personen, ...
- 5. Von anderen lernen:** Befreundet euch ebenso mit Medien, Portalen und Menschen, deren Beiträge ihr spannend findet, und schaut, was und wie sie so posten.
- 6. Ausprobieren:** Keine Angst vor sozialen Medien! Im schlimmsten Fall könnt ihr einen Beitrag auch wieder löschen.
- 7. Lernt dazu:** Es gibt immer ein Motiv oder Thema, das vielfach mehr geliked wird als andere. Dasselbe gilt für Tag oder Uhrzeit des Postens. Wenn so etwas passiert, gilt das Motto: „Mehr desselben.“
- 8. Macht auf euch aufmerksam:** Durch Kommentare oder Liken anderer Beiträge werden andere auf euch aufmerksam.
- 9. Bereitet Beiträge oder Fotos vor:** Im Unternehmensprofil kann man Beiträge vorbereiten und planen – hat man mal eine Pause, können die nächsten Beiträge geplant werden.
- 10. Schafft dem User einen Mehrwert:** Aktuelle Infos stellen für viele Besucher einen Mehrwert dar, so z.B. über Touren, Übergänge, saisonale Speisen, ...
- 11. Ihr müsst nicht alles selber machen:** Teilt Beiträge eurer Gäste und anderer Medien.
- 12. Reagiert auf die Kommentare und Beiträge eurer Besucher:** Liked sie oder schreibt einen kurzen Satz darunter, die User lieben das.
- 13. Beitragslinks sind besser als Bilder und extra Links dazu.** Teilt ihr einen Link auf eurer Website (oder von jemand anderem) auf Facebook, sollte automatisch ein Bild samt Teaser erscheinen. Klickt man darauf, gelangt man auf die Website. Was nicht gut funktioniert, ist ein Bild zu posten und den dazugehörigen Link extra im Text, denn diesen klickt erfahrungsgemäß niemand an.
- 14. Story & Reels Funktion verwenden:** Über Stories könnt ihr gleich wie bei Instagram Aktuelles posten, das nach 24h wieder verschwindet. Reels sind Videoformate.

- ✦ Die Besucher kommen nicht nur wegen der Hütte, sondern auch wegen euch!
- ✦ Jegliche aktuelle Informationen: Öffnungszeiten, Pächterwechsel, Speisen, ...
- ✦ Touren zur und ab der Hütte (hier können auch Touren von alpenvereinaktiv.com oder anderen Tourenportalen geteilt werden)
- ✦ Speisen & Rezepte
- ✦ Bilder und Beiträge von Usern teilen
- ✦ Beiträge zur Region, Umgebung, ...
- ✦ Fauna & Flora
- ✦ Aktuelle Verhältnisse
- ✦ Ausstattung der Hütte: Zimmer, Stube, Sonnenterrasse
- ✦ Fotos von Sonnenauf- und Sonnenuntergängen



Häufige Fragen

Ich bin eingeloggt, finde aber meine Hüttenseite nicht?

Es wird immer als erstes dein privates Profil angezeigt. Klickt man ganz rechts auf den Pfeil, erscheinen alle deine Seiten, so auch die Hüttenseite.

Was ist ein Hashtag, wann und wie oft verwende ich ihn?

Im Gegensatz zu Instagram hat der Hashtag (#wort) bei Facebook eine sehr geringe Bedeutung. Mehr zu Hashtags beim [Beitrag zu Instagram](#). Oft werden lustige oder eigene Hashtags verwendet, aber davon sollten maximal drei angeführt werden.

Was ist ein Tag, wann und wie oft verwende ich ihn?

Ein Tag ist immer der Benutzername mit einem @ davor, also z.B. @deutscheralpenverein, @alpenverein.at oder @alpenvereinsuedtirol. „Tagged“ man jemanden, so bekommt er eine Benachrichtigung darüber. Ich verwende Tags für Partner (mit großer Reichweite) wie z.B. Medien, Dachverbände, Regionen, andere Hütten oder auch bekannte Personen.

Wie lang soll meine Facebook-Text sein?

Die optimale Länge liegt bei 100-250 Zeichen. Ist der Text länger, bricht er nach einigen Zeilen um und es erscheint das Wort „mehr“. Aber hat man mal etwas Wichtiges zu berichten, darf der Text gern auch länger sein.

Wie lösche ich mein Konto oder deaktiviere es vorübergehend?

Unter **Einstellungen/Allgemein** kann man beim ersten Punkt die **Sichtbarkeit der Seite** auf **unveröffentlicht** stellen, beim Punkt ganz unten die **Seite entfernen**. Trotzdem wird sie danach noch 14 Tage online bleiben.

Was mache ich mit negativen Kommentaren oder Bewertungen?

Keine Angst davor! Wenn es sich nicht um Kommentare „der untersten Schublade“ handelt, stehen lassen und darauf reagieren. Oft hilft ein Satz mit einem kleinen Schmunzeln, ist der Kommentar gravierend, schreibt man ins Kommentarfeld darunter „Nachricht per PN“ und antwortet der Person direkt über den Messenger.

Wie oft soll ich posten?

Hier gibt es keine Regel. Einmal pro Woche wäre gut, aber wichtiger ist, dass die Fotos auch gut sind und eine Botschaft haben. Umgekehrt kann es auch mal sein, dass man eine Woche hat, in der es sich quasi anbietet, mehrfach zu posten. Mitmach-Content ist in aller Munde – was ist das und warum braucht man das?

Reagieren User auf einen Beitrag, dann erhöht sich die Reichweite des Beitrages. Somit sollte man die User animieren zu posten, zu kommentieren und zu liken. Das geht ganz gut über Fragen (Was ist eure Lieblingstour rund um die xx-Hütte?), Aufforderungen (Die ersten 10 Gäste auf der Hütte bekommen heute ein Stück xx von uns?) als auch kleine Gewinnspiele.

Kann auch jemand anderer die Facebook-Seite betreuen?

Ja, das ist sogar eine gute Idee, damit man nicht immer alles alleine machen muss. Unter **Einstellungen/Rollen für die Seite** kannst du weitere Redakteure und Administratoren für die Seite hinzufügen.



Foto: © Falkenhütte

Best-practice-Beispiele

- ✦ **Lizumer Hütte:** www.facebook.com/lizummerhütte
- ✦ **Ingolstädterhaus:** www.facebook.com/ingolstaedterhaus
- ✦ **Oberetteshütte:** <https://www.facebook.com/people/Oberettesh%C3%BCtte/100063491499755/>

