

neueshandeln

30. 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!

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?

## 4. Profil einrichten

Achten Sie auf einen einheitliches Aussehen und eine klare Message.



## 5. Tools & Hilfsmittel auswählen

- Redaktionsplan
- Planungstools (Scheduling)
- Stapelverarbeitung (Batching)
- Bestehende Inhalte wiederverwenden (Content-Recycling)
- Feste Nutzungszeiten

## 6. 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

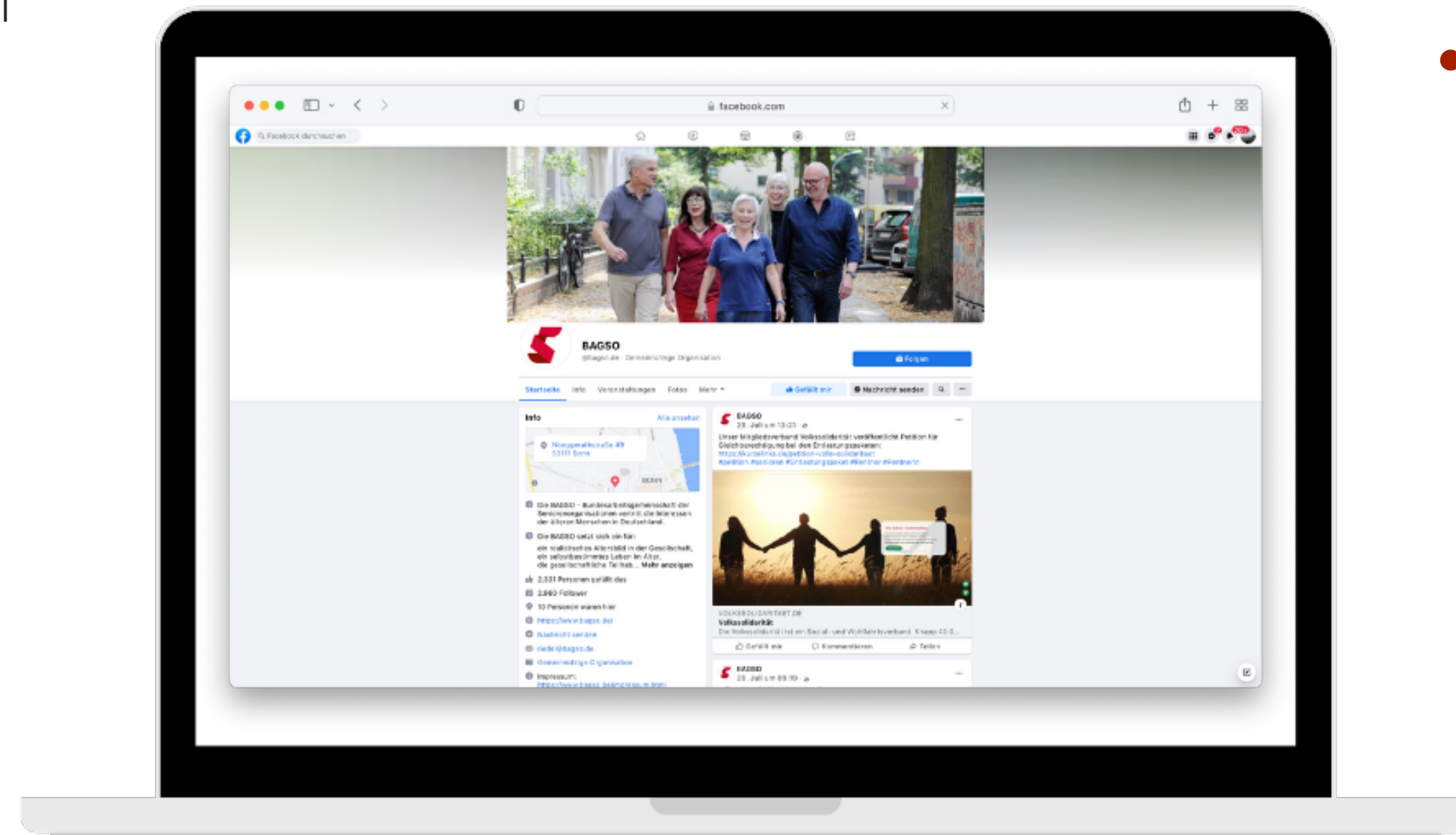
# Facebook

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

# Facebook Live Demo



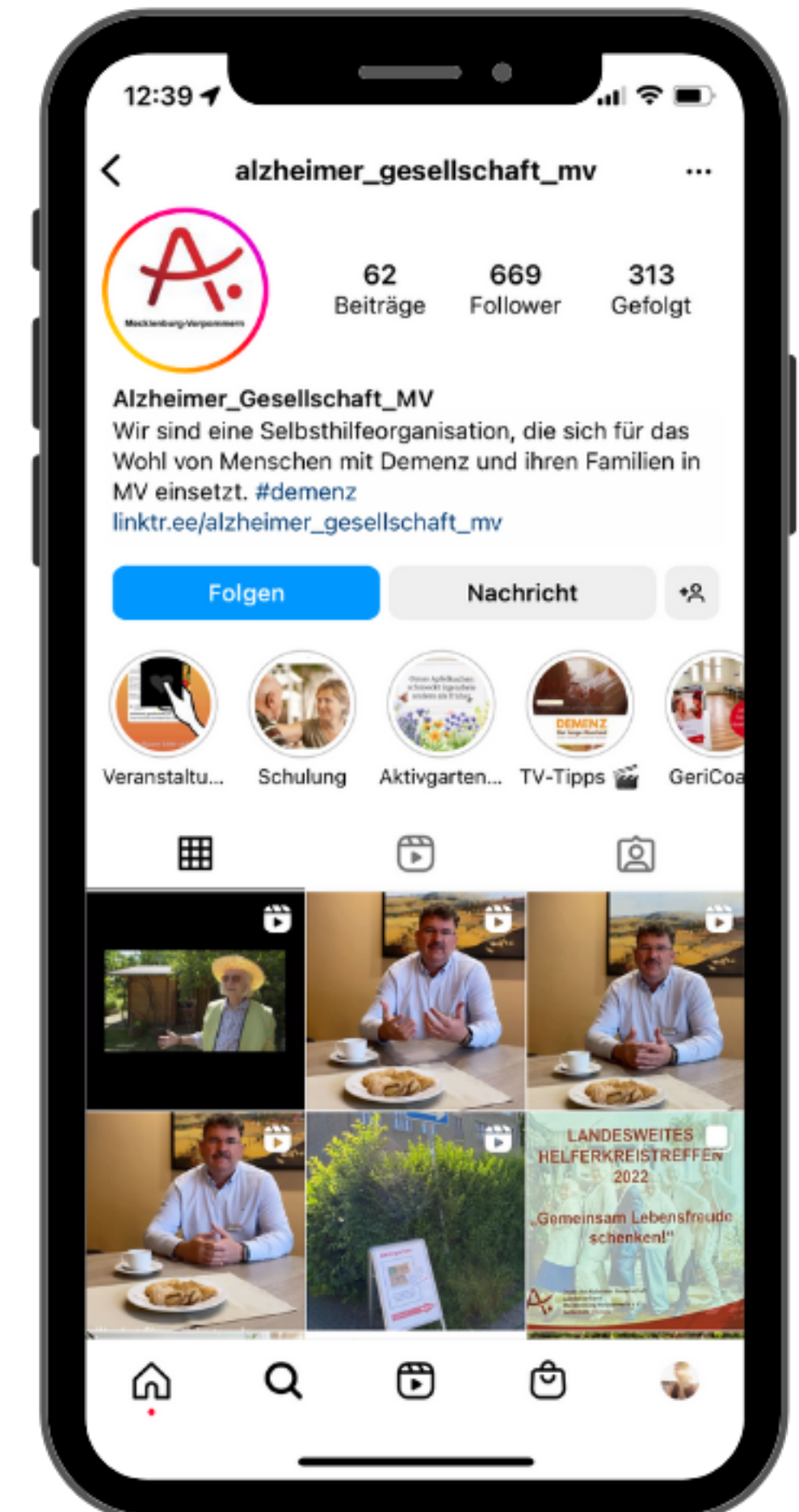
- <https://www.facebook.com/bagso.de>

Ankunft & Begrüßung  
 Social Media in der ÖÄ

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

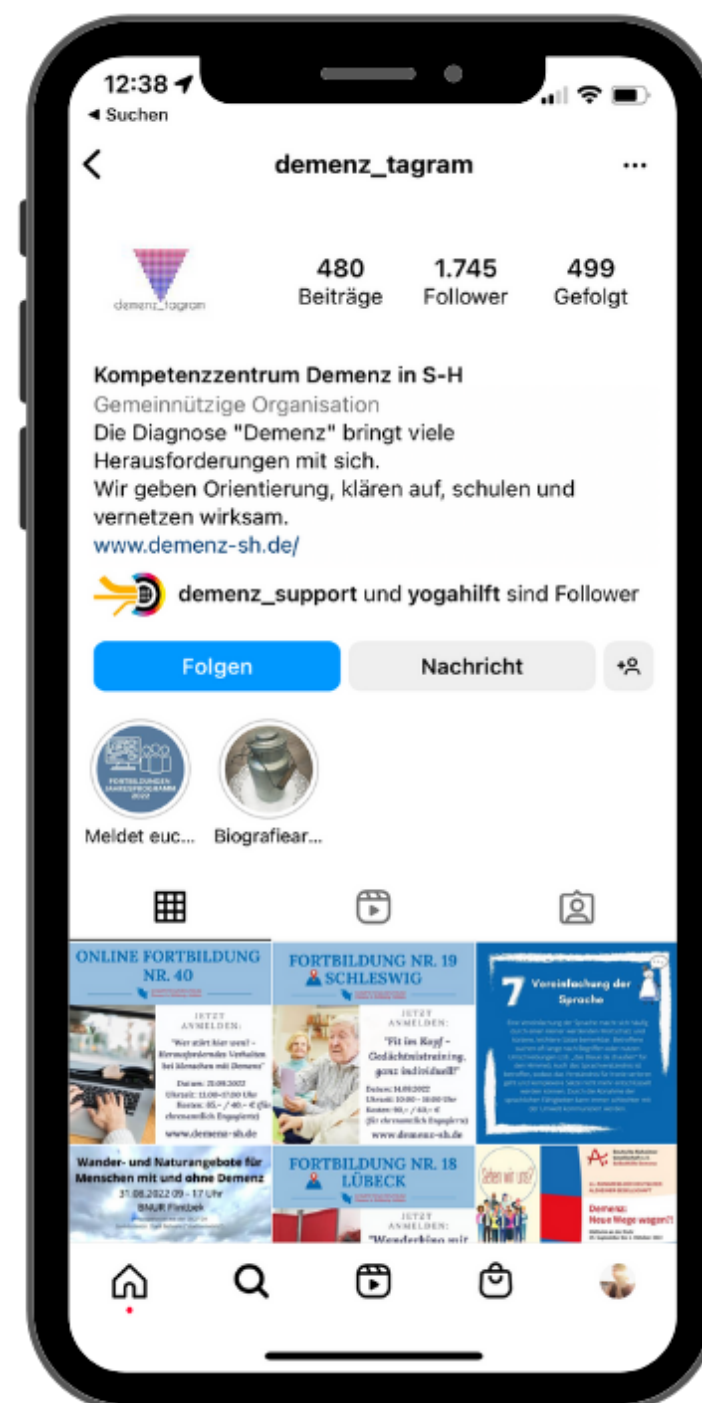
# Instagram

- 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](http://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

# 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

---

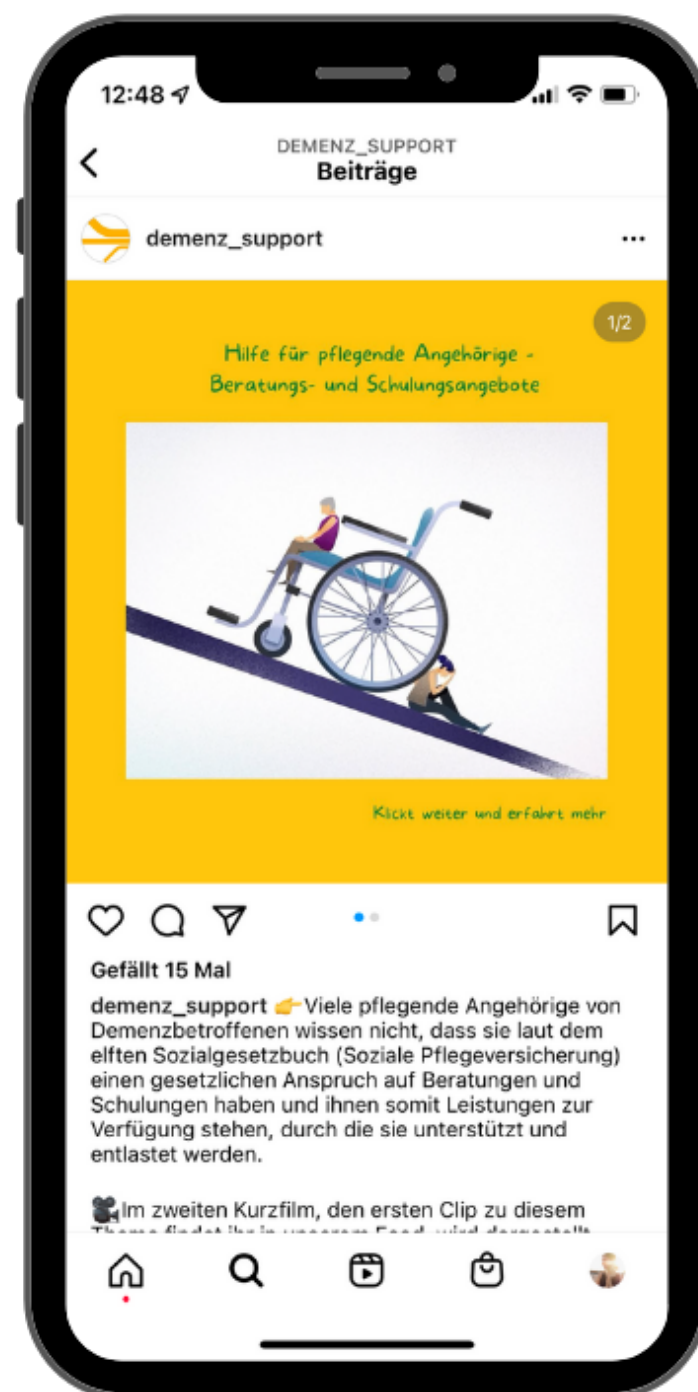
# Content Formate



# 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

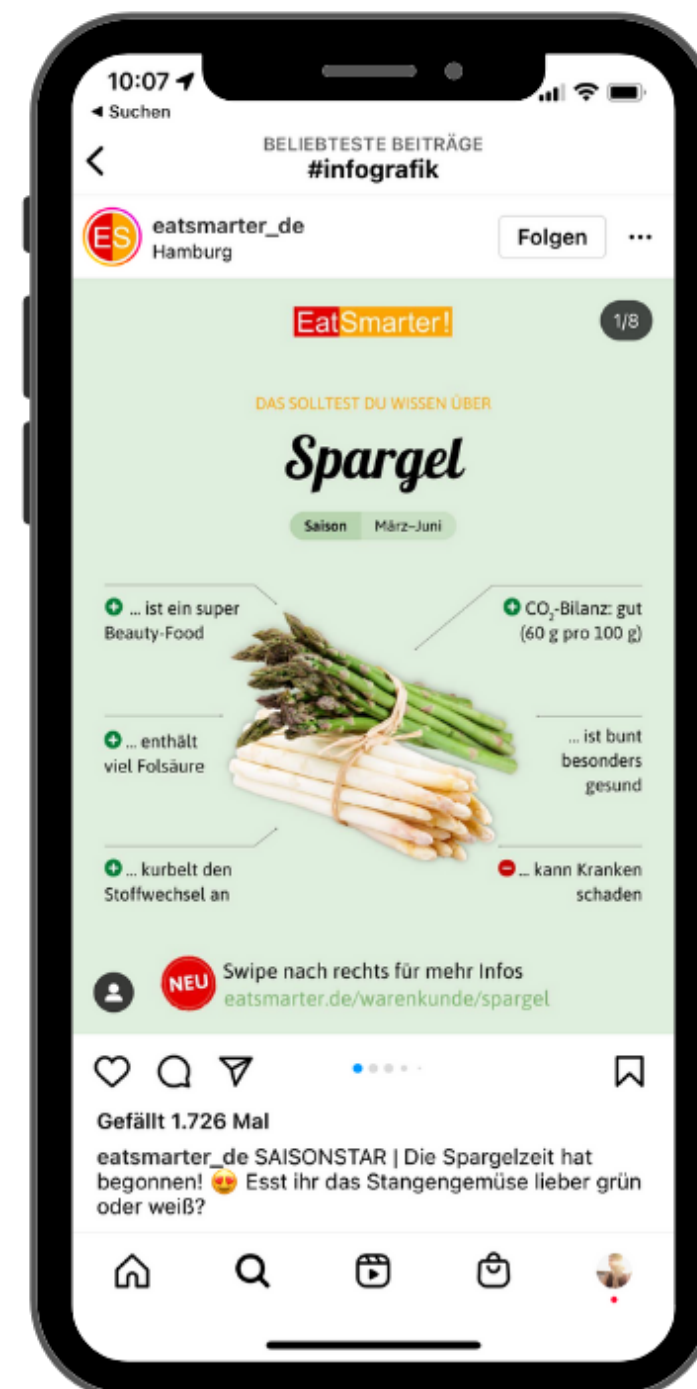
# Empfehlungen Beispiele



# 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								

# Planungstools

- 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](http://www.buffer.com)
  - Later (mehrere Plattformen) - [www.later.com](http://www.later.com)
  - Planoly (nur Instagram & Pinterest) - [www.planoly.com](http://www.planoly.com)

# Vorschau Planungstool 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

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

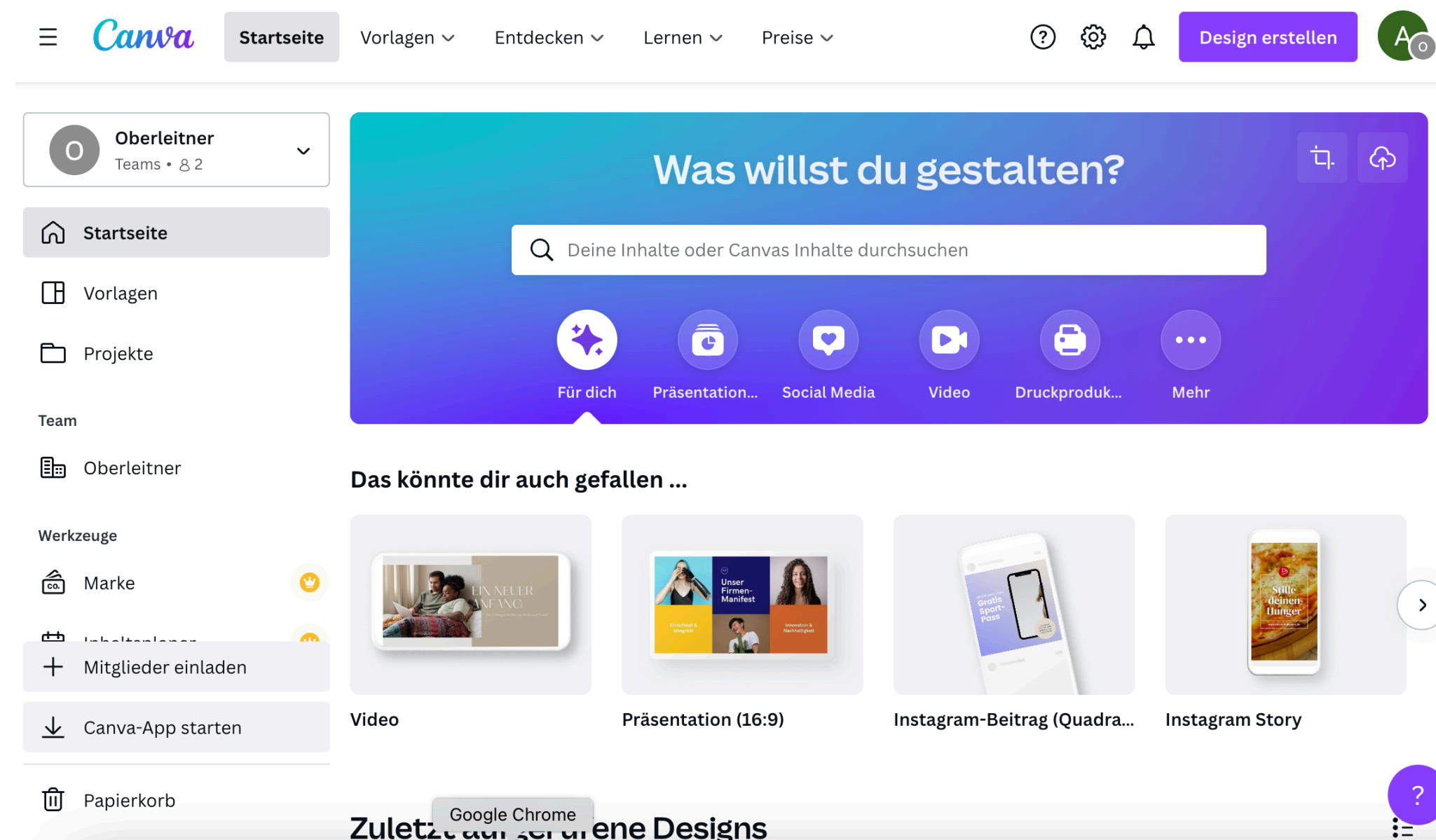
Save

# Canva

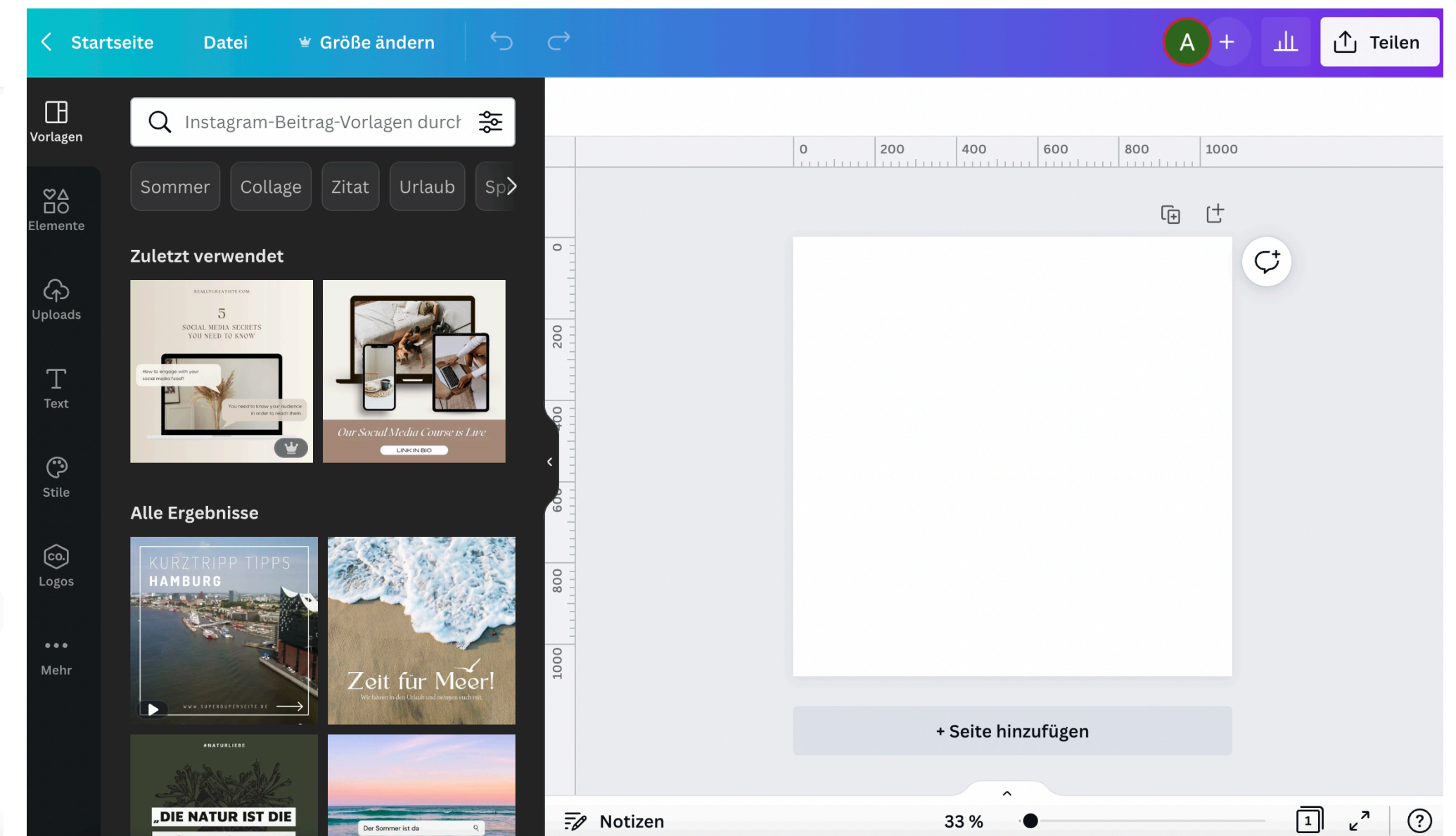
- Kostenloses Grafik-Tool
- Web-Version oder App
- Keine Vorkenntnisse in Design nötig
- Vorlagen für verschiedene Plattformen
- Elemente, Animationen und Bilddatenbanken eingebunden
- Planungstool anbinden und Design direkt veröffentlichen

# 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](http://www.unsplash.com)
  - Pexels - [www.pexels.com](http://www.pexels.com)
  - Pixabay - [www.pixabay.com](http://www.pixabay.com)

**Pause**

---

# 15 Minuten Pause



## Demenzsensible Bildsprache

**Rahel Reich**

Projektreferentin

Netzwerkstelle „Lokale Allianzen für Menschen mit Demenz“



## 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?



## Welche Botschaft vermitteln diese Bilder?



## 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

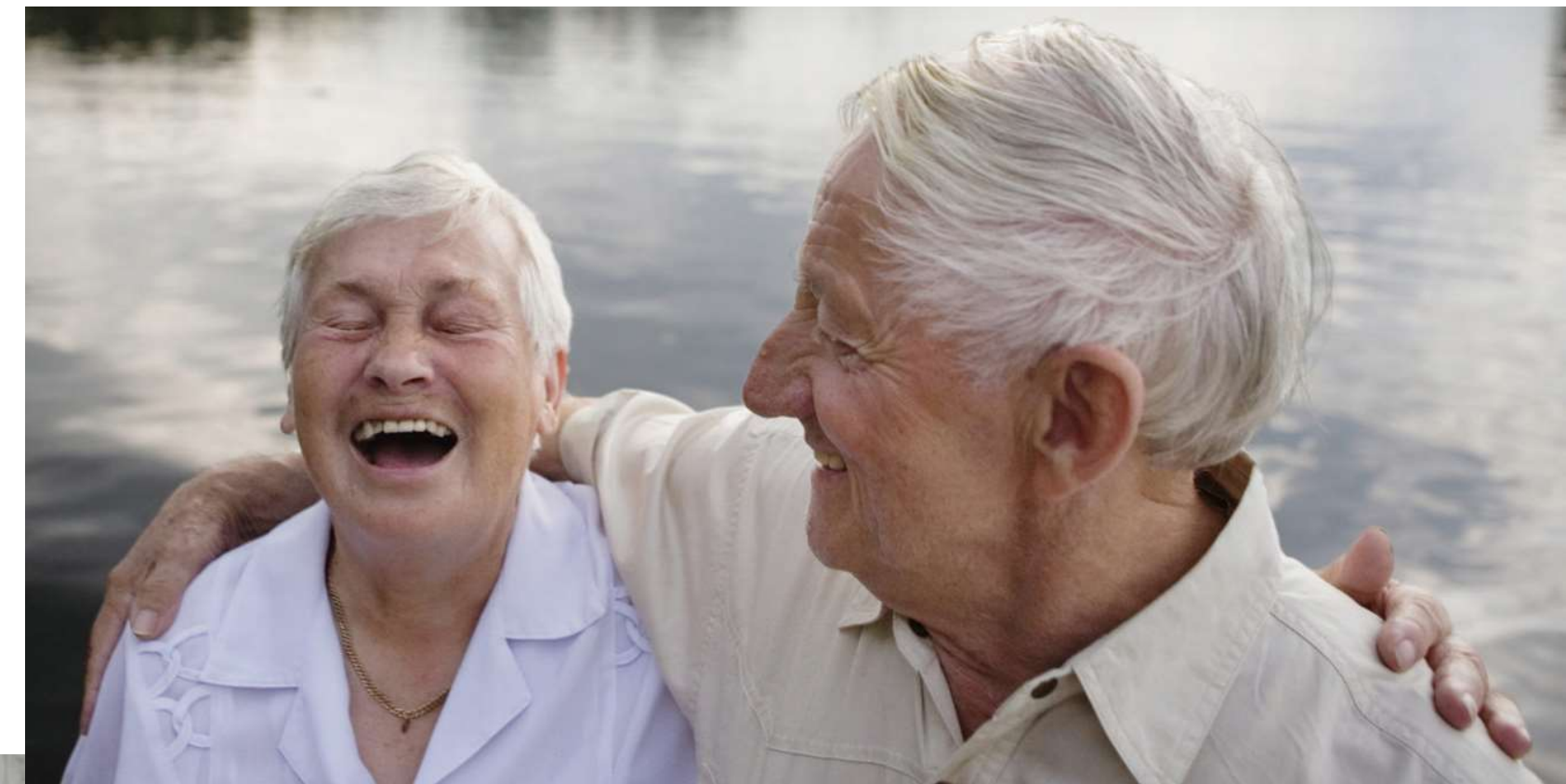




# Weitere Positivbeispiele



© Michael Uhlmann



© Michael Hagedorn



© BAGSO/Hülsmann



## 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](https://www.demenzstrategie.at/fxdata/demenzstrategie/prod/media/Leitfaden_Demenz-und-Sprache.pdf)
- Sprachleitfaden Demenz der Deutschen Alzheimer Gesellschaft:  
<https://www.deutsche-alzheimer.de/fileadmin/Alz/pdf/Broschueren/Sprachleitfaden-Demenz-INTERNET.pdf>
- Promenz: Medien - Bilder, Videos und Veröffentlichungen von Menschen mit Vergesslichkeit, <https://www.promenz.at/medien>
- Fotodatenbank für neue Perspektiven: <https://www.gesellschaftsbilder.de/>

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?

loslegen :)

abwarten

mehr Hilfsmittel, Tools benutzen  
(Canva)

Ausprobieren

Brainstorming wie beginne ich

mutig sein

Überzeugungsarbeit leisten bzgl.  
Relevanz

detaillierter Redaktionsplan, klare  
Verantwortlichkeiten

Gespräche führen

# Was ist Ihr nächster Schritt?

Inhalte an Social-Media-Abteilung  
geben

konkrete Gedanken machen unter  
Berücksichtigung der heutigen  
Informationen und bei Facebook  
anmelden

Social Media mehr nutzen und  
Vernetzung, mehr Zielgruppen  
ansprechen



Vielen Dank!

# neueshandeln

Gefördert vom:



Bundesministerium  
für Familie, Senioren, Frauen  
und Jugend



NETZWERKSTELLE

**Lokale Allianzen für**  
Menschen mit **Demenz**