

neueshandeln

9. August 2022

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

- 9.00 Uhr Ankunft & Begrüßung
- 9.30 Uhr Warum Öffentlichkeitsarbeit wichtig ist
- 9.45 Uhr Übersicht Kanäle
- 10.15 Uhr Übersicht Formate
- 10.45 Uhr Pause
- 11.00 Uhr Gruppenarbeit: Gemeinsam Inhalte entwickeln
- 11.45 Uhr Tools und Hilfsmittel

Agenda II

- 12.10 Uhr Bilddatenbanken
- 12.40 Uhr Pause
- 12.50 Uhr Bildsprache
- 13.10 Uhr Noch Fragen?
- 13.20 Uhr Zusammenfassung
- 13.30 Uhr Ende

Ankunft & Begrüßung

Willkommen!

Vorstellungsrunde

Ich bin...

Ich arbeite bei ...

Vom Workshop erhoffe ich mir...

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 ÖA
- 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?

- Menschen mit Demenz
- Zu- und Angehörige
- Multiplikatoren
- Ehrenamtliche und Kooperationspartner
- Akteure im Themenfeld
- 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

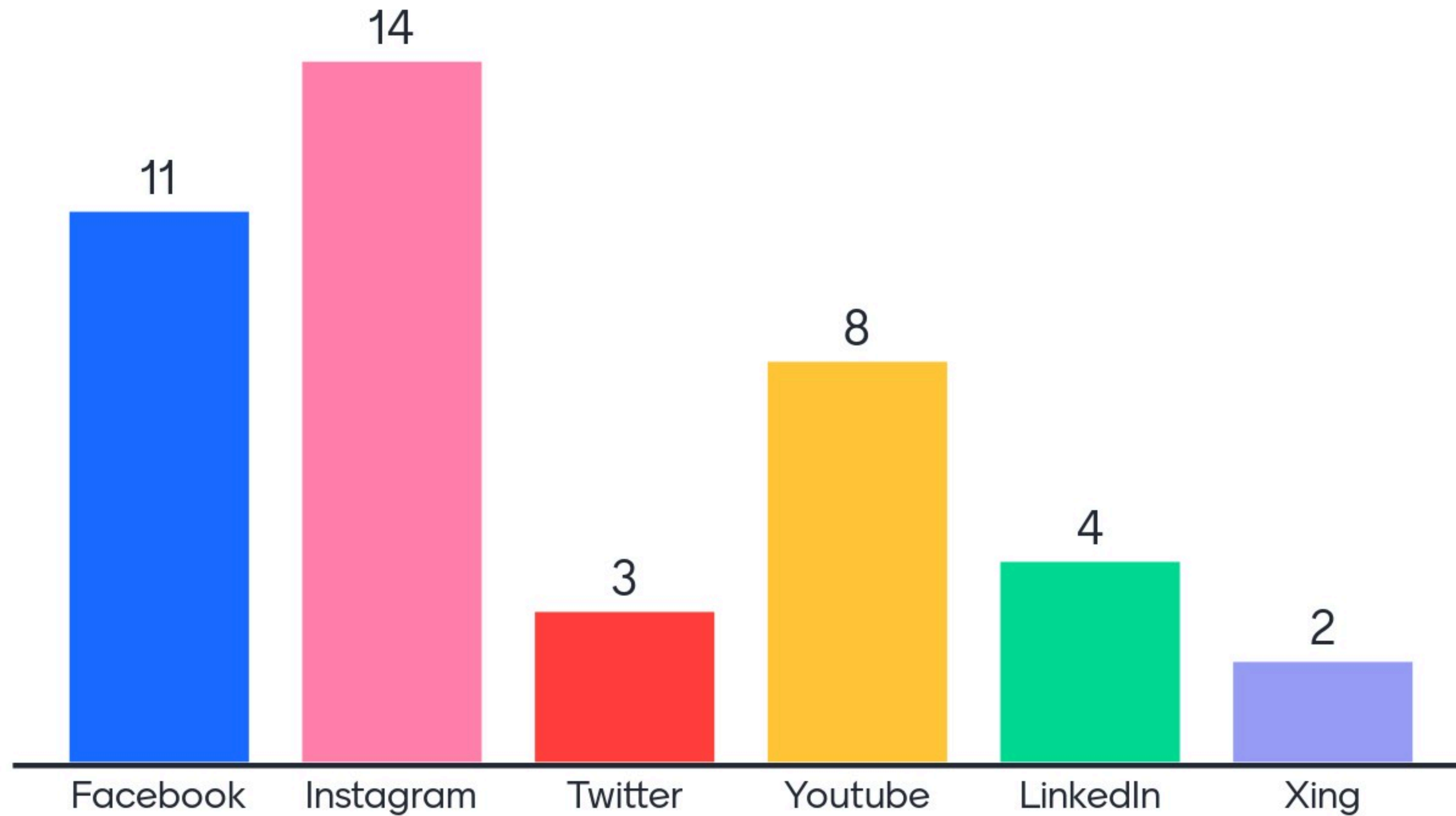
5. Legen Sie los!

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

Kanäle

Übersicht Kanäle

In welchen Social Media Netzwerken sind Sie bereits aktiv?



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

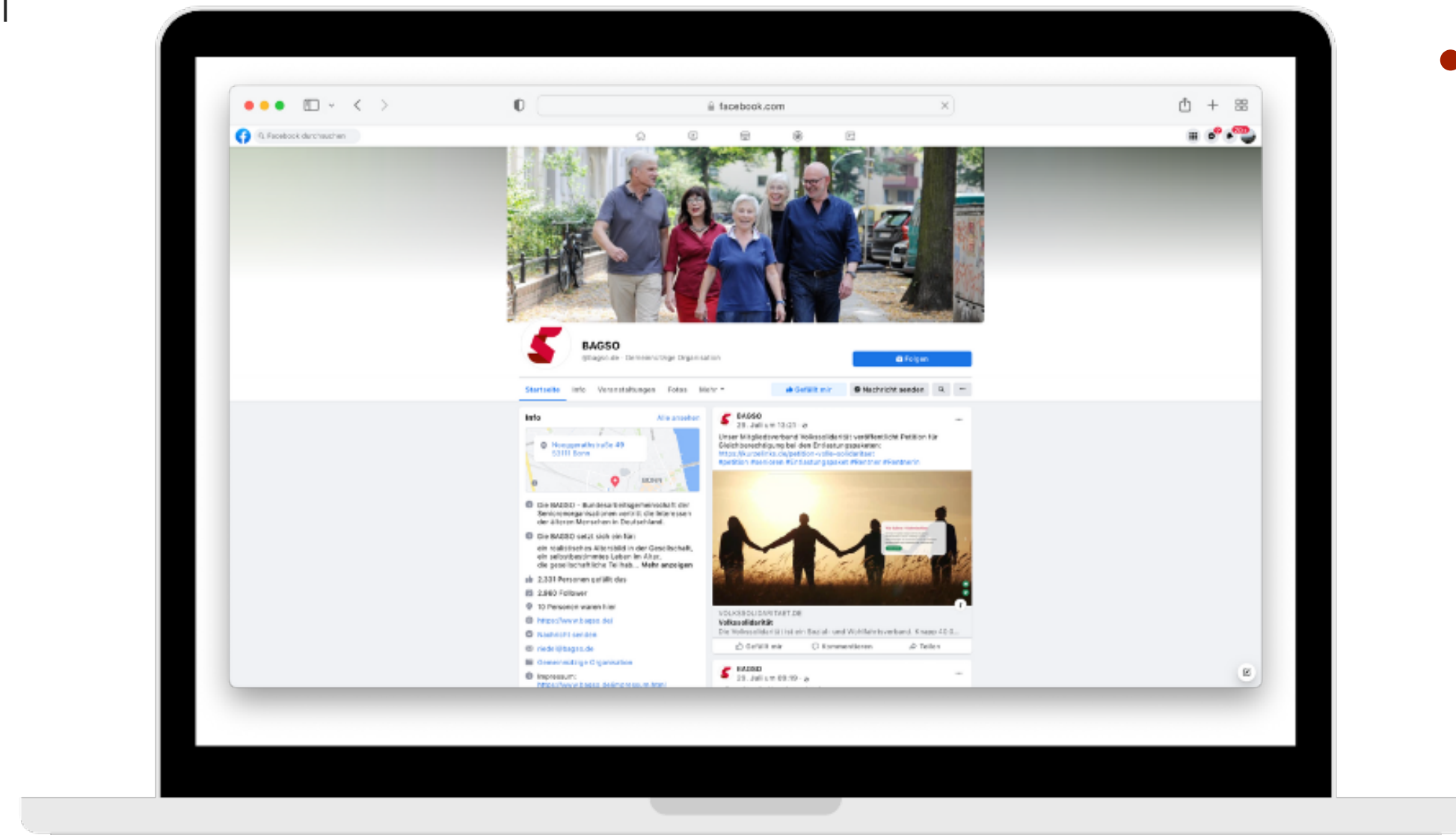
Facebook

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

Facebook Live Demo



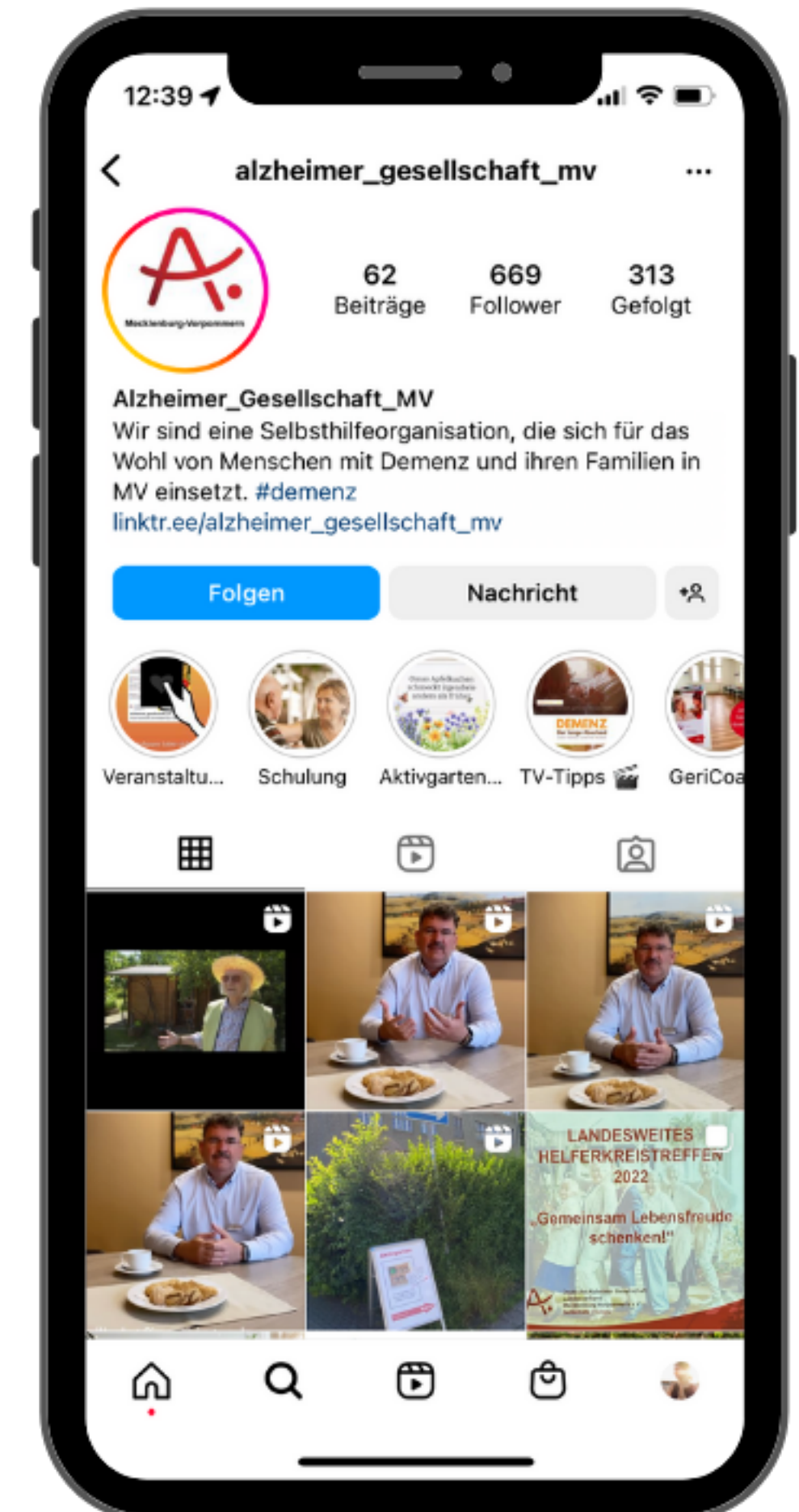
- <https://www.facebook.com/bagso.de>

Ankunft & Begrüßung
Social Media in der ÖÄ

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

Instagram

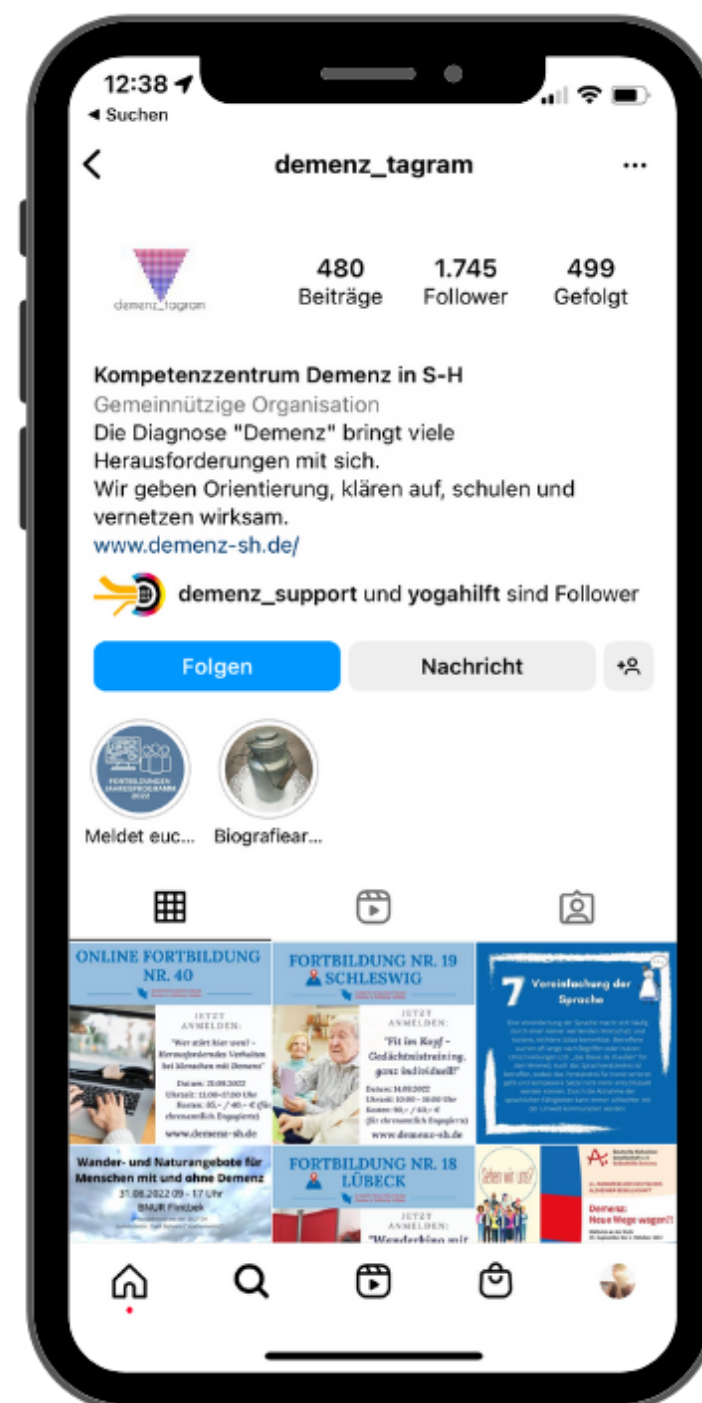
- Personalisierter Feed nach Algorithmus
- Ästhetische Bilder
- Live-Übertragungen & Videos im „IG TV“
- Beiträge durch Hashtags gekennzeichnet und wiederauffindbar
- Nur ein klickbarer Link im Profil bis 10k Follower
- 21 Millionen Deutsche angemeldet
- Mehr als 1/3 davon zwischen 14 und 29 Jahren



Ankunft & Begrüßung
Social Media in der ÖÄ

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

Instagram Live Demo



- Kompetenzzentrum Demenz Schleswig-Holstein:
www.instagram.com/demenz_tagram

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

Ankunft & Begrüßung
Social Media in der ÖA

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

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 deutschsprachigen 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

Fragen

Zeit für Ihre Fragen

Formate

Übersicht Formate

Wann lohnt es sich zu posten?

- Nicht nur zum Informationsaustausch, sondern auch zur Inspiration und zum Zeitvertreib
- Alltagsgeschichten, hinter den Kulissen
- 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.**

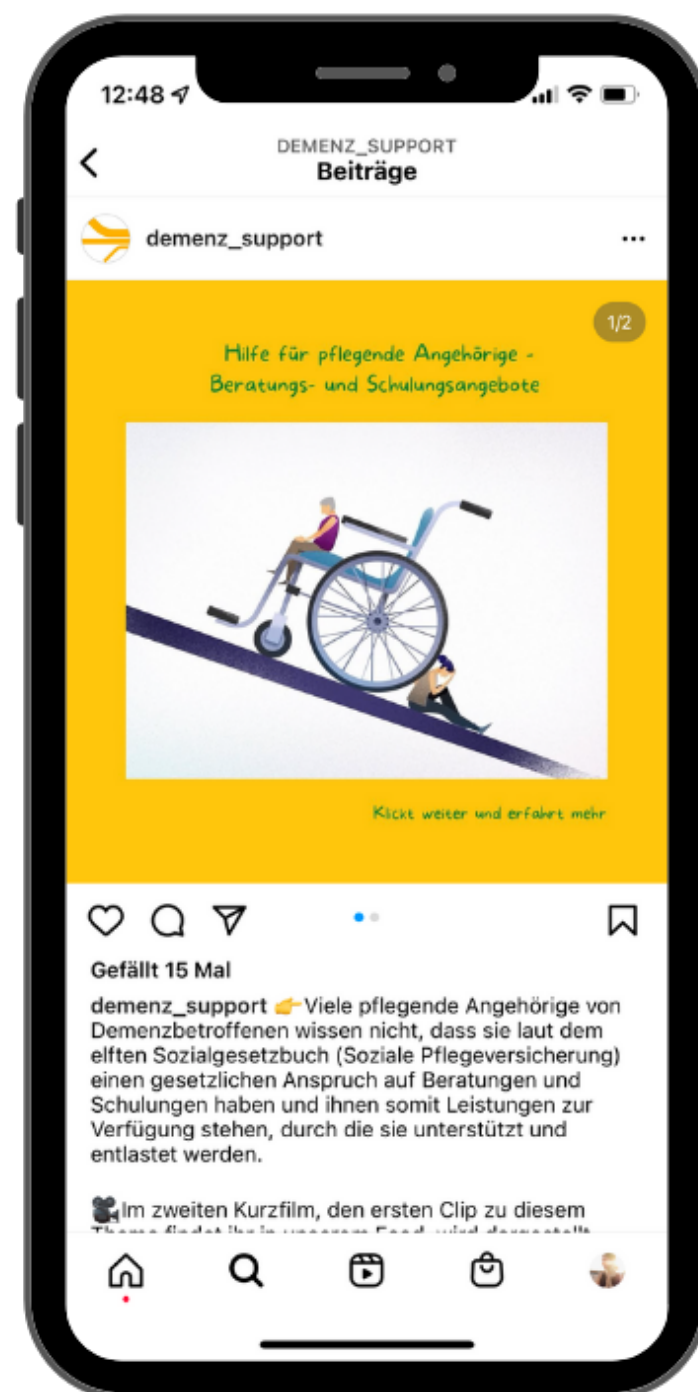
Formate

Content Formate

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

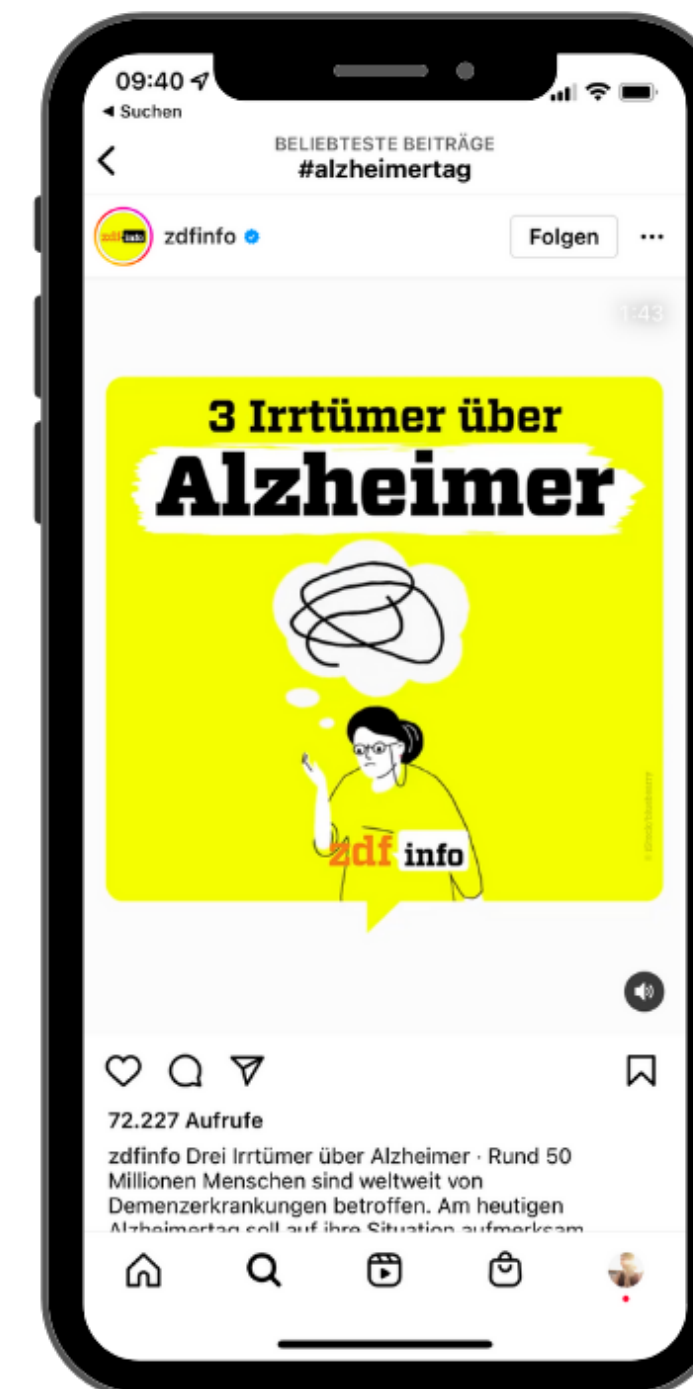
Ratgeber Beispiele



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 2022
 - Woche der Demenz, 19. bis 25. September 2022
 - Internationaler Tag der Pflegenden, 12. Mai 2023

Aktionstage Beispiele



Empfehlungen

- Sie sind Expertin / Experte im Gebiet. Wo informieren Sie sich?
- Beispiele:
 - Bücher, Fachzeitschriften
 - Reportagen
 - Kongresse
 - Online-Seminare

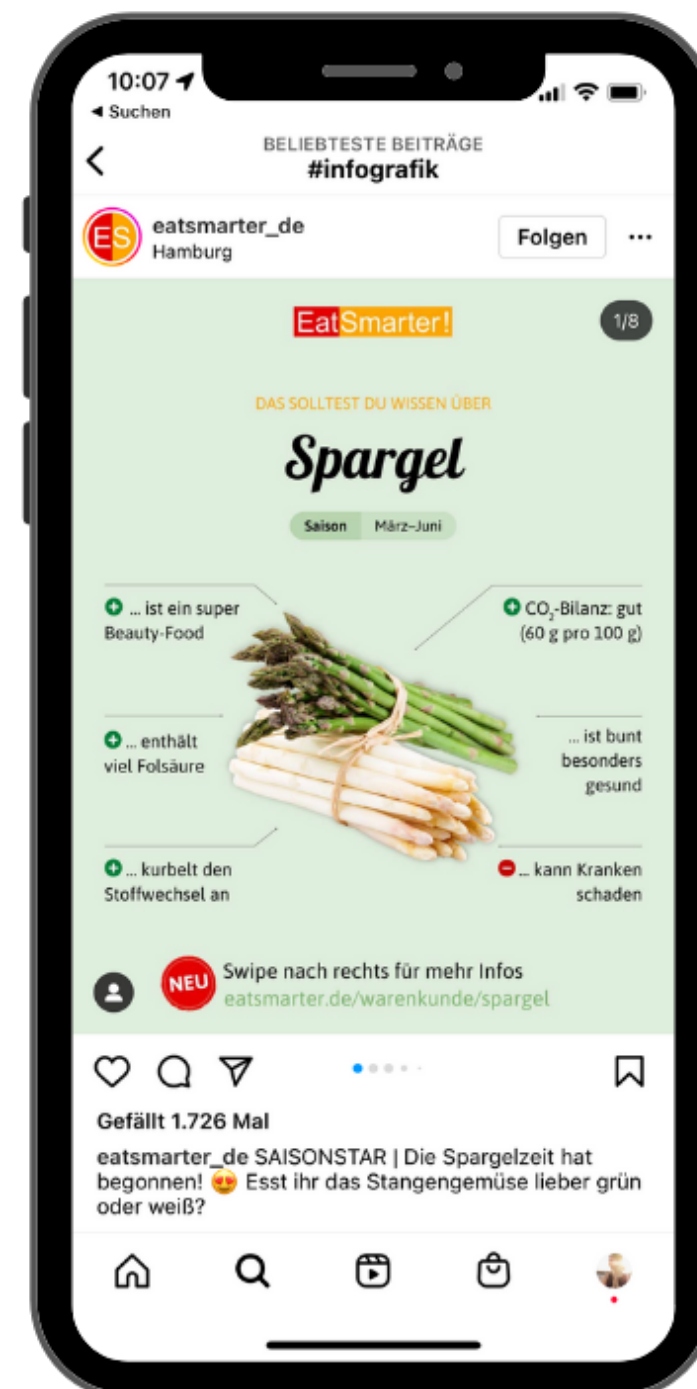
Empfehlungen Beispiele



Studien, Umfragen, Infografiken

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

Infografiken Beispiele



Pause

15 Minuten Pause

Content-Formate

Kurze Zusammenfassung

Gruppenarbeit

Gemeinsam Inhalte entwickeln

Gruppenarbeit

- Gemeinsam Zielgruppe festlegen
- Beitragsideen sammeln
- Austausch in der Gruppe
- Ideen Themengruppen zuordnen (Content-Formate)
- Vorstellung

Vorstellung & Austausch

- Wer war Ihre Zielgruppe?
- Welche Content-Formate haben Sie entwickelt?
- Ist es Ihnen leicht gefallen, Ideen zu finden und Content-Formate zu entwickeln?
- Was hat Sie überrascht?

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

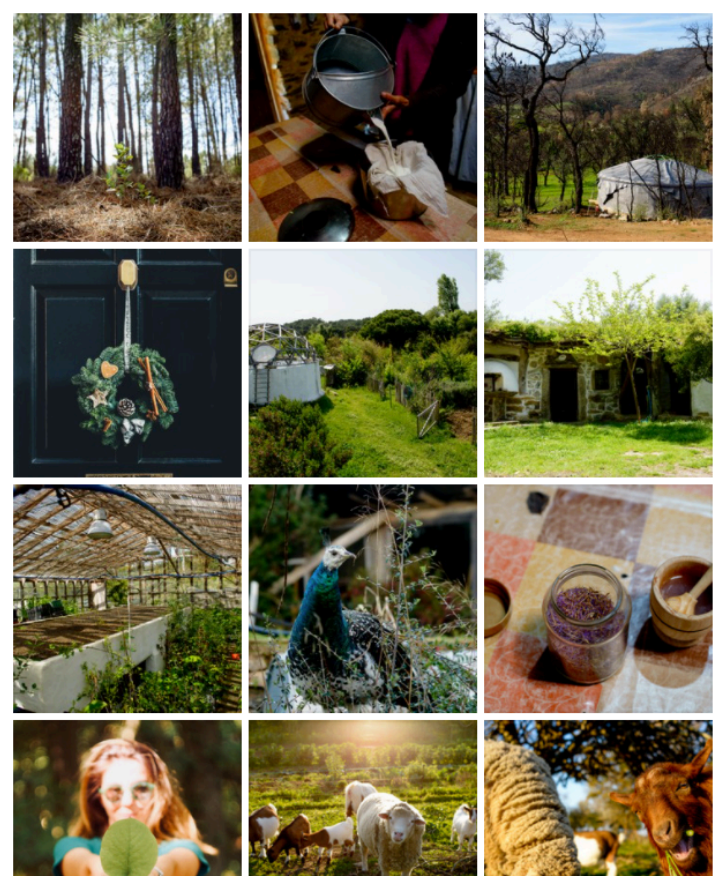
Upload Media

Schedule to       31

Today < > May 17 – 23, 2021

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

unused X Clear All



Beitragserstellung

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

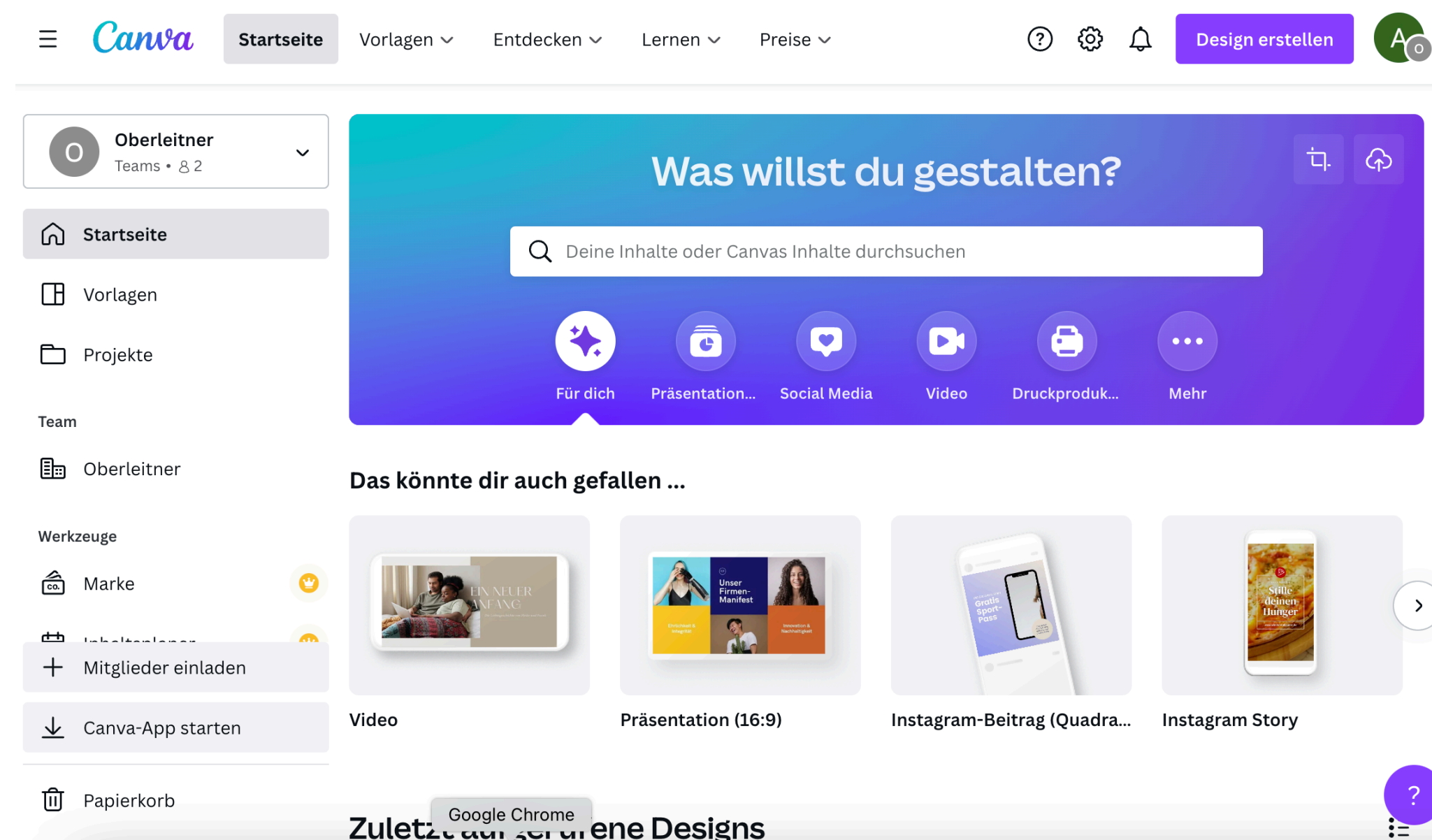
Save

Canva

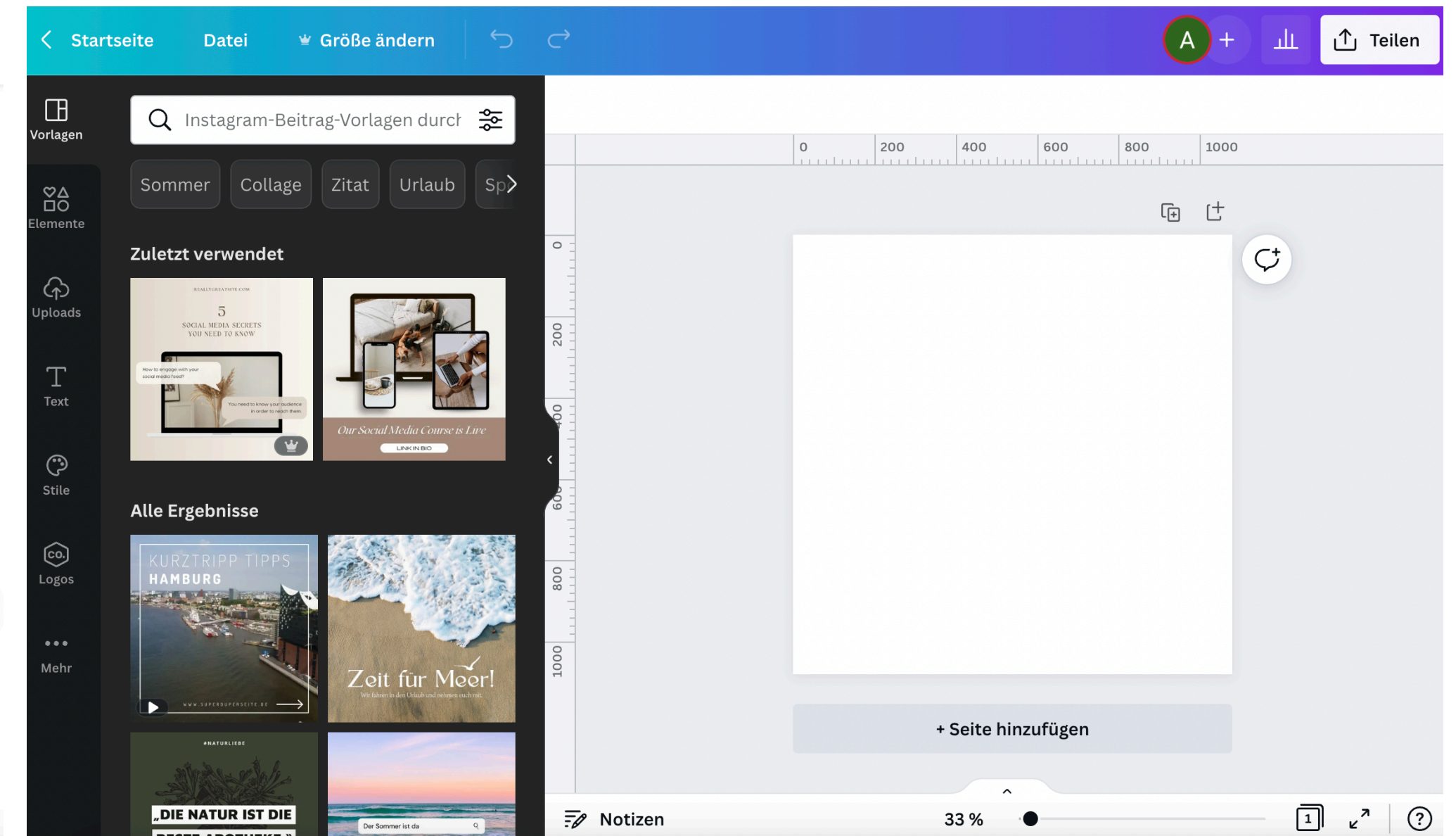
- Kostenloses Grafik-Tool
- Web-Version oder App
- Keine Vorkenntnisse in Design nötig
- Vorlagen für verschiedene Plattformen
- Elemente, Animationen und Bilddatenbanken eingebunden
- Scheduling Tool anbinden und Design direkt veröffentlichen

Vorschau Canva

Format auswählen



Editor



Bildauswahl

Bildauswahl

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“, CC0-Lizenz
- Lizenzfreie Fotos & Videos finden Sie bei diesen Bilddatenbanken:
 - Unsplash - www.unsplash.com
 - Pexels - www.pexels.com
 - Pixabay - www.pixabay.com

Pause

15 Minuten Pause

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

Bildsprache



NETZWERKSTELLE

Lokale Allianzen für
Menschen mit **Demenz**



Demenzsensible Bildsprache

Rahel Reich



Input

Kritischer Blick auf Bilder

- Werden mit den Bildern Menschen mit Demenz oder ausschließlich Angehörige angesprochen?
- Sind die Bilder ressourcenorientiert/wertschätzend oder werden nur problematische/negative Aspekte betont?
- Unpassende Inhalte, z.B. fühlen sich frühbetroffene Menschen nicht von Pflege oder Betreuung angesprochen
- Werden Stereotype bedient?

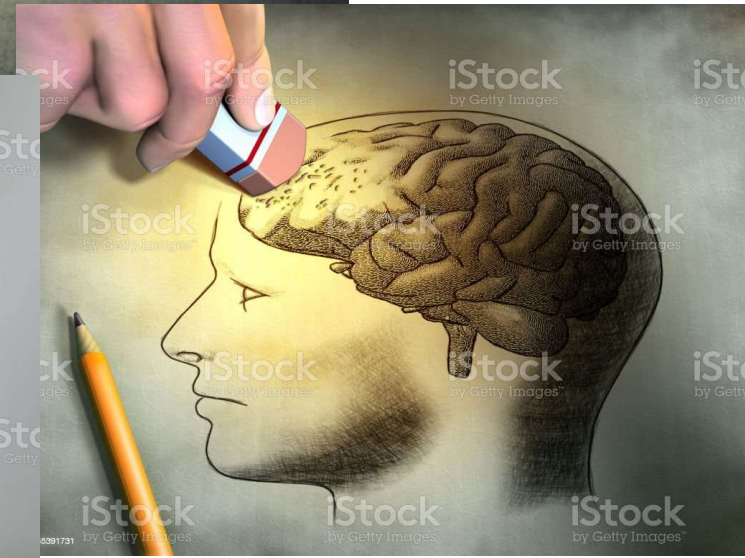
→ Welche Gefühle lösen wir mit den Bildern aus?

Demenzsensible Bildsprache - Negativbeispiele



NETZWERKSTELLE

Lokale Allianzen für
Menschen mit Demenz



Was ist Ihre Botschaft?

- Demenz hat viele Gesichter – Welche Ressourcen haben Menschen mit Demenz? Wie gelingt es ihnen ihren Alltag zu meistern und welche Strategien setzen sie dabei ein? Wie können sie dabei unterstützt werden?
- Gutes Leben mit Demenz – Was macht das Leben mit Demenz (auch im fortgeschrittenen Stadium) lebenswert?
- Demenzfreundliche Kommune – Welche Bedingungen ermöglichen ein gelungenes Miteinander trotz Demenz im öffentlichen Umfeld?
- „Das Herz wird nicht dement“ – Wie hat sich das Leben von Menschen mit Demenz verändert?
-

Gutes Beispiel: Kampagne der Diakonie



Weitere Positivbeispiele



© Demenzzentrum Trier



© Silberfilm



© stock.adobe.com/de

Quellen und weiterführende Informationen

- demenz.Das Magazin, Ausgabe 43/2019, Hrsg.: Peter Wissmann & Michael Ganß
Thema: Demenzbilder
- Demenz in Sprache und Bild – Leitfaden für eine demenzgerechte Darstellung -Von einer defizit- zur stärkenorientierten Berichterstattung, Hrsg.: Gesundheit Österreich GmbH
https://www.demenzstrategie.at/fxdata/demenzstrategie/prod/media/Leitfaden_Demenz-und-Sprache.pdf
- Fotodatenbank für neue Perspektiven: <https://www.gesellschaftsbilder.de/>
- <https://www.deutsche-alzheimer.de/fileadmin/Alz/pdf/Broschueren/Sprachleitfaden-Demenz-INTERNET.pdf>

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?

Ein Profil anlegen und loslegen

Umsetzung

nachdenken und sortieren

Nach Zuständigkeiten fragen und andere ins Bot holen

Planungsphase zur Erstellung eines Profils

Umsetzung

Soc.media Auftritte überprüfen u aktualisieren

ich werde mich intensiver mit den Kanälen beschäftigen und ausprobieren

Profil aufbauen und Beiträge planen

Was ist Ihr nächster Schritt?

Redaktionsliste erstellen, Ideen sammeln

sacken lassen...

Team zusammenstellen

Im Netz stöbern, Entscheiden welcher Plattform die Richtige ist. Loslegen

Regelmäßige Posts planen

Sortieren, Team informieren, Plattform und Macher auswählen, loslegen

Tools testen

Vielen Dank!

neueshandeln

Gefördert vom:



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend



NETZWERKSTELLE

Lokale Allianzen für
Menschen mit **Demenz**