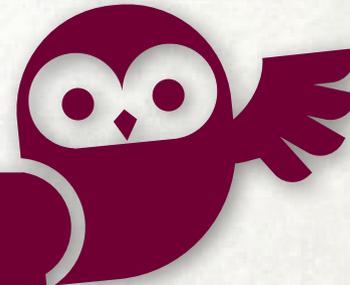


landen
auf dem
Lande



WISSEN KOMPAKT

Social Media
sinnvoll nutzen

Ein Projekt von



trafo e.V.

mohio

ALLGEMEINE HERAUSFORDERUNG

Die Nutzung sozialer Medien erscheint zunächst als mächtiges Werkzeug für Vereine und NGOs, um mit verhältnismäßig wenig Aufwand in Kontakt mit Mitgliedern und Zielgruppen zu bleiben, Veranstaltungen zu bewerben oder Inhalte zu verbreiten. 38 Millionen Menschen in Deutschland nutzen derzeit aktiv soziale Medien, Tendenz steigend. Das klingt zunächst nach einem hohen Potenzial.

Eine effektive Präsenz auf den Social Media Kanälen ist allerdings gerade für kleinere Vereine häufig eine schwierige Herausforderung. Wie viel Arbeit und welche Ressourcen stecken hinter einem „professionellen“ Social Media? Braucht es überhaupt die Nutzung von verschiedenen Kanälen und Plattformen, um die Ziele der Organisation umzusetzen?

Leitfragen

- ▶ Welche unterschiedlichen Social Media Strategien gibt es, um Menschen auf dem Land und/oder in der Stadt zu erreichen?
- ▶ Kann man auch mit wenig viel erreichen?



RAHMENBEDINGUNGEN



Warum es sich
lohlen kann,
Social Media
zu nutzen...

Reichweite

- vergleichsweise einfache Möglichkeit, viele Menschen (besonders bestimmte Zielgruppen) zu erreichen, zudem größer als über E-Mail-Verteiler
- bieten Chance des zufälligen Findens

Glaubwürdigkeit

- Einrichtungen ohne Social Media Präsenz wirken mitunter „unseriöser“.

Kommunikation

- Einfachster Weg, um mit Menschen in direkten Kontakt zu treten.

Inspiration

- Wenn es die richtigen Leute erreicht, lassen sich durch Kampagnen, Aktionen und Informationen zu einem bestimmten Thema Menschen motivieren.

Blase erweitern

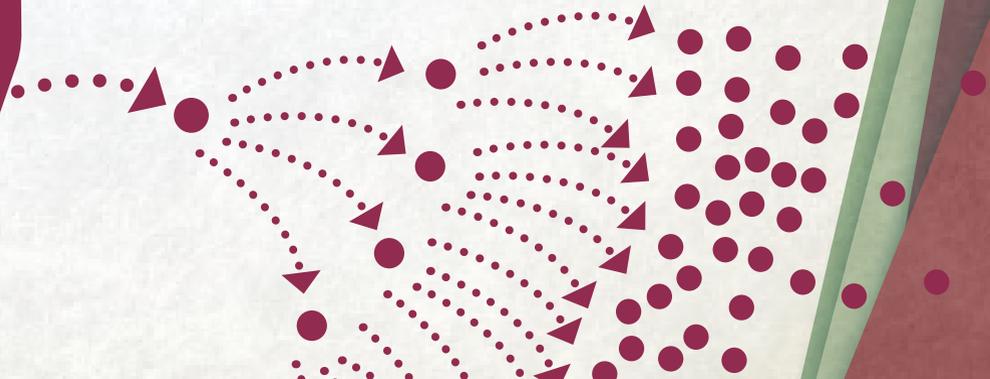
- Menschen und Institutionen erreichen, die man zuvor nicht auf dem Schirm hatte.

Netzwerken

- Sich mit ähnlichen Einrichtungen und potenziellen Förderern vernetzen. Gegenseitige Verlinkungen und gemeinsame Kampagnen können helfen, die Reichweite zu steigern.

Transparenz

- Gute Möglichkeit, um die eigene Arbeit zu präsentieren, wirkt mitunter „nahbarer“ sofern gewünscht.



LÖSUNGSVORSCHLÄGE

Warum brauche ich ein Konzept?



Die zentrale Frage, die man sich als Organisation stellen sollte: Welchen Vorteil/Mehrwert erhoffe ich mir, wenn meine Einrichtung Social Media nutzt?

- Denn: Social Media ist zeitintensiv! Erfahrungen haben gezeigt, dass es effektiv nicht „so nebenbei“ funktioniert!
→ Es empfiehlt sich ein Konzept zu erarbeiten!

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Zeitfaktor

- Ressourcen werden effizienter genutzt
- Betreuung der Kanäle wird Teil der Arbeitszeit und keine Nebenbeibeschäftigung
- Aufgaben werden sinnvoll aufgeteilt, Verantwortlichkeiten und Zuständigkeiten schaffen (z.B. Person, die immer Fotos macht)
- es spart Ressourcen

Ziel

- Ein definiertes Ziel lässt sich überprüfen und man kann darauf hinarbeiten: Monitoring und Evaluation ist möglich anhand vorab definierter Kriterien.
- Keine Verschwendung von Ressourcen durch wahllose Produktion.
- kein Frust, weil Inhalte umsonst produziert wurden
- höhere Zielgruppenorientierung

Qualität

- zielführender arbeiten
- hochwertigere Inhalte
- Algorithmen mögen Struktur und Regelmäßigkeit, was die Reichweite erhöht.

LÖSUNGSVORSCHLÄGE

Höhere Qualität und Ressourcensparen

- durch Konzept, bewusstes Produzieren und dadurch evtl. „Vorarbeiten“ und „Abarbeiten“ möglich

ein konkretes Social Media Konzept

- lässt sich hinsichtlich der Effektivität besser evaluieren (insbesondere der Zeit-Nutzen-Aufwand)

Tipp

- „Konkurrenz“ beobachten!
- sich von erfolgreichen Angeboten ähnlicher Einrichtungen inspirieren lassen

Vorgehensweise bei der Konzepterarbeitung



1. Ressourcen/Kapazitäten prüfen
Wie viel Zeit pro Woche steht dafür zur Verfügung?
→ „Faustregel“
 - „Nur nebenbei“? → max. ein Kanal, ein bis zwei Inhalte pro Woche
 - Halbe Stelle? → ein bis zwei Kanäle, drei bis vier Inhalte pro Woche
2. Zielgruppe/n definieren
Potenzielle Financiers, Mitglieder meines Vereins, breite Öffentlichkeit, potenzielle Teilnehmende etc.?
→ Inhalte auf Zielgruppe zuschneiden
3. Ziel definieren: Was möchte ich erreichen?
Aufmerksamkeit/Reichweite/Bekanntheit, über Thema informieren, Veranstaltungen bewerben, Interessent:innen updaten, Einblick in Arbeit geben, zusätzliche Kontaktmöglichkeit etc.
4. Kanal/Kanäle wählen
(Wir nutzen ... weil da ... sind. Dadurch können wir ... tun.)
5. Das Konzept darauf anpassen

WEITERE TIPPS

Stadt vs. Kleinstadt vs. Land

Stadt

„Alles ist möglich.“

- Es gibt in Städten häufig Chats auf verschiedenen Plattformen (Facebook, telegram, Signal etc.), die genutzt werden können, um Informationen/Veranstaltungen zu teilen.

Land

- private Netzwerke pflegen, am besten über Messenger

Dörfer und Kleinstädte

- haben Facebook Orts-Gruppen, in der Viele aus dem Dorf aktiv sind
- Menschen informieren sich über Soziale Kanäle, z.B. wenn Straßen gesperrt sind, jemand Dinge verloren hat, Informationen/Veranstaltungen geteilt werden.
 - » Zum Teil auch „WhatsApp-Dorfgruppen“, wo sämtliche Menschen aus dem Ort drin sind
 - » Potenzial als Organisation möglicherweise an diese WhatsApp-Gruppen anknüpfen (Bereits existierende Kanäle nutzen!)

MÖGLICHE FALLSTRICKE



Begrenze zeitliche/finanzielle/personelle Ressourcen
Mittel und Ressourcen müssen erfahrungsgemäß
zwangsweise aufgewendet werden, um effektive
Social Media Arbeit zu betreiben

- Qualität steht vor Quantität: alle Kanäle zu bespielen, bedeutet sehr hohen Arbeitsaufwand!
 - » Menschen dazu bewegen, mit meinen Posts zu interagieren
 - » Es braucht ein Konzept, alles andere ist häufig „Zeitverschwendung“.
- Frage: Professionelle Social Media Betreuung oder ich lasse es ganz?

Unverbindlichkeit von Social Media

Menschen „denken“, sie hätten an Veranstaltungen teilgenommen, wenn sie auf *Zusagen* geklickt haben

- Arbeit hört nicht auf, sobald ich Zusagen habe bei Facebook. Es braucht eine Strategie, dass diese Menschen dann auch wirklich motiviert sind zu kommen.
- » Tipp: Einen Tag vorher per **Privat-Nachricht** Erinnerung schicken.

Copyright und Lizenzgebühren bei Posts beachten

- Zitieren und Quellenangaben sind wichtig. Dann dürfen Ausschnitte aus z.B. ZDF-Beiträgen verwendet werden.

FAZIT, WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN UND LINKS



▶ Potenzial ist vorhanden, da ein Großteil der Menschen in Deutschland Social Media nutzt

→ Aber: Social Media ist zeitintensiv und funktioniert effektiv nicht „so nebenbei“

▶ Definiert eure Ziele, Vorteile, Mehrwert für Social Media Nutzung

▶ Lernt eure Zielgruppe kennen

▶ Beachtet zeitliche und personellen Kapazitäten

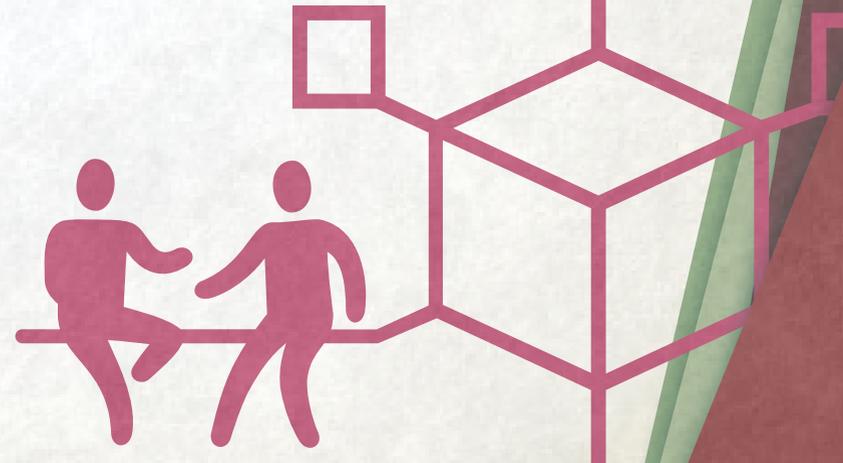
▶ Nicht auf allen Hochzeiten gleichzeitig tanzen

▶ Qualität vor Quantität

▶ Erarbeitet ein Konzept

▶ Messt und evaluiert eure Erfolge und passt gegebenenfalls euer Konzept an

- <https://blog.hootsuite.com/de/social-media-statistiken-2019-in-deutschland>
- <https://www.futurebiz.de/social-media-nutzerzahlen>
- Beispiele für „erfolgreiche Social Media Konzepte“: BvG (Selbstkritik, Selbstironie)
<https://www.bvg.de/de/weilwirdichlieben>



SOCIAL MEDIA SINNVOLL NUTZEN

IN
DEUTSCHLAND
NUTZEN

98%
DAS
INTERNET

3/4
NUTZEN
YOUTUBE

INSTAGRAM
WÄCHST
RÄSANT!

AUF DEM
LAND:

AUCH LOKALE
GRUPPEN UND
DÖRFER ORGANISIEREN
SICH ÜBER MESSENGER-APPS

SOZIALE MEDIEN
FORDERN
INTERAKTION!

MAILS
WERDEN
OFT NICHT
GELESEN!

ANDERER
NUTZEN:
SHARING IS
CARING
GRUPPEN

ZUSTÄNDIGKEIT
SCHAFFEN

ZIELE UND
NUTZEN
KENNEN

QUALITÄT
VOR
QUANTITÄT

SOCIAL MEDIA
MIT
KONZEPT

- 1 RESSOURCEN
CHECKEN
- 2 ZIELGRUPPE
DEFINIEREN
- 3 ZIEL DEFINIEREN
- 4 WELCHE KANÄLE?

5
KONZEPT

JONAS
HEIDBRECHT

mohio

mohio

Robert-Franz-Ring 13
06108 Halle (Saale)

0345 - 61 41 59 93
kontakt@mohio.org
www.mohio.org



Trafo e.V.

c/o Kümritz
Kochstraße 57
04275 Leipzig

info@trafo-leipzig.de
www.trafo-leipzig.de

„Landen auf dem Lande“ ist ein Gemeinschaftsprojekt der Vereine mohio (Halle) und trafo (Leipzig). Beide Organisationen führen in der Region Mitteldeutschland seit Jahren Workshops an Schulen und Berufsschulen mit Schwerpunkt BNE, Umwelt- und Demokratiebildung durch.

Diese Projekt wird gefördert durch

**Brot
für die Welt** mit Mitteln des
Kirchlichen
Entwicklungsdienstes



**ENGAGEMENT
GLOBAL**

Service für Entwicklungsinitiativen



mit Mitteln des

BMZ  Bundesministerium für
wirtschaftliche Zusammenarbeit
und Entwicklung

Für den Inhalt dieser Publikation ist allein mohio e.V. verantwortlich; die hier dargestellten Positionen geben nicht den Standpunkt von Engagement Global GmbH oder dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung wieder.

Weitere Informationen unter

<https://trafo-leipzig.de/projekte/landen-auf-dem-lande>
<https://mohio.org/landen-auf-dem-lande>