

neueshandeln

27. Mai 2021

Social Media Seminar

Lokale Allianzen für Menschen mit Demenz

Gefördert vom:



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend



NETZWERKSTELLE
**Lokale Allianzen für
Menschen mit Demenz**

Agenda I

- 10.00 Uhr Begrüßung
- 10.30 Uhr Warum Öffentlichkeitsarbeit wichtig ist
- 10.45 Uhr Übersicht Kanäle
- 11.15 Uhr Übersicht Formate
- 11.45 Uhr Pause

Agenda II

- 12.00 Uhr Gruppenarbeit: Gemeinsam Inhalte entwickeln
- 12.45 Uhr Tools und Hilfsmittel
- 13.10 Uhr Bilddatenbanken
- 13.20 Uhr Noch Fragen?
- 13.30 Uhr Zusammenfassung

Ankunft & Begrüßung

Willkommen!

Was erwarten Sie sich vom heutigen Seminar? Wie schätzen Sie Ihren aktuellen Kenntnisstand ein?

Gehen Sie auf www.menti.com und geben Sie den Code **8316 6261** ein, um die Fragen zu beantworten.

Was erwarten Sie sich vom heutigen Seminar?

inspiration

Info über Facebook und Instagram, Unterschiede?
Welche Kanäle sind für uns passend?

Einstieg ins Thema, Überblick für die zu dem
Thema Demenz passende Plattformen

Neue Kenntnisse über Social Media, vor allem das
Format Instagram, da wir diese Plattform gerne in
der Generationenarbeit (Diakonie) etablieren
möchten!

Tipps für den Start zum Aufbau

Inspiration

Datenschutzrechtliche Maßnahmen

Kleine Hinweise, die meine Social Media-Arbeit
noch verbessern

Dass ich hinterher weiß wie es geht!

Was erwarten Sie sich vom heutigen Seminar?

Wie starte ich in das Thema Social Media?

Tipps und Tricks zum Aufbau

Input zu Ideen, wie man den Austausch über das Thema Demenzen differenziert und auch für verschiedene Zielgruppen aufbereiten kann...

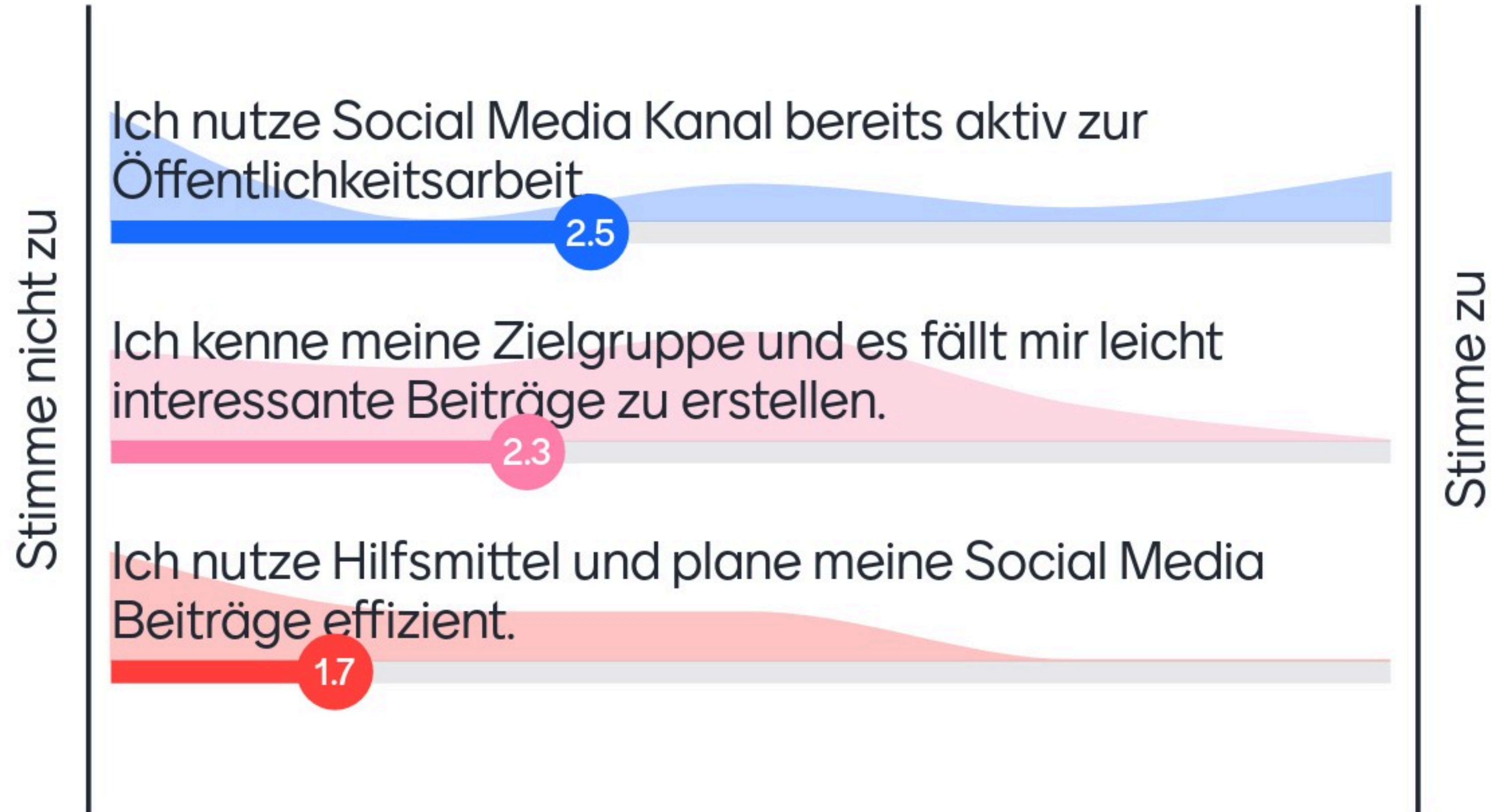
Social Media Auftritt verbessern oder erweitern.

Einstieg Facebook, Instagram etc. Rechtliche Fragen ob ich als Privatperson oder als Organisation auftreten kann / muss

Hintergrundwissen Aufbau berufliches Instagram-Profil

Leitfaden

Wie sieht Ihre aktuelle Nutzung von Social Media aus?



Social Media in der ÖA

Warum Öffentlichkeitsarbeit mit Social Media wichtig ist

Wie soziale Netzwerke für Öffentlichkeitsarbeit genutzt werden können

- Ankunft & Begrüßung
- Social Media in der ÖÄ
- Kanäle
- Formate
- Gruppenarbeit
- Tools & Hilfsmittel
- Bilddatenbanken
- Fragen
- Fazit

- Nicht mehr nur für Privatpersonen
- Mittlerweile auch viele Vereine, Verbände, Bildungsinstitutionen
- Jeder kann Beiträge veröffentlichen
- Beiträge sind nicht an große Herausgeber gebunden
- Community baut Vertrauen auf, Ihr Expertenstatus entsteht

Einführung in soziale Netzwerke

- Eigentlich zum Vernetzen und Austauschen gedacht
- Interaktion ist großer Erfolgstreiber im Vergleich zu eindimensionaler Kommunikation (TV, Zeitung)
- Fast die Hälfte aller Deutschen nutzen Social Media
- Große Vielfalt an Inhalten wegen der Kombination aus Bild, Video, Audio, Text und Live-Übertragungen
- Kostenfreie Nutzung gegen Sammlung von Daten

Vorteile eines Social Media Auftritts

- Aufbau eines eigenen Netzwerkes („digitales Netzwerk“)
- Expertenstatus im eigenen Themengebiet festigen
- Aufmerksamkeit für die eigene Arbeit schaffen
- Neue Netzwerkakteure für gemeinsame Projekte finden
- Austausch & Inspiration mit anderen Profilen

Social Media in der ÖA › Erste Schritte

Erste Schritte

1. Zielgruppe definieren

Wen wollen Sie erreichen?

- Angehörige von Menschen mit Demenz
- Menschen mit Demenz
- Multiplikatoren
- Akteure
- Bürgerinnen und Bürger im lokalen Umfeld
- Presse



2. Kanal auswählen

Wo hält sich Ihre Zielgruppe auf?
Auf welcher Plattform fühlen Sie sich selbst wohl?



3. Verantwortlichkeiten klären

Wer übernimmt den Kanal?

Unter welchem Namen werden Sie aktiv?

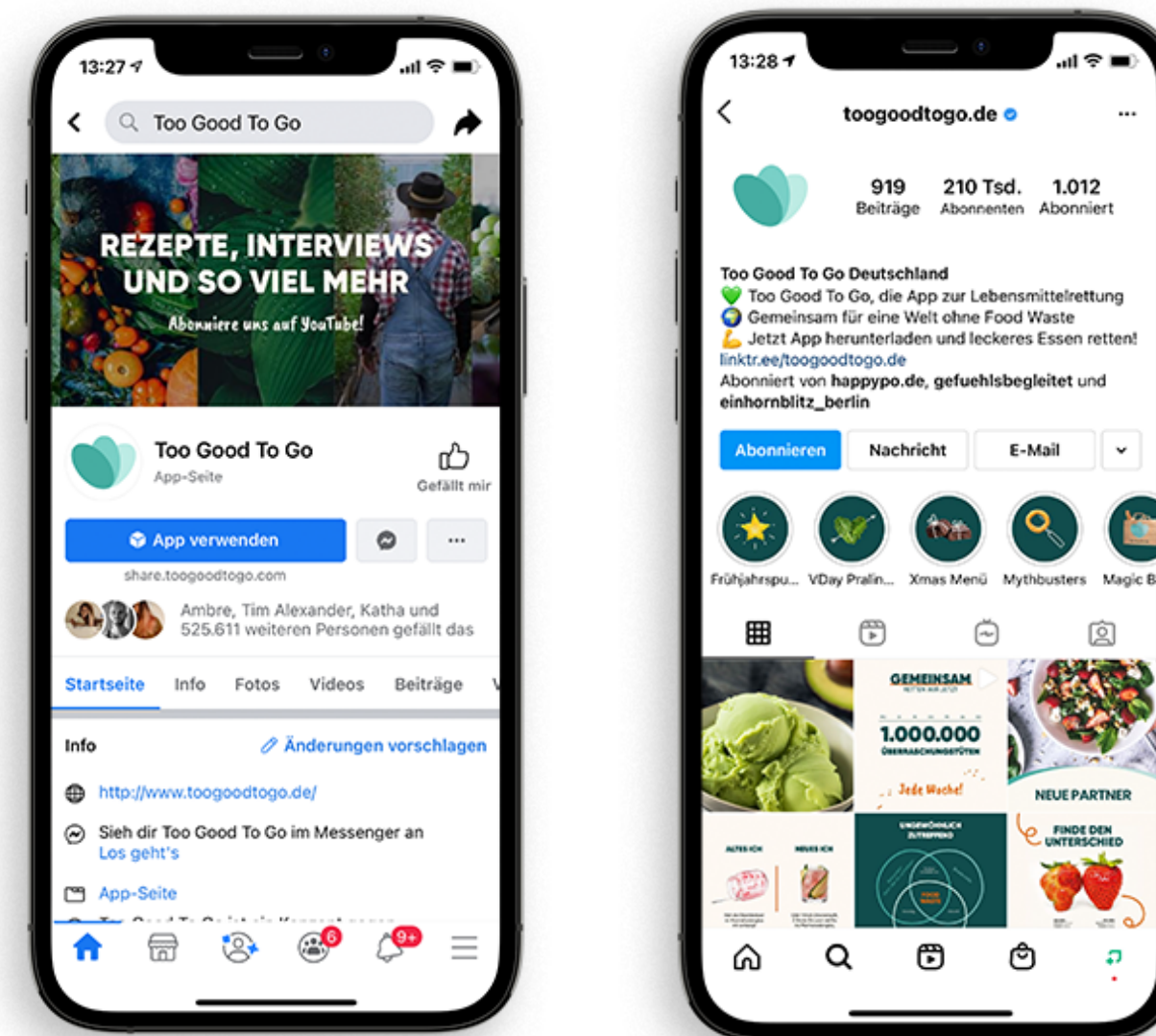
Wer erstellt und gibt Beiträge frei?

Wer interagiert mit der Community?



3. Profil einrichten

Achten Sie auf einen einheitliches Aussehen und eine klare Message.



4. Tools & Hilfsmittel auswählen

- Redaktionsplan
- Scheduling Tools
- Batching
- Content-Recycling
- Feste Nutzungszeiten



5. Legen Sie los!

Veröffentlichen Sie Ihren ersten Beitrag und folgen Sie anderen interessanten Profilen.



Kanäle

Übersicht Kanäle

Welcher Kanal passt am besten zu mir?

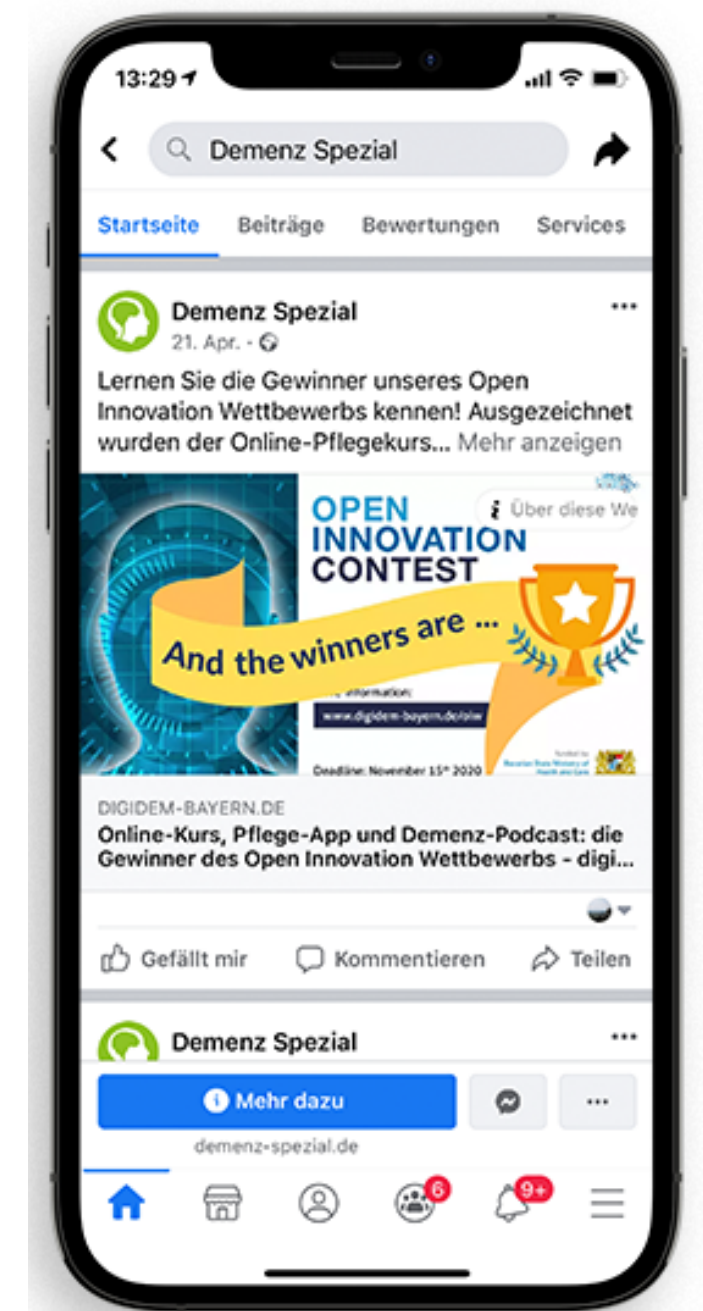
- Was biete ich an?
- Wer ist an meinem Angebot interessiert?
- Was ist mein Ziel?
- Auf welchen Kanälen hält sich meine Zielgruppe auf?
- Auf welcher Plattform fühle ich mich am wohlsten?



- Ankunft & Begrüßung
- Social Media in der ÖÄ
- Kanäle
- Formate
- Gruppenarbeit
- Tools & Hilfsmittel
- Bilddatenbanken
- Fragen
- Fazit

Facebook

- Personalisierte Startseite anhand Interessen
- Wird sehr stark für Veranstaltungen und Gruppen genutzt
- Live-Übertragungen
- Persönliches Profil vs. Seite
- 32 Millionen Deutsche vertreten
- Altersgruppe 25-34 am stärksten vertreten



Ankunft & Begrüßung
Social Media in der ÖÄ

- Kanäle
- Formate
- Gruppenarbeit
- Tools & Hilfsmittel
- Bilddatenbanken
- Fragen
- Fazit

Instagram

- Personalisierter Feed nach Algorithmus
- Ästhetische Bilder
- Live-Übertragungen & Videos im „IG TV“
- Beiträge durch Hashtags gekennzeichnet und wiederauffindbar
- Nur ein klickbarer Link im Profil bis 10k Follower
- 21 Millionen Deutsche angemeldet
- Mehr als 1/3 davon zwischen 14 und 29 Jahren



Twitter

- Personalisierter Feed nach Algorithmus
- Kurze und prägnante Texte bis 280 Zeichen
- Informativer Charakter, sehr ähnlich zu News
- 1,4 Millionen täglich aktive Nutzerinnen und Nutzer

Youtube

- Videos, Reportagen, Filme
- Suchmaschine für Videos
- Personalisierte Startseite nach Algorithmus
- 6 Millionen deutsche Nutzerinnen und Nutzer, nur rund 15% nutzen die Plattform täglich
- Mehrheit der Nutzer ist zwischen 25 und 44 Jahren

- Ankunft & Begrüßung
- Social Media in der ÖA
- Kanäle
- Formate
- Gruppenarbeit
- Tools & Hilfsmittel
- Bilddatenbanken
- Fragen
- Fazit

LinkedIn & Xing

- Geschäftliche Beziehungen
- LinkedIn eher im internationalen Raum
- Xing im deutschsprachiger Raum

Lernen Sie Ihre Zielgruppe kennen

- Ist Ihre Zielgruppe aktiv und veröffentlicht selbst Beiträge?
- Liest sie eher nur im Stillen mit?
- Haben sie viele Freunde oder Follower?
- Welchen anderen Seiten oder Profilen könnten sie folgen?
- Wofür interessieren sie sich?

—> umso besser Sie Ihre Zielgruppe kennen, umso leichter wird es Ihnen fallen den richtigen Kanal auszuwählen und interessante Beiträge für sie zu erstellen

Formate

Übersicht Formate

Wann lohnt es sich zu posten?

- Nicht nur zum Informationsaustausch, sondern auch zur Inspiration und zum Zeitvertreib
- Alltagsgeschichten, behind the scenes
- Wann immer Sie sich mit Ihrem Themengebiet auseinandersetzen
- Neue Inspiration durch Austausch und Kommunikation mit der Community

Regelmäßigkeit

- Faustregel: Qualität vor Quantität
- Legen Sie einen Posting-Rhythmus fest
- Regelmäßigkeit ist der Schlüssel zum Erfolg
- Regelmäßigkeit schafft Vertrauen
- Besser seltener, dafür regelmäßig
- Planen Sie Beiträge mit einem Redaktionskalender im Voraus

**Wichtig ist nicht, wie oft Sie
veröffentlichen, sondern,
wie regelmäßig Sie
veröffentlichen.**

Content Formate

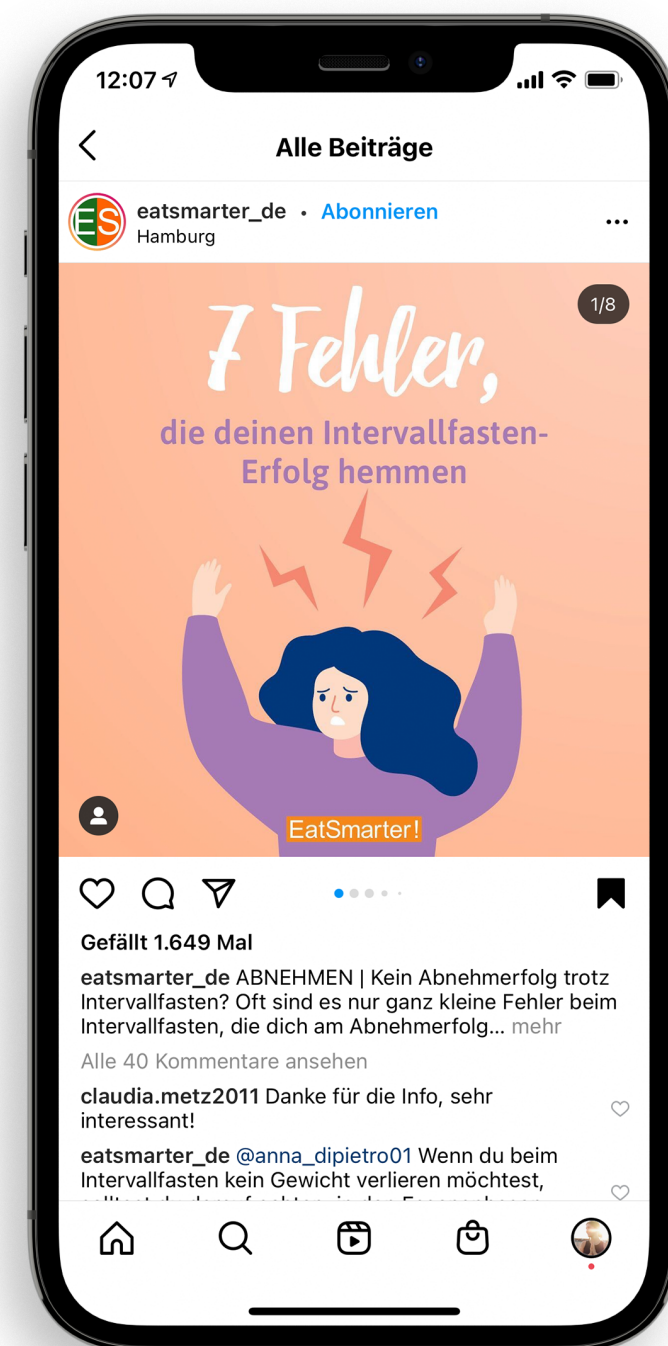
Eine Serie von Beiträgen,
die inhaltlich miteinander
verknüpft sind



Ratgeber

- Konkrete Hilfestellung für Probleme Ihrer Zielgruppe
- Mögliche Content-Formate:
 - Ratgeber zur Entlastung von An- und Zugehörigen von Menschen mit Demenz
 - Ratgeber zum Umgang mit Menschen mit Demenz
 - Ratgeber für erste Schritte nach einer Diagnose

Ratgeber Beispiele



Informationen & Tipps

- Mögliche Content-Formate:
 - Hinweise für das Erkennen einer Demenz
 - Tipps für Angehörige im Umgang mit Menschen mit Demenz
 - Leistungen der Pflegeversicherung für Menschen mit Demenz
 - Liste mit Vereinen und Selbsthilfegruppen vor Ort

Informationen & Tipps Beispiele



Hinter den Kulissen, Alltagseinblicke

- Sogenannte „behind the scenes“
- Beispiele:
 - Zeigen Sie Ihr Büro-Maskottchen
 - Nehmen Sie Ihre Community auf die Weihnachtsfeier mit

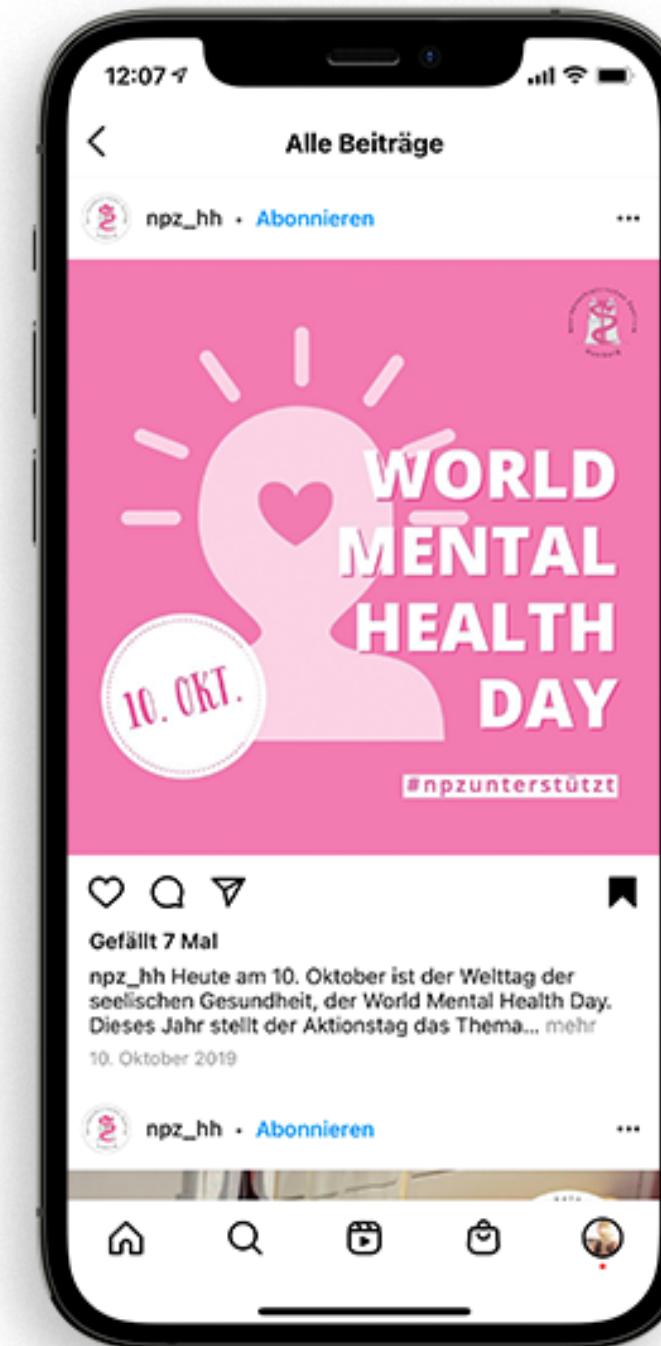
Hinter den Kulissen, Alltagseinblicke Beispiele



Aktionstage

- Werden über den zugehörigen Hashtag # vermehrt aufgerufen
- Beispiele:
 - Welt-Alzheimerstag, 21. September 2021
 - Woche der Demenz, 21. bis 27. September 2021
 - Internationaler Tag der Pflege, 12. Mai 2021

Aktionstage Beispiele



Empfehlungen

- Sie sind Experte im Gebiet, wo informieren Sie sich?
- Beispiele:
 - Bücher, Fachzeitschriften
 - Reportagen
 - Kongresse
 - Online-Seminare

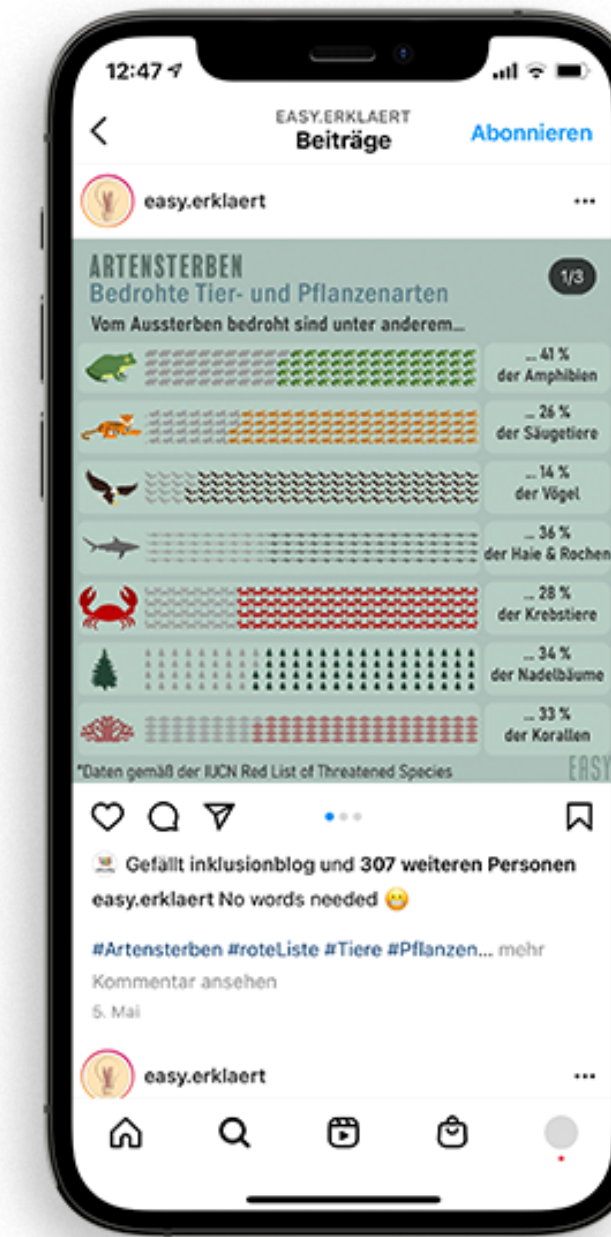
Empfehlungen Beispiele



Studien, Umfragen, Infografiken

- Spannende Fakten herauspicken
- Beispiele:
 - Studie: Zahlen über Menschen mit Demenz in Deutschland
 - Umfrage: Was denken Sie über Demenz?
 - Infografik: Ursachen der Demenz, Risikofaktoren für Demenz

Studien, Umfragen, Infografiken Beispiele



Pause

15 Minuten Pause

Content-Formate

Kurze Zusammenfassung

Gruppenarbeit

Gemeinsam Inhalte entwickeln

Brainstorming: Ideen für Beiträge

- Brainwriting „Umgang mit Demenz“
- Schreiben Sie alle möglichen Beiträge zum Thema auf

Content Formate entwickeln

- Entwickeln Sie jetzt Ihr eigenes Content-Format aus unterschiedlichen Ideen
- Verknüpfen Sie dazu verschiedene Beiträge aus einer Untergruppe unter einem bestimmten Themengebiet
- Tipp: Sie können mit einer Serie auch eine Geschichte erzählen. Gibt es Beiträge, die sich in eine zeitliche Reihenfolge bringen lassen?

Ankunft & Begrüßung
Social Media in der ÖA
Kanäle
Formate
• Gruppenarbeit
Tools & Hilfsmittel
Bilddatenbanken
Fragen
Fazit

Vorstellung & Austausch

- Welches Content-Format haben Sie entwickelt?


Tools und Hilfsmittel

Tools und Hilfsmittel

Redaktionsplan

- Wichtigstes Hilfsmittel zur strategischen Planung von Social Media Beiträgen
- Ideen sammeln
- Beiträge zeitlich einordnen
- Status festhalten
- Fertig erstellte Beiträge direkt ins Scheduling Tool eintragen

Vorschau Redaktionsplan

Monat	Tag	Wochentag	KW	Feiertag/Aktionstag	Thema	Bildunterschrift	Hashtags	Beitragsart	Grafik	Status	Vorschau
	1	FR	53	Beispiel	Thema 1	Im Rahmen der Demenzwoche fand an der Altepflageschule der Berufsakademie Passau ein Demenzparcours statt. Beim Durch-"Spielen" der verschiedenen Stationen konnten die Probleme der Wahrnehmung, die Störung der Merkfähigkeit, die Unmöglichkeit von Alltagshandlungen, der Wortfindung u. a. nachvollziehbar erlebt werden (z.B. beim Schnürsenkelbinden über Spiegelsicht). Dadurch wird das Verständnis für Verhaltensweisen von Demenzerkrankten geweckt.	#demenz #demenzwoche #lebenmitdemenz #umgangmitdemenz	Bild	zur Freigabe	zur Freigabe	
	2	Sa	53								
	3	So	53								
	4	Mo	1								
	5	Di	1								
	6	Mi	1								
	7	Do	1								
	8	Fr	1								
	9	Sa	1								
	10	So	1								
	11	Mo	2								
	12	Di	2								
	13	Mi	2								
	14	Do	2								
	15	Fr	2								
	16	Sa	2								
	17	So	2								
	18	Mo	3								
	19	Di	3								
	20	Mi	3								
	21	Do	3								

Scheduling Tools

- Externe Tools, die eine Anbindung erfordern, um Beiträge automatisch zu veröffentlichen
- Beiträge werden zu bestimmtem Tag und Uhrzeit eingeplant
- Beispiele
 - Buffer (mehrere Plattformen) - www.buffer.com
 - Later (mehrere Plattformen) - www.later.com
 - Planoly (nur Instagram & Pinterest) - www.planoly.com

Vorschau Scheduling Tool Later

Medien & Kalender

Upload Media

Schedule to

Today < > May 17 – 23, 2021


	17 MON	18 TUE	19 WED	20 THU
7AM				
8AM				
9AM				
10AM				
11AM				
12PM				
1PM				
2PM				
3PM				

Beitragserstellung

Wwoofpt WWOOF ...

Wwoof Portugal Facebook

Publish on 2021/05/20 4:34 pm



Post Caption

Write a caption

Emojis Saved Captions Hashtag Suggestions

Edit Image

Discard Post

Save

Bilddatenbanken

Bilddatenbanken

Bildrechte & lizenzfreie Fotos

- Einwilligung von abgebildeten Personen bei selbstgemachte Fotos einholen
- Fotos gehören normalerweise dem Urheber oder der Urheberin und dürfen weder für private noch für kommerzielle Zwecke ohne explizite Erlaubnis genutzt werden
- Ausnahme: lizenzfreie Foto, „royalty-free“, CCO-Lizenz
- Lizenzfreie Fotos & Videos finden Sie bei diesen Bilddatenbanken:
 - Unsplash - www.unsplash.com
 - Pexels - www.pexels.com
 - Pixabay - www.pixabay.com

Fragen

Noch Fragen?

Fazit

Zusammenfassung

Social Media – es kann so einfach sein!

- Social Media ist ein unverzichtbarer Teil der Öffentlichkeitsarbeit
- Starten Sie Ihren Social Media Auftritt mit einem klaren Ziel
- Sowohl bei Kanalauswahl als auch bei der Beitragserstellung gilt: Qualität vor Quantität
- Nutzen Sie die Plattformen aktiv
- Sparen Sie mit praktischen Tools Zeit & Ressourcen

Was nehmen Sie vom heutigen Seminar mit? Was ist Ihr nächster Schritt

Gehen Sie auf www.menti.com und geben Sie den Code **9978 3116** ein, um die Fragen zu beantworten.

Was ist Ihr nächster Schritt?

Redaktionskalender erstellen und weiter machen

Verantwortlichkeit klären

Redaktionskalender

ein Profil erstellen

Arbeitsgruppe bilden

Beiträge und Profil erstellen :)

lasse mir Facebook zeigen

Redaktionsplan erstellung,
Sammlungen anlegen und Struktur in
Bilder bringen...

Vorstand mit positiven Argumenten
überzeugen, motivieren und einfach
beginnen

Was ist Ihr nächster Schritt?

Leitung überzeugen

mich selbst überzeugen ;-)

Vielen Dank!

neueshandeln

Gefördert vom:



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend



NETZWERKSTELLE

Lokale Allianzen für
Menschen mit **Demenz**