

Fokus: Social Media

Social Media ist aus unserer Welt kaum noch wegzudenken. Besonders die COVID-19 Pandemie, in der sich noch mehr Kommunikation auf Social Media verlagert hat, hat klar gemacht: Social Media ist für Vereine und Co. ein wichtiger Ort für Vernetzung, Öffentlichkeitsarbeit, die Generierung von Spenden und die Akquise neuer Mitglieder.

Worauf sollten zivilgesellschaftliche Organisationen achten, wenn es um Social Media geht? Was sind erste wichtige Schritte im Team für eine gute Social Media-Strategie? Und, wie findet man die richtige Plattform für die richtigen Kommunikationsziele?

Das und mehr erfahrt ihr in diesem Dokument.

Social Media Starter Kit: Erste Schritte für eine gute Social Media-Strategie

Einen Social Media Kanal aufzubauen kann sehr viel Spaß machen - sollte aber als Aufgabe in eurer Organisation nicht unterschätzt werden. Die ersten Schritte zu einer guten Social Media-Strategie können euch sehr unterstützen, denn sie helfen euch zu **schärfen, welche Aufgabe und Position eure Organisation in der Zivilgesellschaft eigentlich einnimmt.**

Klar ist: eine gute Social Media Kommunikation für einen kleinen Verein fordert auf jeden Fall **eine Person mit mindestens drei Stunden pro Woche Zeit.** Wenn ihr diese Person nicht findet, solltet ihr euch das mit Social Media doch nochmal gut überlegen. Denn das Geheimnis für einen guten Auftritt ist **kontinuierliche Kommunikation auf Kanälen.**

Tip: Ein gut bespielter Kanal ist auf jeden Fall besser als zehn Kanäle, auf denen kaum gepostet wird. Entscheidet euch also am Anfang lieber erst mal für nur einen.

Um euch dem Thema Social Media anzunähern oder eure Social Media Ziele für die Zukunft zu schärfen, könnt ihr in einem Team-Meeting diese Fragen beantworten und Themen besprechen:

1. Welche Ziele haben wir, bei denen uns Social Media-Arbeit unterstützen kann?

- Gewinnung von neuen Mitgliedern
- Vernetzung mit anderen Vereinen
- Öffentlichkeitsarbeit stärken und sich als Organisation positionieren
- Für wichtige Themen mehr Aufmerksamkeit schaffen
- Eine Veranstaltung bewerben
- Spenden sammeln
- Transparenz fördern, indem zum Beispiel aufgezeigt wird, was mit Spenden passiert
- Vereinskultur stärken
- Klienten bewerben (zum Beispiel Jugendliche für kostenlosen Musikunterricht)

2. Welche Zielgruppe ergibt sich aus diesen Zielen?

- Welche Sprache spricht sie?
- Wie alt ist sie?
- Welche Social Media Plattform nutzt sie am häufigsten?
- Warum ist sie an unserer Arbeit interessiert?
- Zu welchen Zeiten im Alltag benutzt sie Social Media?

Tipp: Falls es euch schwer fällt, diese Fragen zu beantworten, befragt doch kurz andere Mitglieder aus eurer Organisation dazu, wie sie Social Media nutzen.

3. Was wurde in der Organisation schon ausprobiert?

- Was ist an Social Media Arbeit schon da?
- Gibt es schon eine Website oder einen Newsletter, auf der man aufbauen kann?
- Gibt es Publikationen, Radiobeiträge oder Fernseh-Interviews der Organisation aus vergangenen Jahren? Wenn ja, was waren die Learnings?
- Gibt es einen Ordner, in denen schon Unterlagen für Kommunikation sind?
- Was hat in der Kommunikation funktioniert - und was nicht?

4. Wie wollen wir kommunizieren? Gemeinsame Do's und Dont's festlegen

- Welches Logo, welche Farben und welche Schrift verwenden wir?
- Worüber möchten wir kommunizieren?
- Worüber möchten wir sicher nicht kommunizieren?
- In welcher Tonalität kommunizieren wir?
- Auf welcher Sprache kommunizieren wir?

Tipp: Sucht euch andere zivilgesellschaftliche Organisationen, bei denen euch die Social Media Arbeit gut gefällt. Das kann im Team ein gemeinsames Verständnis schaffen, wo es hingehen soll.

5. Und wer macht jetzt was? Klare Verantwortlichkeiten schaffen

- Wer hat im Team Zeit, für die ersten Monate die Social Media Arbeit zu übernehmen?
- Welche Unterstützung braucht diese Person (zum Beispiel für Design oder Fotos)
- Was ist sonst noch zu beachten (zum Beispiel Feedbackschleifen oder wichtige Termine)?

Tipp: Legt eine Ordnerstruktur an, in der ihr die Antworten auf die hier gestellten Fragen festhaltet. Legt in diesem Ordner auch alle Unterlagen für Social Media Arbeit ab (Fotos, Vorlagen für Schrift und Farben, Datenschutz-Einverständniserklärungen, Social Media-Strategie, Account-Namen). So kann eine andere Person die Social Media Arbeit jederzeit einfach und rasch übernehmen und eine kontinuierliche Kommunikation sichergestellt werden.

Unterschiedliche Plattformen, unterschiedliche Vor- und Nachteile. Eine Übersicht

Instagram

<i>Gut geeignet für...</i>	<i>Nicht so gut geeignet für...</i>
Bilder, Fotos und Live-Videoformate	Längere Textformate
Aufbau einer Marke & Ästhetik	Öffentlichkeitsarbeit und Themensetzung
Eindrücke aus dem Vereinsleben	Vernetzung mit Politik und anderen zivilgesellschaftlichen Akteur*innen
Live-Berichterstattung auf Events	
Förderung der Vereinskultur	
Spendenkampagnen	
Umfragen und Einblicke aus der Zielgruppe	

Tip: Auf Instagram gibt es einen Spenden-Button, der einfach einzurichten ist. Hilfreich kann auch IGTV sein: ein Live-Format, in dem man mit Followern in Kontakt treten und zum Beispiel Fragen beantworten kann.

Twitter

<i>Gut geeignet für...</i>	<i>Nicht so gut geeignet für...</i>
Kurze Texte	Bilder und Fotos
Öffentlichkeitsarbeit und Themensetzung	Aufbau einer Marke und Ästhetik
Vernetzung mit Politik und anderen zivilgesellschaftlichen Akteur*innen	Eindrücke aus dem Vereinsleben
Live-Berichterstattung auf Events	Förderung von Vereinskultur
Teilnahme an Diskussionen durch Teilen von Artikeln und Tweets	

Tip: Die Verwendung von Hashtags, die trenden, kann euch mehr Follower einbringen, weil euer Post dann auch sichtbarer für Menschen wird, die euch bisher noch nicht folgen.

LinkedIn

<i>Gut geeignet für...</i>	<i>Nicht so gut geeignet für...</i>
Vernetzung mit anderen Organisationen	Aufbau einer Marke & Ästhetik
Kampagnen	Politische Arbeit
Längere Texte um Themen zu setzen	Bilder & Fotos
Akquise neuer Mitglieder oder Ehrenamtlicher	

YouTube

<i>Gut geeignet für...</i>	<i>Nicht so gut geeignet für...</i>
Videoformate	Organisationen mit wenig Ressourcen
Interview-Formate	Text und Fotos
Längere Beiträge über die Vereinskultur	

Tipp: YouTube ist ein gutes Medium für längere Videobeiträge, kann aber im Vergleich zu anderen Kanälen für Anfänger:innen herausfordernd sein.

Facebook

Die User:innenanzahl auf Facebook nimmt in Deutschland seit Jahren deutlich ab. Ein Facebook-Account eurer Organisation kann jedoch für die Erstellung von Veranstaltungen sinnvoll sein. Auch Facebook-Gruppen werden nach wie vor gerne genutzt. Facebook kann besonders für ältere Zielgruppen interessant sein. Dennoch sollte man strategisch nicht ausschließlich auf Facebook setzen, weil die Plattform nicht mehr wächst.

Tipp: Für Fortgeschrittene ist ein Medienmix aus unterschiedlichen Kanälen (also zum Beispiel aus Instagram und LinkedIn) sehr zu empfehlen. Auf einem Kanal kann die Zielgruppe eher mit Fotos, auf dem anderen eher mit längeren Artikeln angesprochen werden.

Social Media & Hasskommentare: Wie gehen wir damit um?

Social Media ist leider nicht immer nur eine schöne, heile Welt. Besonders für zivilgesellschaftliche Organisationen, die politische Arbeit leisten, kann ein Social Media Kanal auch eine große Herausforderung darstellen. Hass im Netz ist ein ernstzunehmendes Problem, auf das jedes Team gewappnet sein sollte. Auch wenn es nicht einfach ist, gibt es Möglichkeiten, damit umzugehen:

- Erstellt für eure Organisation und euren Social Media Auftritt einen klaren Verhaltenskodex. Dieser sollte beantworten, wann Kommentare gelöscht werden und sollte die Sicherheit aller Mitglieder ganz Vorne anstellen
- Ladet keine Inhalte hoch, die Bilder oder persönliche Informationen von Menschen enthalten, ohne diese vorher nach ihrer Zustimmung zu fragen. Das kann großen Schaden für Einzelpersonen anrichten
- Entwickelt mögliche Szenarien: Wer könnte auf uns mit Kritik reagieren, und wie möchten wir damit umgehen?

 **Weitere Tipps & Tricks**

- Es gibt verschiedene Applikationen, mit denen ihr eure Social Media Kanäle steuern und auch schon im Voraus planen könnt. Wenn ihr auf kommerzielle Tools verzichten wollt, könnt ihr euch auch Erinnerungen für Posts im Kalender schreiben.
- Es gibt auch verschiedene Applikationen, um Inhalte schön und einfach aufzubereiten: Snapseed zur Videobearbeitung, Unfold für die Gestaltung von Stories auf Instagram, Prequel für Foto Effekte, Inshot für Videoproduktion, oder Over für das Design von Fotos und Posts. Diese Applikationen sind aber kommerziell, denkt an den Datenschutz!
- Achtet sowohl bei Text als auch bei Bildern immer auf das Urheberrecht - auch bei euren Mitgliedern. Inhalte, die urheberrechtlich geschützt sind und weiterverwendet werden, können Geldstrafen verursachen. Um auf Nummer sicher zu gehen sind offene Bilddatenbanken und auch das Wikimedia-Archiv gute Quellen, bei denen meistens nur die Ersteller genannt werden müssen.
- Achtet auf das Persönlichkeitsrecht, ganz besonders, wenn ihr Fotos während einer eurer Veranstaltungen durchführt. Das gilt übrigens auch online! Am besten holt ihr euch die Einverständniserklärung natürlich mit einer Unterschrift der Teilnehmenden.