

Facebook, Twitter & Instagram – Wie organisiere ich erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit für Vereine und Initiativen mit Social Media?

Trainerin: Dena Kelishadi – Journalistin

Was ich mache:

- Reportagen und Beiträge beim RBB (Radio + TV)
- Deutschlandradio (Radio + Social Media)
- Medientrainerin
- Aktives Mitglied bei ndm

Dena Kelishadi
www.denakelishadi.com
Twitter: @denaberlin
Instagram: @denakelis



Social Media in der Presse- und Öffentlichkeits- arbeit

- Was posten Sie wann?
- Welche Themen eignen sich für die verschiedenen Kanäle?
- Ziel: Vermittlung von Kompetenzen für die erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit im Netz

Die
analoge
Gesellschaft

Die
digitale
Gesellschaft

Was sind digitale Netzwerke?

- „Sie erleichtern es Menschen, Informationen aller Art miteinander zu teilen und soziale Beziehungen zu pflegen.“ (Schmidt 2013)
- Früher bestimmten Journalist*innen, wer spannend genug war, um in die Zeitung, ins Radio oder ins Fernsehen zu kommen.
- Heute bestimmen Organisationen, Unternehmen und das Publikum selbst mit – und zwar durch soziale Medien.

Professionelle Pressearbeit



Und welches ist der richtige Kanal für uns?

- Facebook:
 - persönlich
 - meinungsstarke Inhalte
 - spielerisch oder unterhaltsam
 - Inspiration
- Twitter:
 - aktuell
 - schnell
 - neue Ereignisse oder Fakten
- Instagram:
 - visuell
 - emotional ansprechend
 - ästhetisch

Facebook

facebook

- Facebook ist deutschlandweit das Netzwerk mit den meisten Nutzer*innen (etwa 30 Mio.)
- Algorithmus „Edgerank“ zeigt immer die relevantesten Beiträge an, es zählen Likes und Timing, weniger ist mehr.
→ Dadurch „Filterbubble“ und „Echokammereffekt“
- Kurze Texte (ca. 3-4 Zeilen) mit Inhalten, die gerne geteilt oder kommentiert werden.
- Reichweitenstarke Zeit am frühen Morgen und am Abend, Inhalte sollten zum Tageszeitpunkt passen.
- Wichtig aufgrund des Rankings: Mindestens eine Stunde Zeit lassen zwischen einzelnen Postings!

Twitter



- Weltweit 317 Mio. aktive Nutzer,
- In Deutschland: etwa 5 Mio. (Stand Dez. 2017)
- Primäre Zielgruppe: > 18 Jahre alt, eher männlich
- Twitter ist hierzulande nach wie vor ein Nischenmedium (6 % d. Bevölkerung)-.
- Aber Netzwerk mit Leitmedium-Charakter, weil viele Menschen aus der Medienbranche angemeldet sind.

Instagram und YouTube



- Instagram: Primäre Zielgruppe: 14 – 29 Jahre alt, männlich und weiblich
- Viele Hashtags nutzen (10 – 20 # als Richtwert)
- Mobile Nutzung auf dem Smartphone
- Detailaufnahmen mit hoher Bildqualität
- Eigene Bildsprache entwickeln: Filter einheitlich auswählen
- Profiltext: anklickbarer Link zur Webseite / anderen Kanälen

Was sollen wir bloß jeden Tag posten?

- Redaktionsplan erstellen, einfacher anhand Vorlagen: <https://www.onlinemarketing-praxis.de/social-media/social-media-redaktionsplan-muster-als-vorlage>
- Was könnte Bürgerinnen und Bürger, Mitglieder und andere Stakeholder an diesem Thema besonders interessieren? Welche Fragen, Sorgen und Nöte hat Ihre Zielgruppe, wie kann ich diese lösen und alle bestmöglich informieren?
- Verzichten Sie auf reine Selbstdarstellung Ihrer Organisation!
- Verbinden Sie ihre Botschaft mit einer Geschichte: <http://significantobjects.com/about/>

Humorvolle Ansprache

#trending
-
Good Practice
Beispiele



Unser Sitzmuster. Endlich auch in der Käsetheke erhältlich!

👍 6.715 💬 288 ➦ 224

#trending
-
Good Practice
Beispiele



sixtde

Folgen

672 Beiträge

6.408 Abonnenten

408 abo

Sixt Deutschland >Offizielles Profil der Sixt Autoverleiher
Chance auf einen Repost markiert euer Foto mit #S
www.sixt.de/informationen/impressum

Ästhetisches
„Look & Feel“



Identifikation über Werte und politische Einstellungen

#trending

-
Good Practice
Beispiele



Quelle: Instagram / Amadeu Antonio Stiftung

Checkliste für Postings

| Relevanz | Timing | Emotion | Story | Nutzen | Interaktion |
|-------------|--------------|-------------|--------------|----------------|-------------|
| Gering | Egal | Beliebig | Unklar | Fraglich | Keine |
| Mittel hoch | Geeignet | Ansprechend | verständlich | wahrscheinlich | Liegt nah |
| Dringend | erforderlich | Bewegend | Fesselnd | Konkret | motiviert |

Social Media Strategien

— 5 Tipps

1. Inhalte auf Zielgruppe abstimmen
2. Ideale Posting-Frequenz finden
3. Kontinuität beibehalten (Rollen verteilen, evtl. Fotografinnen ins Team holen)
4. Redaktionsplan nutzen
5. Auf *Unique Selling Point* konzentrieren (→ „Was könnten wir am Ehesten bieten?“)

Link- Tipps

Zum Weiterlesen
und informiert
bleiben

Die wichtigsten News und Debatten rund um
Social Media im Überblick:

- <https://socialmediawatchblog.de/>
- <https://blog.wdr.de/digitalistan/>
- <https://meedia.de/tag/trending/>
- <https://www.1000flies.de/>

So funktioniert der Newsfeed:

- <https://facebook.com/help/1155510281178725>

Vielen Dank!

