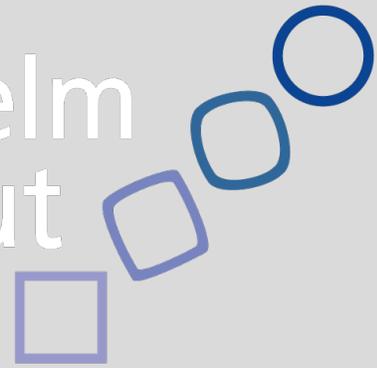


August-Wilhelm
Scheer Institut
Digital Research



SOCIAL MEDIA GRUNDLAGEN



IHRE ANSPRECHPARTNERIN FÜR SOCIAL MEDIA FRAGEN UND ANDERE DIGITALISIERUNGSAUFGABEN



Michelle Weber

M.Sc Marketing

Mail: michelle.weber@aws-institut.de



Innovation



Nachhaltigkeit

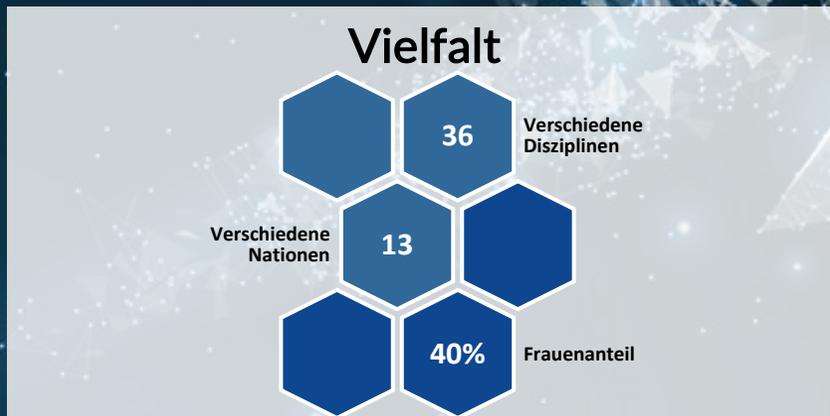
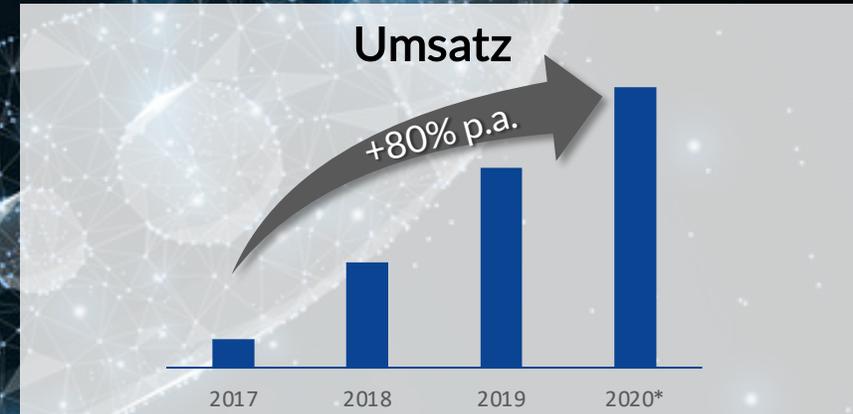


Gesundheit

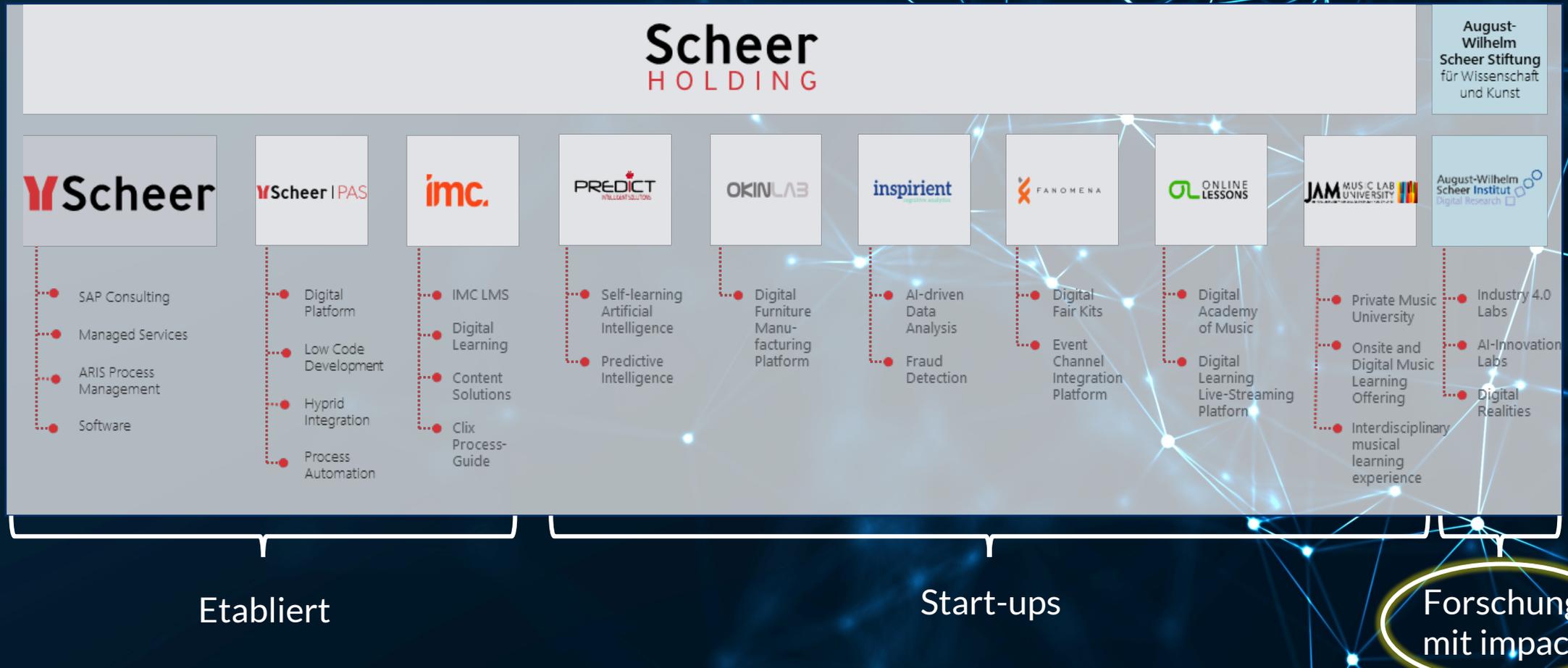


Gesellschaftliches Engagement

DAS AWSI IST DAS AM SCHNELLSTEN WACHSENDE DIGITALISIERUNGSGESTÜTZTE INSTITUT IN DEUTSCHLAND.

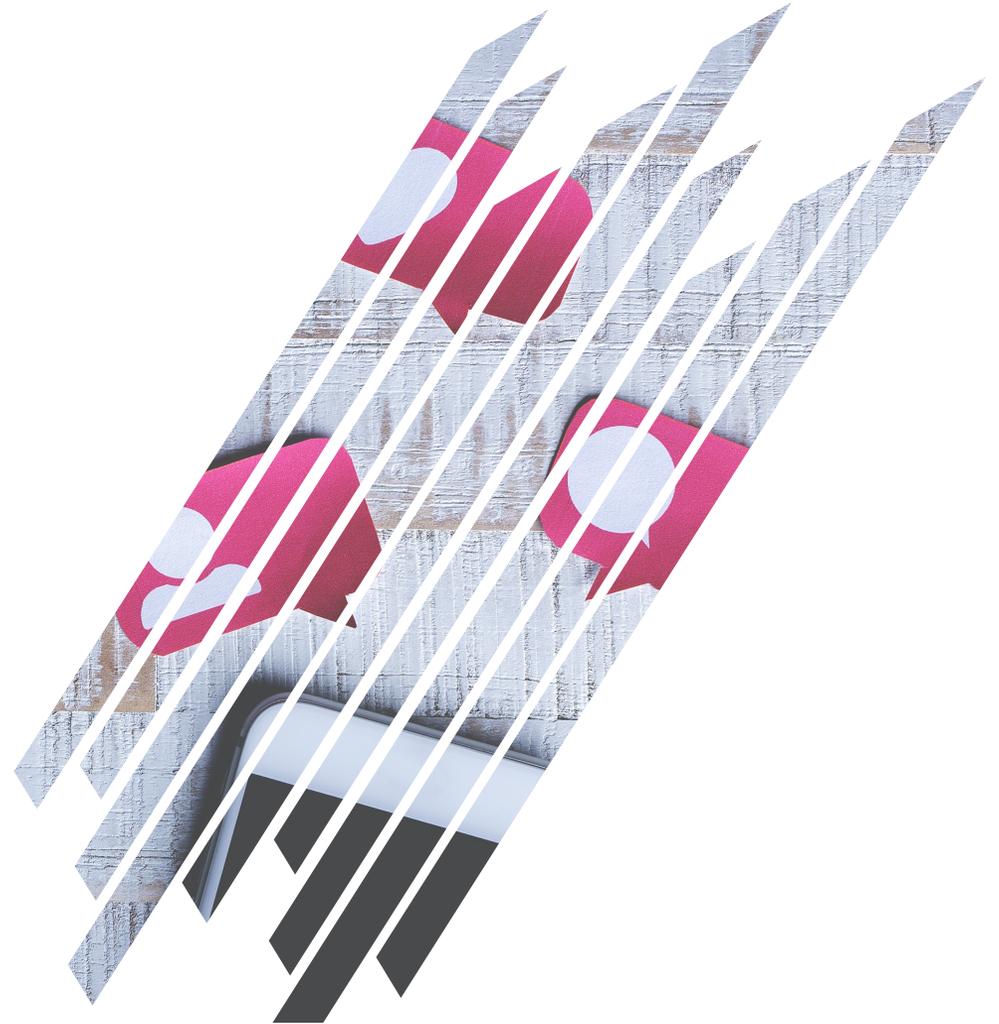


GEGRÜNDET VON DEM ERFOLGREICHEN IT-UNTERNEHMER PROF. DR. AUGUST-WILHELM SCHEER



AGENDA

- Gründe, Ziele und Hemmnisse von Social Media
- Überblick über die Social Media Kanäle: Welcher Kanal für welchen Zweck?
 - LinkedIn und Xing: Personalwerbung
 - Facebook und Instagram: Events, Spenden, informieren und Mitglieder werben
 - Twitter: Gesellschaftspolitisch aktiv sein
 - TikTok: Junges Publikum erreichen
- Engagierte finden: Best Practices
- Guter Content und Do's and Don'ts
- Nächste Schritte für erste Follower und Likes



The image features a row of ten human silhouettes of various shapes and sizes, each filled with a vibrant, multi-colored cityscape at night. The lights are primarily in shades of blue, purple, and orange, creating a dynamic and modern aesthetic. A semi-transparent grey rectangular box is centered over the silhouettes, containing the main title in a bold, blue, sans-serif font.

SOCIAL MEDIA – GRÜNDE, ZIELE, HEMMNISSE

GRÜNDE FÜR DIE NUTZUNG VON SOCIAL MEDIA

- Teure herkömmliche Formen der Werbung: z.B. Flyer oder Kataloge
 - Geringes Budget von kleineren oder gemeinnützigen Organisationen
- Social Media ist kostengünstig und ökologisch
- Mehr Reichweite und neues Publikum
 - Emotionale Bindung ohne feste Bindung → Barrieren abbauen
 - Zeit- und ortsunabhängige Formen der Unterstützung möglich machen

Nur einen Account zu erstellen reicht jedoch nicht.
Das richtige Wissen für den gezielten Umgang mit Social Media ist entscheidend.



Heutiges Ziel: Das richtige Wissen erlangen

MÖGLICHE ZIELE VON SOCIAL MEDIA



Informationen austauschen und vermitteln (für Mitglieder und potenzielle Mitglieder)



Bestehende Mitglieder binden → Community von Unterstützern



Neue Mitglieder gewinnen



Kontakt zu Spendern herstellen



Bekanntheitsgrad steigern



Image aufbauen oder verbessern (ggf. für Sponsoren)

HEMMNISSE VON SOCIAL MEDIA

- Austausch statt Information: Auf eine Information folgt oftmals eine Reaktion
- Keine ausgewählten Empfänger, sondern potenziell jedermann
- Negatives, öffentliches Feedback kann auf Social Media nicht vollständig vermieden werden
- Die Nutzung von Social Media kann kostengünstig sein, ist aber nicht 100% gratis → sie erfordert zeitliche und somit auch indirekt finanzielle Ressourcen

Vor einem Einstieg in Social Media sollten den Verantwortlichen die potenziellen Auswirkungen dieser Hemmnisse bewusst sein.

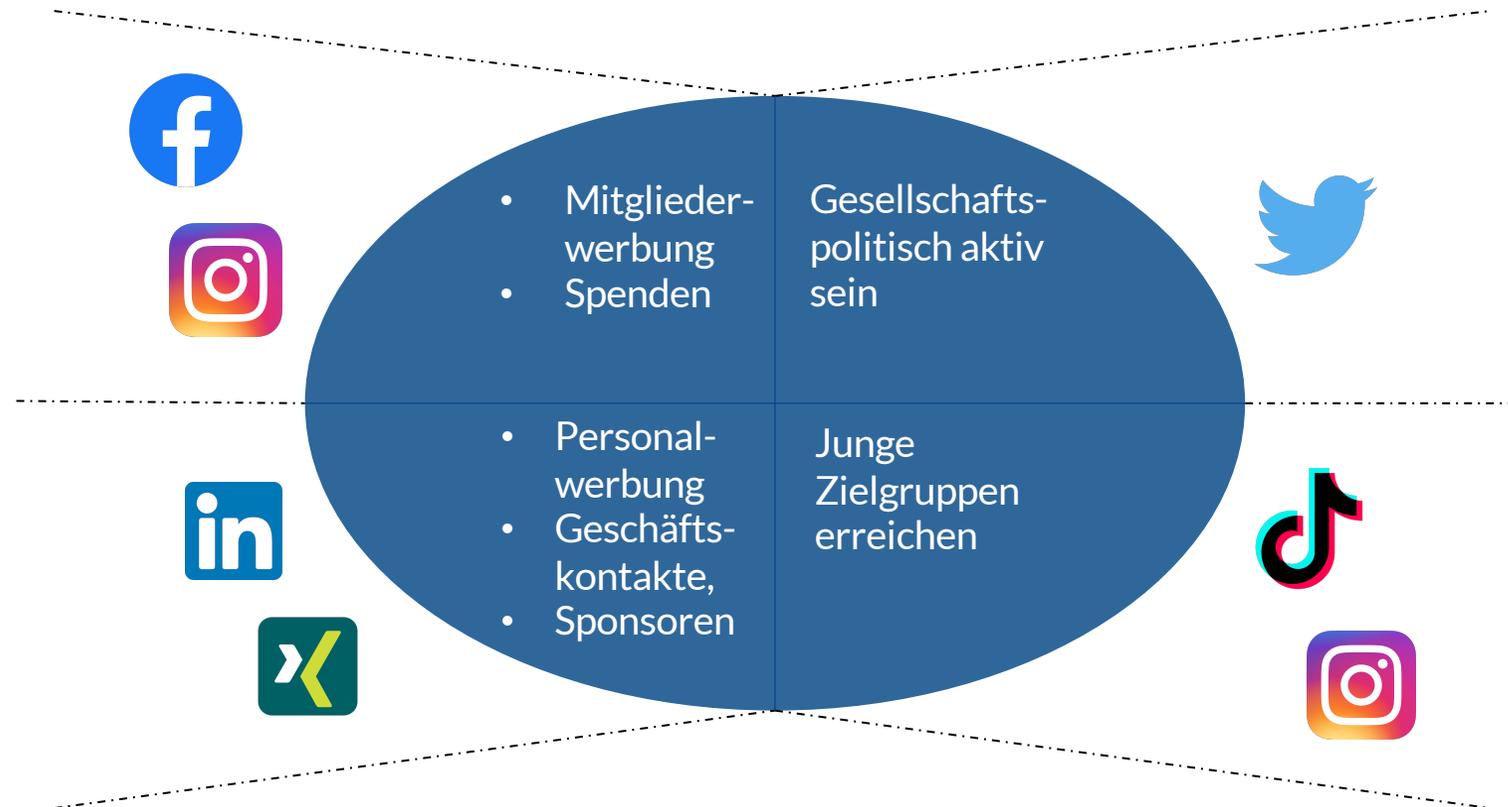
The image features a row of ten human silhouettes of various shapes and sizes, each filled with a vibrant, glowing cityscape at night. The lights are primarily in shades of blue, purple, and orange, creating a sense of digital connectivity and urban energy. A semi-transparent grey rectangular box is centered over the silhouettes, containing the main title in a bold, blue, sans-serif font.

ÜBERBLICK ÜBER DIE SOCIAL MEDIA KANÄLE

AUSBLICK: ÜBERSICHT ÜBER SOCIAL MEDIA KANÄLE

Plattform	Primäres Thema	Altersdurchschnitt	Aktive Nutzer (in Mio, Deutschland)		
			täglich	wöchentlich	monatlich
	Kontaktpflege, vor allem Freunde	33 Jahre	10	18	32
	Teilen von Fotos	18-34 Jahre	11	14	21
	Videobasiert: Unterhaltsame Clips	16-25 Jahre	1,4	2	-
	Geschäftskontakte international	25-49 Jahre	<1	2,8	15
	Geschäftskontakte DACH-Raum	26-50 Jahre	<1	2,8	18,5
	Teilen von Statements (Kurzform), Kommunikation mit Öffentlichkeit (Journalisten, Organisationen, Politiker)	63% zwischen 35 und 65 Jahre	1,4	3,5	12

WELCHER SOCIAL MEDIA KANAL FÜR WELCHEN ZWECK?



Zentraler Schritt: Ähnliche Organisationen identifizieren und als Best Practices nutzen

The image features a row of ten human silhouettes of various shapes and sizes, each filled with a vibrant, blue-toned cityscape at night. The cityscapes include illuminated buildings, bridges, and roads, creating a sense of modern urban life. A semi-transparent grey rectangular box is centered over the silhouettes, containing the main title in bold blue text.

LINKEDIN UND XING: PERSONALWERBUNG

LINKEDIN UND XING

Gemeinsame Ziele:

- Aufbau eines beruflichen Netzwerks
- Informieren über Networking-Events
- Zusätzliche Funktion der Jobbörse
- Präsentation der eigenen beruflichen Person (Lebenslauf) oder des Unternehmens
- Bereitstellen von Informationen, News, Kommunikation, Austausch

Unterschiede:



Internationaler Raum

- Circa 18 Mio Nutzer im Dach-Raum
- >790 Mio Nutzer weltweit

→ Fokus auf Social Media Pinnwand und Beiträgen

Deutschsprachiger Raum

Circa 15 Mio Nutzer im Dach-Raum

→ Fokus auf dem eigenen Profil und Gruppen

POTENZIELLE INHALTE FÜR LINKEDIN

- Job-Ausschreibungen
- Ankündigung über neue Mitarbeiter
- Blog Posts (falls vorhanden)
- Besondere Momente der Organisation (Feiern, Jubiläum,...)
- Mitarbeiter/ Freiwillige und ihre tägliche Arbeit oder besondere Errungenschaften



"Globale Gesundheit geht uns letztlich alle etwas an und ist ein wichtiges politisches Thema, in dem Deutschland eine führende Rolle inne hat."

...see more

[See translation](#)



Globale Gesundheit geht uns alle an!

aerzte-ohne-grenzen.de • 3 min read

27



Ärzte ohne Grenzen Deutschland/ Médecins Sans Fr... [+ Follow](#) ...

14,999 followers
1w •

Unabhängigkeit, Unparteilichkeit und Neutralität.

Dank dieser humanitären Prinzipien können wir Menschen dort helfen, wo andere keinen Zugang bekommen. [...see more](#)

[See translation](#)



” Ich liebe meinen Beruf. Für das Leben von zwei Menschen verantwortlich zu sein, für die Mutter und das Kind, gibt mir das Gefühl wertvoll zu sein. Die Arbeit für Ärzte ohne Grenzen hat mich verändert, ich sehe die Zukunft jetzt als Chance und habe wieder Pläne.

Ibtisam Hasim
Hebamme, West Mossul, Irak



81 · 2 comments

POTENZIELLE INHALTE FÜR LINKEDIN

Mitarbeiter vorstellen

 **Haus des Stiftens gGmbH**
51-200 Beschäftigte
4 Wochen

Aufgaben vorstellen

Das ist Anna, unsere Werkstudentin im Team Marketing und Kommunikation 😊. Anna wollte neben ihrem Studium einer sinnvollen Beschäftigung nachgehen und ist daher seit April 2021 im Haus des Stiftens tätig. Bei ihr sammelt sich eine bunte Mischung an spannenden Aufgaben: Sie schreibt Texte für unsere Website, setzt sich mit Google Analytics auseinander und tobt sich kreativ mit Photoshop aus. 😄

Danke für deinen tollen Einsatz, liebe Anna! 🌟 **Wertschätzung zeigen**

#HausdesStiftens #Engagement #Team #JobmitSinn #workingstudent

Hashtags nutzen

Die Menschen im Haus des Stiftens

Anna Weißberger
Werkstudentin Marketing und Kommunikation

„Für mich ist es wichtig, dass ich mich mit den Werten meines Arbeitgebers identifiziere und hinter meiner Arbeit stehe. Es ist schön, Teil eines engagierten Unternehmens zu sein und einen Beitrag im Bereich Engagement zu leisten.“

 **Haus des Stiftens**
Engagiert für Engagierte

👍 14

Zitate der Mitarbeiter

Einblicke in die tägliche Arbeit geben

 **WWF Germany**
9,381 followers
4d • 🌐

+ Follow ⋮

📄 Wie viel **#Spaß** muss oder darf Arbeit machen?

Teamspirit zeigen

Die Frage haben wir bei unserem letzten Team Retreat im **COCONAT - a workation retreat** diskutiert. Und ja, Arbeit darf nicht nur Spaß machen, sie muss! Unsere Workshops für Digitale Kommunikation haben einen ganzen Kriterienkatalog ergeben, der uns ab sofort helfen wird, zu entscheiden, ob wir ein Thema auf Social Media spielen oder nicht. Und Spaß bedeutet **#Motivation** und **#Teamkultur**. Okay - Impact, Nachrichtenwert und Strategie- und Zielgruppen-Fit vergessen wir dabei auch nicht. Die Welt soll schließlich jeden Tag ein bisschen besser und nachhaltiger werden.

? Wie hoch steht Spaß auf eurer Arbeits-Prio-Liste? Schreibt es uns in die Kommentare 🙋

#team #strategie #socialmedia #workshop

Vorteile hervorheben



with oliver samson and 11 others

👍 🌟 🗨️ 42 · 4 comments

Aussage visualisieren

The image features a row of ten human silhouettes of various shapes and sizes, each filled with a vibrant, multi-colored cityscape at night. The lights are primarily in shades of blue, purple, and orange, creating a dynamic and modern aesthetic. A semi-transparent grey rectangular box is centered over the silhouettes, containing the main title in a bold, blue, sans-serif font.

FACEBOOK UND INSTAGRAM: EVENTS, SPENDEN, INFORMIEREN UND MITGLIEDER WERBEN

FACEBOOK

- Ursprungsidee: Sich austauschen, Freunde und Bekannte finden und miteinander kommunizieren
- Heute: Einer der stärksten digitalen Marketing Kanäle weltweit
- Unternehmen können Anzeigen schalten, Kampagnen starten und mit Kunden direkt kommunizieren
- Bilder und Videos effektiver als Text
- Facebook Algorithmus zeigt den Nutzern besonders interessante und informative Inhalte zuerst
- Facebook Seitenstatistiken inklusive Zielgruppenanalyse möglich



FACEBOOK: EVENTS POSTEN



Förderverein Kita Freudenburg

27. August · 🌐

XX ALLE PLÄTZE VERGEBEN!! AB JETZT LÄUFT DIE WARTELISTE
XX

Liebe Verkäufer! Heute gingen die Infoschreiben an euch raus 🥰

!! Auch an alle interessierten Käufer noch ein paar wichtige
Hinweise: !! ... Mehr ansehen

Save the Date!

**SPIELZEUG-UND
KINDERKLEIDERBASAR
FREUDENBURG**

Kita Freunde Freudenburg

Sonntag, den 19. September 2021
11:30 – 15:30 Uhr
Bürgerhaus Freudenburg
(Einlass für Schwangere bereits ab 11 Uhr!)



Förderverein Kindertagesstätte Heidschnucke e.V.

4. September · 🌐

!! Morgen ist es soweit !!



Tischbasar
Mehrzweckhalle Mehlingen
(Sportplatz)

05.09.2021

13:00 Uhr bis 16:00 Uhr

Schwangereinlass ab 12.30 Uhr (nur mit Mutterpass)

Maximale Besucherzahl wird der Situation entsprechend angepasst

Wir bieten auch Leckereien für den kleinen Hunger an!

Infos und Reservierung:

0160/2540966

Am 16.07.2021
von 18.00-21.00 Uhr



Wir freuen uns auf Ihren Besuch!!!



Hygienekonzept und Hinweise Tischbasar

Auf Grund der SARS-CoV-2-Pandemie gelten für Helfer, Aussteller und Besucher die folgenden derzeit gängigen Hygienemaßnahmen:

- 3G-Regel (geimpft, genesen, getestet), Nachweis bei Einlass vorzuzeigen
→ mobile Teststation vor Ort verfügbar
- Kontaktdatenerfassung via Luca-App
- Mindestabstand zwischen Personen von 1,5 m
- Mund-Nasen-Schutz (medizinischer Mund-Nasen-Schutz oder FFP2-Maske) im gesamten Hallenbereich
- Einbahnstraßenregelung durch die Halle

Weitere Informationen:

- Verkauf von Speisen und Getränken nur am Ausgang außerhalb der Halle
- Schwangere dürfen in der Zeit von 12:30-13:00 eine Begleitperson mitbringen

**KOMMT VORBEI, WIR
FREUEN UNS AUF EUCH**

FACEBOOK: INFORMIEREN



Schwesternverband Pflege und Assistenz gem. GmbH ist in Kilsheim.
1 Tage · 🌐

„Ich glaub, ich steh im Wald.“ – Das haben sich bestimmt die Bewohner*innen des „Haus St. Anna“ in Kilsheim gedacht, als sie die tolle Aktion der Mitarbeiter*innen gesehen haben. 🌿 Um das Wissen über den Wald und Kräuter aufzufrischen, wurden für die Senior*innen nicht nur tolle Infografiken aufgestellt, sondern auch Anschauungsmaterial aus dem Wald in die Einrichtung gebracht. 🍄

#seieineschwester #schwesternverband #pflege #altenpflege #altenheim #senioreinrichtung #sozialebetreuung #jobsinderpflege



👍 31

1 Kommentar 8 Mal geteilt

Schwesternverband Pflege und Assistenz gem. GmbH ist in Heusweiler.
18. Oktober um 06:31 · 🌐

In Heusweiler befindet sich das „Wohnen Autismus Saar“ für erwachsene Menschen mit Autismus. Sie ist die einzige Wohneinrichtung dieser Art im Saarland und bietet gemeinsam mit der „Tagesförderstätte Autismus Saar“ in Nalbach ein hochspezialisiertes Angebot für Erwachsene mit Autismus. 🧠👤 Aber wie kann man sich dort einen Tag im Leben der Bewohner*innen und Mitarbeiter*innen vorstellen? Das zeigen Euch heute die Sozialpädagogin Elena Schwenk und Einrichtungsleiter Andreas Schackmar in diesem Video! 🎥

Ihr interessiert Euch für die Arbeit mit Erwachsenen mit Autismus? Dann seid Ihr hier genau richtig! 🎯 Freie Stellen findet Ihr unter: <https://wohnen-autismus-saar.schwesternverband.de/stelle.../>

Wir freuen uns schon auf Eure Bewerbungen! ❤️

#seieineschwester #schwesternverband #autismus #heilerziehungspflege #jobsinderpflege



👍 48

4 Kommentare 21 Mal geteilt

Schwesternverband Pflege und Assistenz gem. GmbH
4 Tage · 🌐

Drachen basteln 🗂✂️, Oktoberfest feiern 🍷 und Herbstdeko 🍂🍁 So leicht lässt sich der Oktober für das „Haus Marienhöhe“ zusammenfassen. So leicht und dennoch so lecker waren auch die Reibekuchen, die man zubereitete. Was ein gelungener Monat! 🥰



Zentrum der Gesundheit
14 Std. · 🌐

Grapefruitkernextrakt gilt schon lange als Geheimtipp im Kampf gegen Bakterien, Pilze und Viren. Gerade in Zeiten mit erhöhtem Infektionsrisiko – wenn Grippe und Erkältungen grassieren – sollte der Grapefruitkernextrakt zur Hand sein. <https://www.zentrum-der-gesundheit.de/.../grapefruitkerne...>



ZENTRUM-DER-GESUNDHEIT.DE

Grapefruitkernextrakt – Das natürliche Antibiotikum

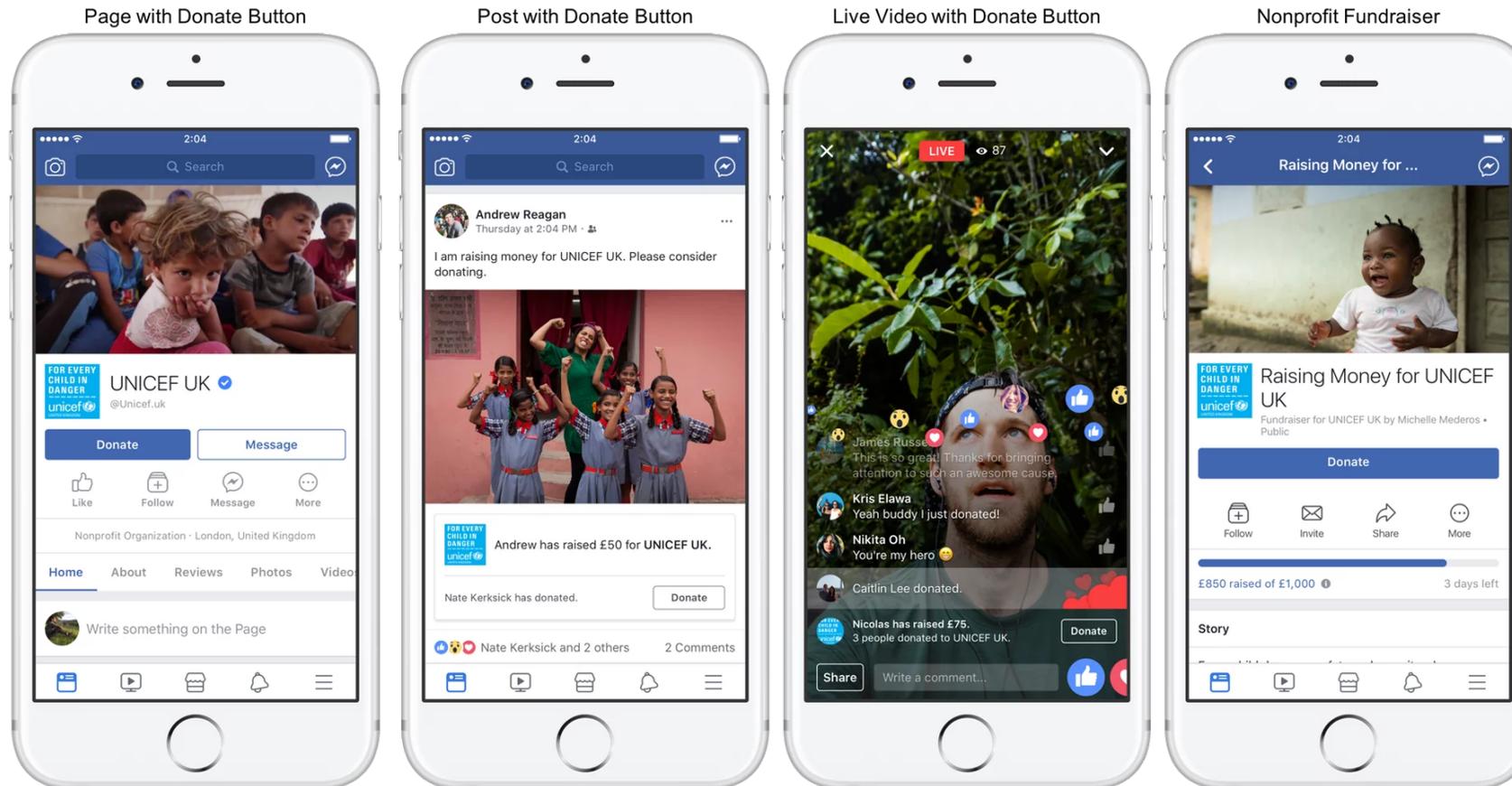
Grapefruitkernextrakt gilt schon lange als Geheimtipp im Kampf ...

👍 335

40 Kommentare 88 Mal geteilt

FACEBOOK „SPENDEN“-BUTTON

- Direkt in Facebook integrierbar
- Anleitung zur Integration: <https://www.facebook.com/help/269698566852985>



MITGLIEDER WERBEN

- Geschenkaktionen/ Sponsoring für neue Mitglieder
- Mitglieder werben Mitglieder
- Verlinkung zur Webseite (Mitgliederformular)

FIXIERTER BEITRAG

 **Förderverein der Kita St. Laurentius**
28. Dezember 2016 · 🌐

Wir begrüßen alle ganz herzlich auf unserer Facebook-Seite und laden hiermit gerne ein, sich einen Einblick in unsere Tätigkeit als Förderverein sowie die pädagogische Arbeit der kath. Kindertagesstätte St. Laurentius zu verschaffen. Gerne können sich nähere Informationen auch auf unserer Homepage eingeholt werden: <https://foerderverein-kita-saARBURG.jimdo.com/>

■ Mitglieder werben Mitglieder - Gemeinsam sind wir stärker!
Hilf uns mit Deiner Mitgliedschaft, unsere Natur zu schützen!

- Wir setzen uns jeden Tag für den Erhalt unserer Landschaften, Wälder, Wildtiere und Lebensräume ein.
- Wir machen vielfältige Angebote, Natur zu erleben. Mach mit!
- Wir schützen bedrohte Lebensräume für Menschen und Tiere.
- Wir stehen für: Keine Rücknahme von Widersprüchen und Klagen gegen Geld!
- Wir sind völlig unabhängig.



Wenn jedes Mitglied der NI ein neues Mitglied wirbt, verdoppeln wir unsere Mitgliederzahl und damit unsere Unabhängigkeit! Schließ Dich uns an!

Jeder Werber und jedes neue Mitglied erhalten als Dankeschön und Begrüßungsgeschenk unseren Kalender: **Naturschätze 2021** Landschaften, Wälder, Wildtiere und Lebensräume



Jetzt Mitglied werden:
<https://www.naturschutz-initiative.de/mitglied-werden>

Spendenkonto Nr. IBAN DE83 5729 1800 0011 5018 00
Sie erhalten nach Eingang Ihrer Spende über 200,00 € automatisch eine steuerbefreiende Spendenbescheinigung (ausdrucken Ihre Adresse angeben), darunter gerne auf Wunsch, da unter 200,00 € in der Regel der Überweisungsbeleg für das Finanzamt ausreicht.

Naturschutzinitiative e. V.
Diese Seite gefällt mir · 18. Juni 2020 · 🌐

+++ Mitglieder werben Mitglieder - Gemeinsam sind wir stärker! +++Naturschätze 2021

Hilf uns mit Deiner Mitgliedschaft, unsere Natur zu schützen!
Jetzt Mitglied werden:

- Wir setzen uns jeden Tag für den Erhalt unserer Landschaften, Wälder, Wildtiere und Lebensräume ein.
- Wir machen vielfältige Angebote, Natur zu erleben. Mach mit!
- Wir schützen bedrohte Lebensräume für Menschen und Tiere.
- Wir stehen für: Keine Rücknahme von Widersprüchen und Klagen gegen Geld!
- Wir sind völlig unabhängig.

Jeder Werber und jedes neue Mitglied erhalten als Dankeschön und Begrüßungsgeschenk unseren Kalender: Naturschätze 2021 Landschaften, Wälder, Wildtiere und Lebensräume

Mehr Infos: <https://naturschutz-initiative.de/images/PDF2020/2020Mitgliederwerbung.pdf>

Hartmut Velte, Claudia Dumblus und 12 anderen gefällt das.

3 Mal geteilt

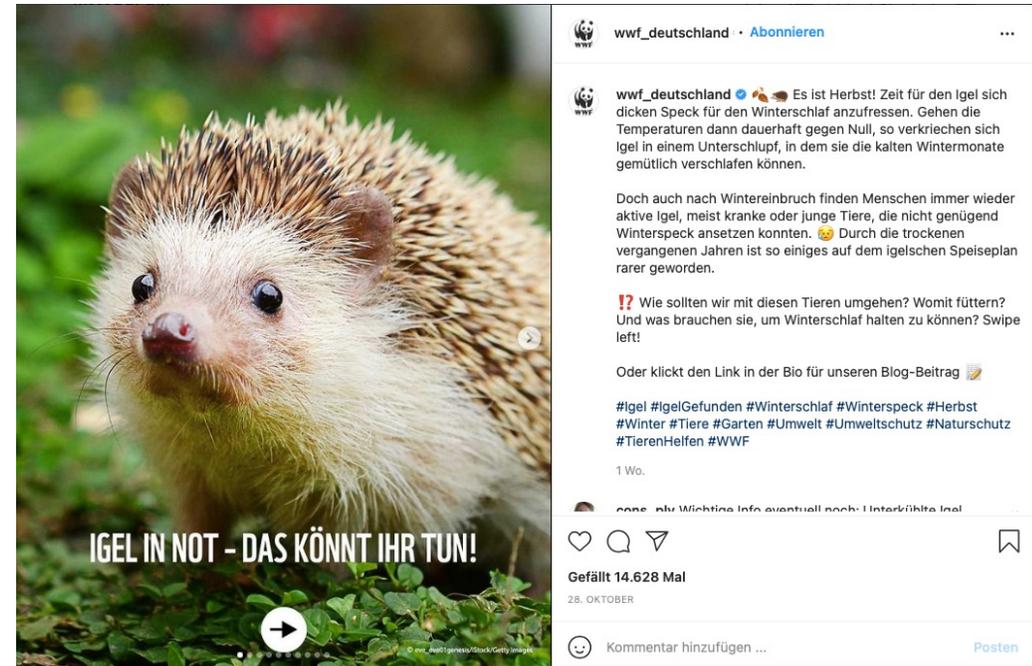
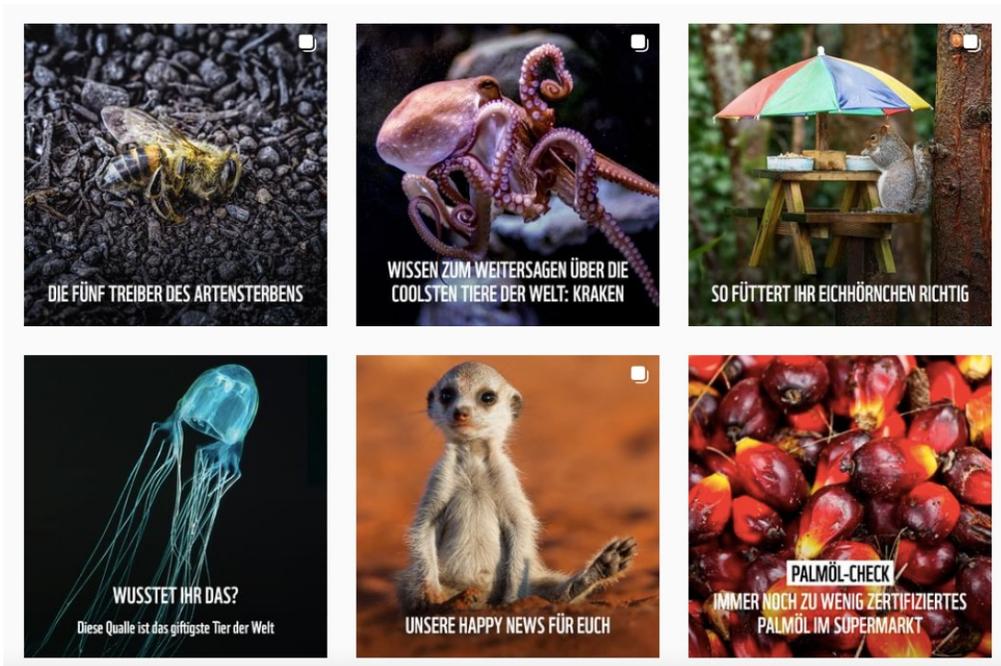
www.naturschutz-initiative.de

INSTAGRAM

- Fokus auf visuelle Inhalte: Bilder und Videos
- Jüngere Zielgruppe
- 98% Nutzung über mobiles Endgerät
- „Schaufenster“ des Unternehmens
- Wichtig: Qualitative Bilder und Nutzung von Hashtags



BEISPIELHAFTHE POSTINGS FÜR INSTAGRAM: WWF



Infotainment:
Informativer
Inhalt, der den
User unterhält

Call to Action

Auswahl an
relevanten
Hashtags

Instagram Profile sind oftmals beliebt aufgrund ihres sogenannten visuell ansprechenden „Feeds“ – die Profilseite der Organisation oder des Individuums

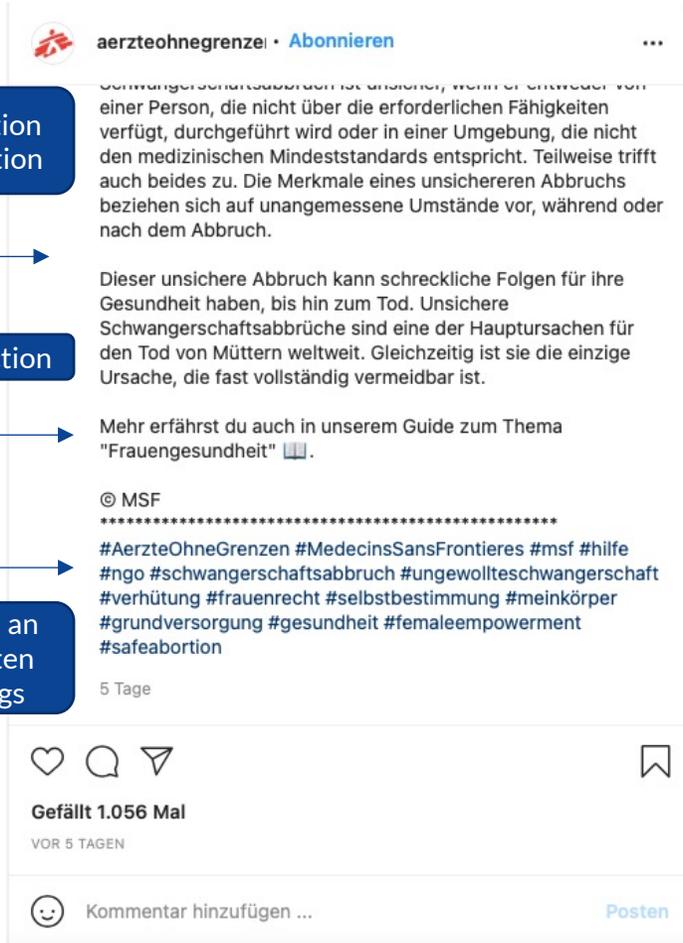
 Farblich abgestimmte Fotos
Fotos mit ähnlichem Leitmotiv

BEISPIELHAFTE POSTINGS FÜR INSTAGRAM: ÄRZTE OHNE GRENZEN

Information & Education

Call to Action

Auswahl an relevanten Hashtags



Farblich abgestimmte Fotos oder ähnliche Leitmotive erfordern nicht immer eine Kreativabteilung oder ein großes Budget.

Einfache Grafiken wie diese sind durch vorgefertigte Vorlagen in dem kostenlosen Programm Canva einfach und schnell zu erstellen

BEISPIELHAFTHE POSTINGS FÜR INSTAGRAM: SUCHTHILFE

Informieren
Besondere Anlässe
Hilfestellung

„Bio“

suchthilfe-wetzlar

111 Beiträge 354 Abonnenten 220 abonniert

Jugend-, Drogen- Suchtberatung
Sozialdienstleistungen
Suchthilfe Wetzlar e. V.
<https://www.suchthilfe-wetzlar.de/datenschutz>

Du möchtest mit uns sprechen?
Dann ruf uns an 0 64 41 2 10 29 0.
www.suchthilfe-wetzlar.de

Kontakt

Cannabis

Cannabis besitzt eine Jahrtausende alte Tradition als Nutz- und Heilpflanze und gehört zu den ältesten bekannten Rauschmitteln. Die Inhaltsstoffe haben eine Vielzahl von Wirkungen auf den menschlichen Körper.

Meist wird Cannabis zur **Rauscherzeugung** konsumiert, aber auch die Medizin hat Cannabis als **Heilmittel** wieder-entdeckt.

Die Cannabispflanze enthält über 80 verschiedene Cannabinoide - Einige von ihnen besitzen psychoaktive Wirkung. Das bekannteste davon ist das **Tetrahydrocannabinol (THC)**, dessen Gehalt jedoch je nach Pflanzensorte stark schwankt. Ein weiteres wichtiges Cannabinoid ist das **Cannabidiol (CBD)**. Dieses hat keine psychoaktive Wirkung, sondern krampflösende, schmerzstillende, entzündungshemmende und überlebensfördernde Eigenschaften.

SCHON GEWUSST?

Jedes dritte Kind leidet (nach Beginn der Pandemie) unter psychischen Auffälligkeiten

Weltkindertag
20. SEPTEMBER

Weltkindertag 20. September 2021

Geburtsstunde des Weltkindertags war am 21.09.1954.

Der Weltkindertag findet in über **145 Ländern** statt, aber nicht überall am selben Datum.

Das offizielle Datum des **Weltkindertags** in Deutschland ist der **20. September**. Thüringen ist bis jetzt das einzige Bundesland, welches diesen Tag als gesetzlichen Feiertag ernannt hat.

Am Weltkindertag wird jedes Jahr auf die **Rechte und Bedürfnisse der Kinder** aufmerksam gemacht. Themen wie **Kinderschutz, Kinderpolitik und Chancengleichheit** sollen mehr öffentlichen Diskurs erlangen und in der Gesellschaft verankert werden.

SCHON GEWUSST?

Vor allem Jugendliche und junge Erwachsene trinken seit der Coronakrise mehr Alkohol.

Break Wie weit ist und wie tief ist?

Reflect Wie bist du von dem letzten Besuch angekommen?

Relate Wie geht's nach dem letzten Kontakt?

HaLT Wie bist du mit dem Kontakt?

The image features a row of ten human silhouettes of various shapes and sizes, each filled with a vibrant, glowing cityscape at night. The lights are primarily in shades of blue, purple, and orange, creating a sense of energy and connectivity. A semi-transparent grey rectangular box is centered over the middle of the silhouettes, containing the main title in bold blue text.

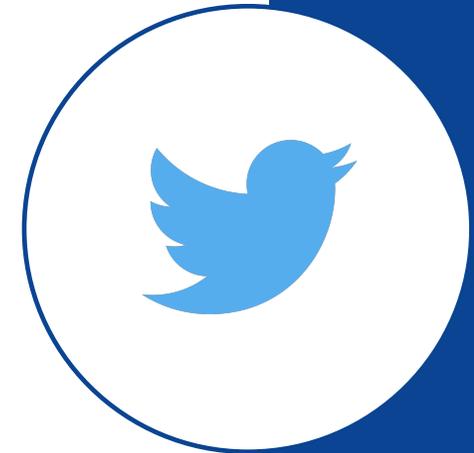
TWITTER: INFORMIEREN UND GESELLSCHAFTSPOLITISCH AKTIV SEIN

TWITTER

- Twitter = „Gezwitscher“
- Kurze Textnachrichten mit maximal 280 Zeichen (Einbindung von Bildern und Videos möglich)
- Ziele: Eigenes Netzwerk erweitern, Brancheninfos verbreiten, Veranstaltungen ankündigen
- Plus: Schnelligkeit der Informationsverbreitung

Legende:

- *Retweet: Tweets von anderen für die eigenen Follower teilen*
- *Reply: Auf andere Tweets antworten*
- *Mention: Andere Nutzer erwähnen*



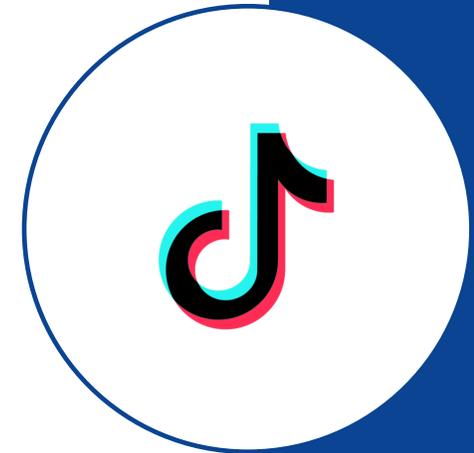
GESELLSCHAFTSPOLITISCH AKTIV SEIN

- Informieren: Auf Aktuelles/ Herausforderungen aufmerksam machen
- Trends nutzen: Tweets von anderen teilen
- Über Neuigkeiten in Organisation berichten



TIKTOK FÜR GEN Z

- Tiktok für jüngere Zielgruppe
(Altersdurchschnitt 16-25 Jahre)
- Besonders empfänglich für Trends
- Selbstgedrehte, kurze Videos – oft unterlegt mit bekannten Songs oder Filmszenen
- Ähnlich Instagram, aber vollständig videobasiert



DKMS #FIGHTCLUBFACES

- Tik Tok Kampagne zur Mitgliederwerbung für DKMS Spender → circa 1,1 Milliarde Aufrufe
- Ziel: Aufmerksamkeit der jüngeren Generationen steigern
- Ergebnis: circa 262 Mio. Video-Kreationen, circa 3 Mio. Website Klicks
- „Zeige in einem Video, wie du deinen Kampfmodus anwirfst und unserem Endgegner das Fürchten lehrt“



Werbung/ Registriert eu...



NEVER GIVE UP! ❤️ Re...



Ich sag Blutkrebs den K...



#FightClubFaces

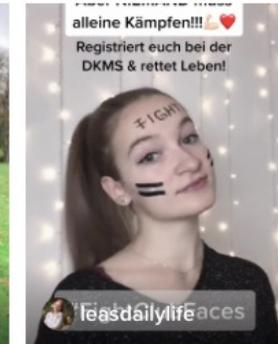
1.1B Aufrufe



Jetzt @dkms_de check...



Hold on tight and fight ...



Anzeigel Macht mit bei ...



Lasst uns gemeinsam g...



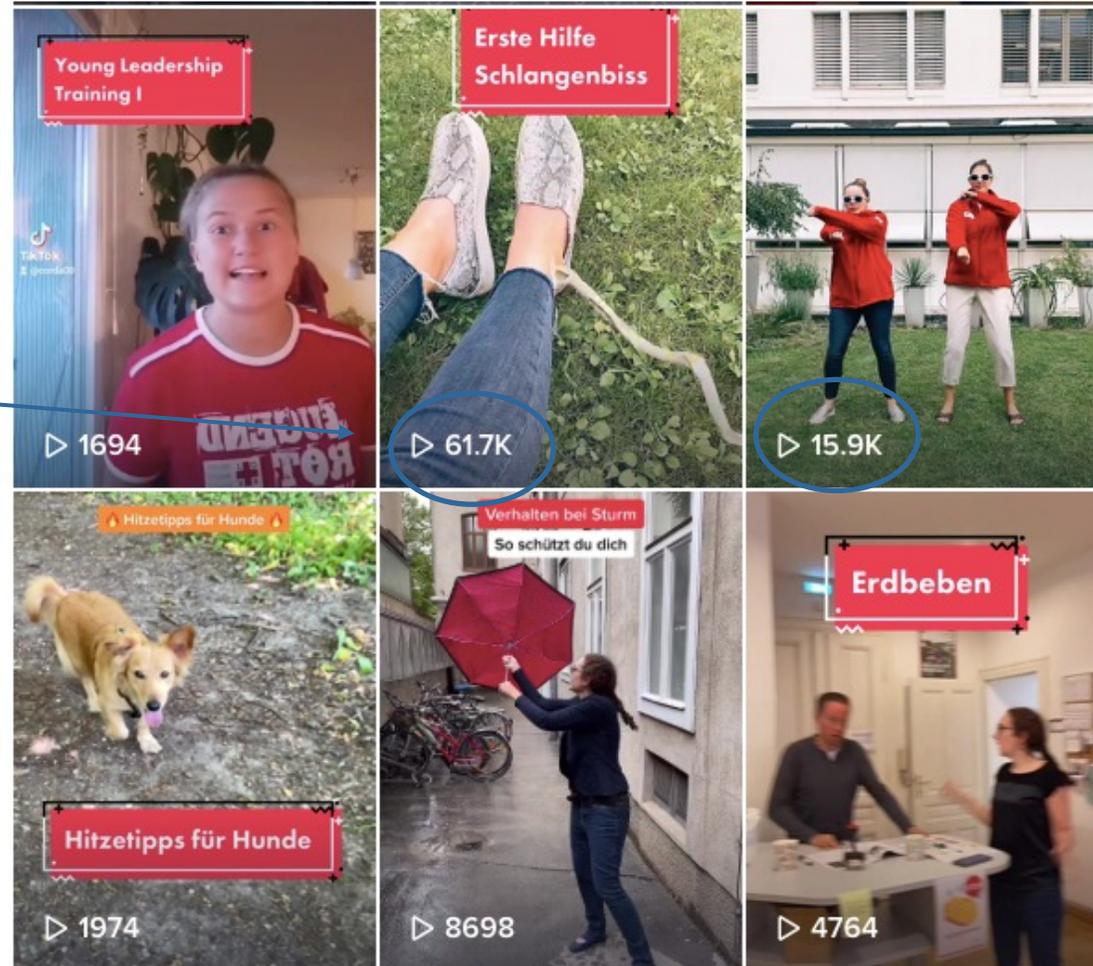
Lasst uns gemeinsam L...



Ich verdoppele Deine S...

ROTES KREUZ ÖSTERREICH

- Informieren und unterhalten
- Kreiert Nähe zum User
- Kann das Ehrenamt oder die Mitgliedschaft durch die spielerische Komponente attraktiver machen
- Potenzial für hohe Reichweite



Junge Auszubildende und Freiwillige lassen sich für solche Projekte sicherlich begeistern

The image features ten dark silhouettes of people in various poses, arranged in a line. Each silhouette is filled with a vibrant, blue-toned cityscape at night, showing lights from buildings and streets. A semi-transparent grey rectangular box is centered over the middle of the silhouettes, containing the text 'ENGAGIERTE FINDEN: BEST PRACTICE BEISPIEL' in a bold, blue, sans-serif font.

ENGAGIERTE FINDEN: BEST PRACTICE BEISPIEL

BEI KLEINEREM BUDGET



DU BIST UNSERE RETTUNG
ehrenamt-mit-blaulicht.de

**Seit 15 Jahren Friseurmeisterin
im Ernstfall Lebensretterin.**

Yvonne Bleise-Posselt – Sanitäterin und
Katastrophenschutz beim Malteser Hilfsdienst

Ob in der Freiwilligen Feuerwehr, bei Rettungs- und Hilfsorganisationen oder im Katastrophenschutz – in Sachsen engagieren sich über 50.000 Bürgerinnen und Bürger ehrenamtlich. Zeigen auch Sie Einsatz für unsere Heimat!

ehrenamt-mit-blaulicht.de
f t e SMSachsen

STAATSMINISTERIUM
DES INNERN

Freistaat
SACHSEN

Fotos von Malteser Einsatzdienste Dresdens Beitrag
in Chronik-Fotos



Malteser Einsatzdienste Dresden

8. September 2018 · 🌐

+++ DU bist unsere Rettung! +++

Minister Roland Wöllner des Sächsisches Staatsministerium des Innern hat heute beim Tag der Sachsen in Torgau die Kampagne "Du bist unsere #Rettung" vorgestellt, um bei mehr Menschen das Interesse an #ehrenamtlichen Tätigkeiten in den Bereichen Brand- und #Katastrophenschutz, zum Beispiel bei den #Maltesern, zu wecken. Als Gesichter der Malteser in Sachsen und Südbrandenburg wurden zwei unserer #Sanitäter ausgewählt.

Möchtest du unsere Rettung werden? Dann kannst du dich hier bei uns melden: www.malteser-dresden.de/.../ehrenamtlich-he.../aktiv-werden.html
Weitere Infos zur Kampagne findest du hier: www.ehrenamt-mit-blaulicht.de



Einfach gehaltenes Posting und Grafik

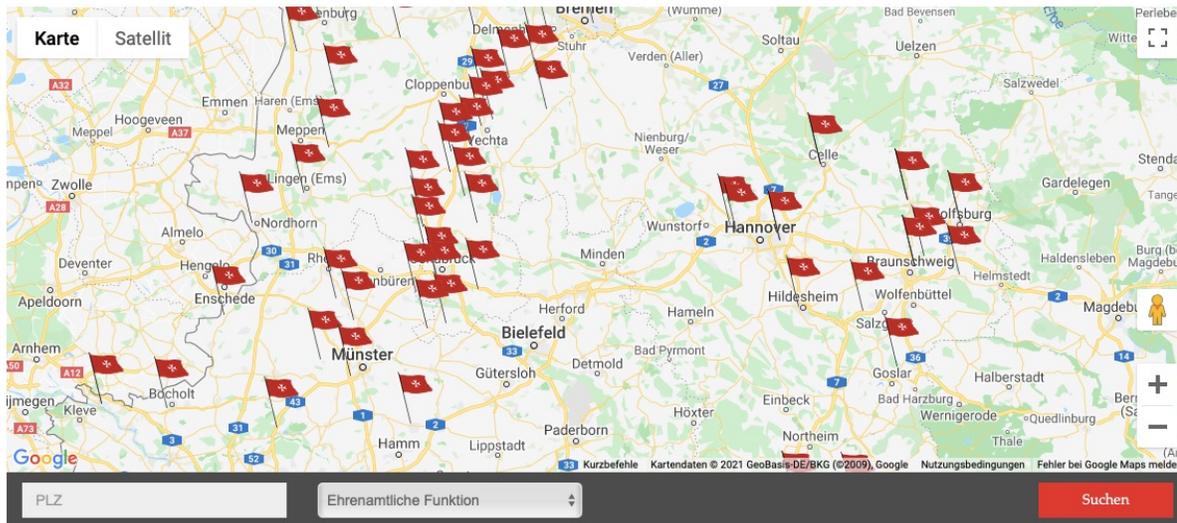
IN ZUSAMMENARBEIT MIT EINER KREATIVAGENTUR ODER MARKETING ABTEILUNG: MALTESER #WERKANNDERSOLL



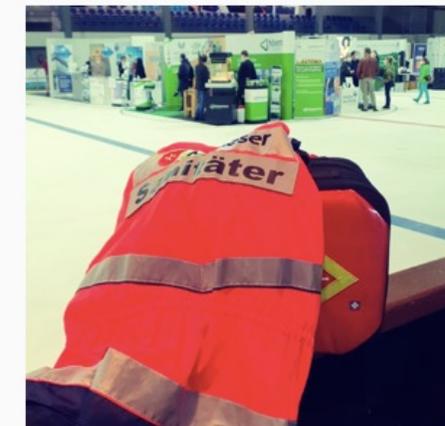
- Bewusst provokante Gestaltung: Erbsenzähler (Geschäftsführer), Papierkrieger (Verwaltungshelfer), Nerds (Webmaster)
- Instagram: 3.530 Beiträge unter Hashtag #werkanndersoll
- Abstimmung mit anderen Werbemitteln: Aktionswebseite, Plakate, Postkarten

VERNETZUNG VON KANÄLEN ZUR REICHWEITENSTEIGERUNG MALTESER #WERKANNDERSOLL

Auf der Webseite erfahren Interessierte, an welchen Orten Unterstützung benötigt wird



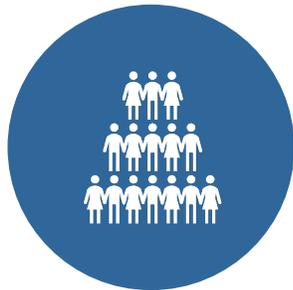
„Social Wall“
Buntes Bild der vielfältigen Aufgaben
(„Bei uns Maltesern kann man Menschen auch helfen, ohne selbst Sanitäter vor Ort zu sein“)



The image features a row of ten human silhouettes of various shapes and sizes, each filled with a vibrant, blue-toned cityscape at night. The cityscapes include skyscrapers, bridges, and streetlights, creating a sense of modern urban life. A semi-transparent grey rectangular box is centered over the silhouettes, containing the main title in a bold, blue, sans-serif font.

GUTER CONTENT UND DO'S AND DON'TS

DIE VIER PFEILER DES GUTEN CONTENTS



Den **Austausch** suchen (dieser wird vor allem durch emotionale Themen und brandaktuelle Themen gefördert)



Relevante Inhalte für die Zielgruppe finden (das Rad muss nicht neu erfunden werden)



Sachinformationen **spielerisch, kreativ, interaktiv** und **visuell** komprimieren



Engagement von Mitgliedern oder anderen Helfern zeigen → „**Helfen macht Spaß**“

DO'S AND DON'TS

	Persönlichkeit zeigen
	Mehrwert bieten
	Netzwerken
	Menschen einbinden
	Kanäle miteinander verbinden

	Social Media unorganisiert und nur ab und zu
	Alle Social Media Kanäle benutzen, nur um überall präsent zu sein
	Immer am gleichen Tag posten
	Beiträge der eigenen Webseite kommentarlos teilen

The image features a row of ten human silhouettes of various shapes and sizes, each filled with a vibrant, glowing cityscape at night. The lights are primarily in shades of blue, purple, and orange, representing buildings, streets, and traffic. The silhouettes are arranged in a slightly staggered line across the top half of the frame. A semi-transparent grey rectangular box is centered over the middle of the silhouettes, containing the main title in bold blue text.

NÄCHSTE SCHRITTE FÜR ERSTE FOLLOWER UND LIKES

NÄCHSTE SCHRITTE ...



Reflektieren:

Welche Social Media Kanäle sind relevant für uns? Haben wir genügend Ressourcen für eine professionelle Social Media Präsenz?



Priorisieren:

Wo stecken wir wie viel Arbeit rein? Welche Kanäle schließen wir aus?



Planen:

Wer ist Social-Media-Verantwortliche(r)? Wann wird gepostet? Wie oft wird gepostet? Zu welchen Themen wird gepostet?



Delegieren:

Wer ist wann für welche Teilbereiche verantwortlich? Bsp: Content liefern



Prüfen:

Führen die Maßnahmen zum gesetzten Ziel? Falls nein, was muss verändert werden

REFLEKTIEREN UND PRIORISIEREN: ERSTE ÜBERLEGUNGEN



Zentrale Fragestellungen:



- Welches Ziel verfolgen wir mit unserem Social Media Auftritt? (*Mitgliederwerbung, Spenden, gesellschaftspolitisch aktiv sein, mit Journalisten und Presse kommunizieren, Personalwerbung, Erreichen jüngerer Zielgruppen,...*)

→ Welche Kanäle sind (nicht) notwendig zur Erreichung dieser Ziele?



Haben wir eine Person/ mehrere Personen in der Organisation, welche den Social Media Kanal zuverlässig und regelmäßig pflegen kann/können?



*Top Tip:
Zur Erstellung ansprechender
Bilder und Postings ist keine
Kreativagentur notwendig.
Kostenlose Ressourcen sind
bspw.:*



movavi

<https://color.adobe.com/de/create/color-wheel>



Pexels  **flaticon**

REFLEKTIEREN UND PRIORISIEREN: DER KOSTENASPEKT



Kreativ-/ Werbeagentur oder selbst machen?



Mittlere Unternehmen mit bis zu 30 Mitarbeitern geben jährlich durchschnittlich **11.000€** für Marketingmaßnahmen aus, wovon **10-20%** auf Social Media fallen.

Kosten für eine Werbeagentur für Social Media betragen durchschnittlich **1.000€ bis 20.000€** monatlich
Einzelne Angebote mit geringem Leistungsumfang starten bei **200-300€**

Ein großes Budget ist für einen professionellen Auftritt jedoch nicht notwendig.
Kleine Social Media Präsenzen sind bereits mit einzelnen **Teilzeitstellen ohne Agentur oder über Personenstunden der zentralen Marketingabteilung** durchführbar

PLANEN, DELEGIEREN UND PRÜFEN



Gibt es eine Person, die die Verantwortung für Social Media übernehmen kann, dann...



1

Klar kommunizieren:

Wer, wann, wo, wie oft, welche Themen: Einen Redaktionsplan erstellen*

2

Verantwortlichkeiten festlegen bei mehreren Beteiligten:

Wer hat die Verantwortung für welche Kanäle/ Bereiche? Wer hat die Verfügung über Kanäle/ Postings?

3

Erfolge gegenprüfen und ggf. Content, Postingzeiten, o.ä. ändern,

Learning by doing: Werden durch den gespielten Content Likes erreicht, Follower gewonnen, Mitgliederzahlen erhöht, Teilnehmer für Events gefunden? Melden sich mehr Engagierte?

* Bei dem Veröffentlichen von Fotos (v.a. von Personen) rechtliche Hintergründe beachten

ERSTE FOLLOWER UND LIKES ERREICHEN

Schritt 1: Social Media Plattform festlegen



Beispiel:



Schritt 2: Was lieben Sie selbst an Ihrer Arbeit? Was könnte Leuten gefallen, die noch kein Mitglied sind? Gibt es zurzeit Trends? Was sollten Sie auf keinen Fall posten?



Das Miteinander der Mitglieder

Tanzabende

Besondere Figuren

Kindergruppen

Kostüme

Fotos von Mitgliedern ohne Erlaubnis

Vollständige Tänze vor Saisonstart

Verletzungen

Langweilige Texte

→ Welche kreativen Ideen für Content entstehen hieraus?
zB. „Mitglieder verkleiden sich und sagen Hallo zum Start der Session“, Einblicke in die Kostümerstellung, Updates für Tanzabende

Schritt 3: Welche Art von Personen suchen Sie als neue Mitglieder?

Eltern, die ihre Kinder für das Tanzen begeistern und anmelden

Kinder und Jugendliche

Karnevalsinteressierte

Potenzielle Helfer und Freiwillige

Lustige Menschen

→ Dies ist ein guter Start Ihre Zielgruppe zu finden

Schritt 4: Wo sind diese Personen in Ihrer regionalen Umgebung am meisten unterwegs? Gibt es Facebook Gruppen o.ä., die beliebt sind?

Wasgau

Haltestelle

Schwimmbad der Gemeinde

Grundschule

Hütte am Spielplatz

Kirmes

Facebook-Gruppe XX

Tennisverein

Weihnachtsmarkt

→ An den beliebten Orten könnten Sie erste Aushänge platzieren und für Ihren Social Media Auftritt werben

RECAP: SOCIAL MEDIA MIT KLEINEM BUDGET?

.... macht nichts!

Es gibt eine Reihe an Ideen, die Sie durch Investition von ein paar Personenstunden realisieren können:

- Veranstaltungen und Aktionen bewerben
- Spenden generieren
- Mitglieder und potenzielle Mitglieder auf sich aufmerksam machen (z.B durch Postings zu Alltäglichem)
- Mitglieder werben bspw. durch Verlinkung von Social Media auf die Webseite oder Geschenkaktionen
- Stellen ausschreiben und Arbeitsplatz für neue Mitarbeiter attraktiver machen

[...]

**Haben Sie andere kreative Ideen oder probieren bereits etwas aus?
Lassen Sie uns diskutieren 😊**

WIR BEGLEITEN SIE IN IHRE DIGITALE ZUKUNFT!

CONTACT US

August-Wilhelm Scheer Institut
für digitale Produkte und Prozesse

Uni Campus Nord 1
66123 Saarbrücken
Saarland, Germany



Michelle Weber
Digital Associate

Mail: michelle.weber@aws-institut.de



www.aws-institut.de

IHRE FRAGEN: PLANUNGSTOOLS FÜR SOCIAL MEDIA

Die folgenden Tools stellen eine begrenzte Auswahl am Markt dar.
Aufgrund unserer Anbieterneutralität sprechen wir keine explizite Empfehlung aus.



IHRE FRAGEN: SOCIAL MEDIA AGENTUREN

Die folgenden Agenturen stellen eine begrenzte Auswahl am regionalen Markt dar. Aufgrund unserer Anbieterneutralität sprechen wir keine explizite Empfehlung aus.

SAR.Agentur 



mabadesign 
webdesign & online marketing agentur

STIEBEL.CREATION
AGENTUR FÜR KREATIVES MARKETING



CLEMENS MEDIA

