

Frühlingsspaziergänge 2026 – Social Media Leitfaden

I. Ziele

Die Frühlingsspaziergänge bieten eine wunderbare Möglichkeit, die Natur aktiv zu erleben und das Bewusstsein für Umwelt und Landschaft zu stärken. Mit gezielter Social-Media-Kommunikation können Sie:

1 Aufmerksamkeit auf Ihre Veranstaltung lenken

2 In den Dialog mit Interessenten und der Öffentlichkeit treten

3 Image von Ihrer Veranstaltung und des Freistaats Sachsen stärken

Nun stellt sich die Frage, wie diese Ziele erreicht werden können. Die folgenden Informationen, die Sie auf Ihre Social-Media-Beiträge anwenden können, sollen Ihnen dabei helfen. Sie greifen bereits auf Erfahrungen mit Ihren Social-Media-Konten zurück und wissen deshalb, wie Sie Ihre Follower am besten auf der jeweiligen Plattform ansprechen und mit ihnen interagieren. Aus diesem Grund geben wir Ihnen eine Basis, die Sie an Ihre Kanäle, Zielgruppe und Ihr Unternehmen anpassen können. Außerdem können Sie auch gern mehr und eigene Beiträge zu den Frühlingsspaziergängen 2026 posten. Sie können das SMUL (Sächsisches Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft) zudem immer auch in Ihren Beiträgen markieren.

II. Formate

Es gibt vielfältige Social-Media-Plattformen, die auch auf unterschiedlichen Wegen spezielle Zielgruppen ansprechen. Dadurch sind auch die erlaubten Foto- und Videoformate unterschiedlich.

Ein sehr beliebtes Format ist 1:1 (quadratisch), was vor allem bei Instagram lange Zeit genutzt wurde. Aber auch auf anderen Kanälen wie Facebook, LinkedIn, Xing oder X (ehemals Twitter) kann es verwendet werden.

Es ist dadurch universell einsetzbar. Das ist ein wichtiger Einflussfaktor bei der Wahl des richtigen Formats, da die meisten Nutzer die Beiträge auf dem Smartphone ansehen.

Bild-Formate > 1:1
oder 4:5
Stories und Videos >
9:16

Instagram hat Anfang 2026 den Fokus auf das Format 4:5 für Feed-Beiträge (Hochformat) gelegt. Andere Formate sind jedoch immer noch zulässig.

Bei Stories und Videobeiträgen ist dies ein wenig anders. Hierbei wird das Format 9:16 (Hochformat) bevorzugt, sodass der Inhalt über den gesamten Handybildschirm ausgespielt werden kann. Videos im Querformat, also 16:9 könnten jedoch auch gepostet werden.

III. Inhalte

A. Post-Beiträge

Für die Kommunikation der Frühlingsspaziergänge stellt das SMUL ein Motiv zur Verfügung, welches als Post auf den Social-Media-Kanälen genutzt werden kann. Es handelt sich hierbei um das Kampagnenmotiv.

Zusätzlich dazu können Sie mithilfe des Logopakets auch eigene Beiträge erstellen. Dort können Sie konkrete Angaben zu Zeitpunkt, Ort und Art mithilfe von Bearbeitungsprogrammen (wie z.B. Canva) selbst hinzufügen.

Wir geben Ihnen nun Beispiele für den Beitragstext, den Sie gern auf ihre Veranstaltung anpassen können. So können Sie Informationen zu Ihren Projekten erwähnen, Emojis anpassen oder weglassen oder die Anrede in eine Sie-oder Ihr-Anrede verändern.

Der Beitrag sollte in Anrede und Stil zu Ihren anderen Beiträgen passen

Folgende Beitragstexte können dafür verwendet werden.

Der Frühling lädt zum Entdecken ein! 🌻☀️

Wandern, Natur erleben und dabei mehr über Sachsens Landschaft erfahren – das bieten die Frühlingsspaziergänge. Geführte Touren mit Experten machen die Natur erlebbar.

Sucht euch eure Lieblingstour aus und seid dabei! 🧑🌱

#Frühlingsspaziergänge #Naturerleben #SachsenEntdecken #Wandern
#Umweltschutz

Kommt mit uns auf Entdeckungstour! 🧑🗺️

Am *[Datum]* laden wir euch ein zu *[Tourname]*. Erlebt mit uns die Frühlingsnatur hautnah! 🌸🌿

📍 Ort: *[Standort]*

🕒 Zeit: *[Uhrzeit]*

#Frühlingsspaziergänge #Naturerleben #SachsenEntdecken #Wandern
#Umweltschutz

Frühlingsspaziergänge?

So heißen die Aktionswochen im April bis Juni vom SMUL – dem Sächsischen Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft.

Entdeckt bei einem gemütlichen Spaziergang die wunderschöne Natur Sachsens und genießt die frische Frühlingsluft.

Auch wir sind dabei und freuen uns, euch durch die schönsten Ecken Sachsens zu führen und gemeinsam die ersten warmen Tage zu genießen!

#frühlingsspaziergänge #sachsenentdecken #frühlingserwachen #naturgenießen
#sachsen #unterwegs #frischeluft



[Ansicht 1: Kampagnemotiv 4:5]



[Ansicht 2: Kampagnemotiv 4:5]

Außerdem stellt Ihnen das SMUL einen Teaser zur Verfügung. Den Clip können Sie auf Ihrem Profil verwenden oder eine Verlinkung zu YouTube hinzufügen:

<https://youtu.be/Eq13IB6bljI>

Das SMUL sollte zudem nach Möglichkeit in den Beiträgen und Stories markiert werden:

Facebook	Sächsisches Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft
Instagram	smulsachsen
LinkedIn	Sächsisches Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft
Xing	Markieren nicht möglich
TikTok	Kein Account vorhanden
YouTube	SMUL Sachsen

B. Story-Beiträge

Für die Story werden Ihnen 5 Motive zur Verfügung gestellt. Die Motive orientieren sich an den Regionen der Frühlingsspaziergänge. Hierbei können Sie Texte, GIFs oder Sticker selbstständig und passend zu Ihrem Social-Media-Kanal gestalten.





IV. Hinweise

A. Datenschutz

Wenn Sie Bilder von Personen posten oder diese „taggen“ und verlinken wollen, sollte dies im Vorfeld mit demjenigen oder derjenigen abgestimmt sein.

B. Kommunikation

Gerade auf Social Media ist die Interaktion mit dem Nutzer wichtig und trägt zur Stärkung der Nutzerbindung bei. Auf Ihre Beiträge werden Sie Kommentare, Reaktionen und Nachrichten erhalten. Damit sich Nutzer von Ihnen verstanden fühlen, sollten Sie ein Antwortkommentar verfassen oder mit einem „Like“ reagieren.

**Vielen Dank für Ihr Engagement und
der Beteiligung an den Frühlingsspaziergängen 2026!**