

Social Media – Anwendungstipps für die Kommunale Jugendarbeit



Vorweg gut zu wissen: Es gibt kein allgemeingültiges „Rezept“ für gelingende Social Media Kommunikation, daher gilt es auszuprobieren, was für die eigene Institution am besten funktioniert.

Vorbereitung

Investiere ausreichend Zeit in die Vorbereitung! Sie ist maßgeblich am Erfolg deiner Beiträge auf Social Media beteiligt. Vor der Veröffentlichung von Beiträgen auf Social Media ist es wichtig folgendes zu klären:

WER ist meine Zielgruppe? An wen wende ich mich mit meinen Beiträgen („Postings“)?

z.B. an Jugendliche, Eltern und Großeltern, Fördergeber, breite Bevölkerung etc. Je nach Zielgruppe werden unterschiedliche Kanäle genutzt, andere Inhalte gebracht bzw. auch ein anderer Schreibstil verwendet.

WO ist meine Zielgruppe?

Die unterschiedlichen Zielgruppen verwenden unterschiedliche Kanäle; Jugendliche nutzen zurzeit häufig Instagram, TikTok und Youtube. Eltern und Großeltern eher Facebook (und teilweise Instagram).

WELCHE Inhalte sind für meine Zielgruppe relevant?

Überlege, welche Inhalte Interesse bei deiner Zielgruppe wecken. Für Eltern sind vielfach andere Inhalte interessant als für Jugendliche.

Anregungen für Beiträge: Events (Einladungen dazu und Eindrücke davon), Aktuelle Infos / Themen, Projekte (Kick-off, Zwischenergebnisse,

Projektgruppentreffen, Abschluss, Ergebnisse etc.), Gewinnspiele, Einblicke in den Alltag, Portraits von Personen, spannende Geschichten etc.

WIE kommuniziere ich?

Entlang eines „roten Fadens“; **Schriftarten, Farben und Schreibstil sollten IMMER gleich sein!** Das sorgt für Wiedererkennung; das heißt: **Vorab 1-2 Schriftarten und 2-4 Farben** (wenn es ein Logo gibt, dann diese entlang des Logos) und evtl. ein **Logo** festlegen. Es wird ausschließlich nach diesen vorab definierten **Standards** („Corporate Identity“) vorgegangen.

Auch **Hashtags** „#“ sorgen für Wiedererkennungswert. Das Land Steiermark – Referat Jugend hat im Jahr der Jugend z.B. bei sämtlichen Postings den Hashtag „#jugendarbeitwirkt“ verwendet. Beiträge können dadurch leichter gefunden werden, wenn stets der gleiche Hashtag verwendet wird.

Unbedingt auch **Personen, Institutionen, Vereine etc. „taggen“** (markieren), wenn diese für den Beitrag relevant sind bzw. im Beitrag vorkommen.

Außerdem: **Kurz und prägnant und in leicht verständlicher Sprache** schreiben und **Emojis** (Symbole) im Beitrag verwenden.

WELCHE Ressourcen habe ich?

Es ist notwendig sich vorab zu überlegen: Wieviel Zeit habe ich, um dauerhaft und regelmäßig einen Social Media Kanal zu betreiben?

Besser ist es, nur einen Kanal zu betreiben, diesen regelmäßig und systematisch zu bespielen, als mehrere Kanäle unregelmäßig zu befüllen / zu betreuen.

WAS brauche ich? Text? Bilder? Sujets?

JEDES Posting braucht mind. 1 Bild oder Sujet. Wenn ein Beitrag ansteht, unbedingt daran denken, ein passendes Bild zu machen oder vorzubereiten. Auch der Text kann vielfach im Vorfeld vorbereitet werden.

WER ist involviert?

Bereits vor dem Posting daran denken, wer beteiligt ist, ob man sich gegenseitig unterstützen, Fotos nützen, sich verlinken, einen Beitrag teilen etc. kann.

WANN kommuniziere ich?

- **Regelmäßig** (mind. 2x wöchentlich wäre die Empfehlung).

- **Aktuell:** z.B. während einer laufenden Veranstaltung, kurz davor / kurz danach; Ankündigungen sollen selbstverständlich mit Vorlaufzeit stattfinden.

WO veröffentliche ich Inhalte?

Instagram eignet sich für Postings, die sich an Jugendliche richten gut, da diese Plattform von Jugendlichen genutzt wird und sie auch einfach zu bespielen ist. Eltern, Verwandte etc. erreicht man hingegen besser über Facebook.

Videos auf Youtube und TikTok werden von Jugendlichen gerne angesehen. Besonders zu Beginn des öffentlichkeitswirksamen Auftritts über Social Media wird jedoch von der Bespielung dieser Kanäle abgeraten.

Umsetzung

Tipps zum Kanal:

- Einen eindeutigen, zuordenbaren Usernamen oder Accountnamen verwenden
- Die Biographie „Bio“ (= Beschreibung) kurz und prägnant ausfüllen und ggf. mit Verlinkungen versehen.

Tipps zum Inhalt:

- Ein **Bewegtbild** erzeugt mehr Aufmerksamkeit als ein statisches Bild. Jedenfalls **IMMER** ein Bild verwenden!
- Am besten **eigens erstellte Bilder** und (schwieriger, aber wenn möglich) eigene Musik verwenden. Das sorgt für Authentizität und man braucht nicht auf Lizenzen zu achten; ansonsten **Quellen / Fotocredits** direkt im Post oder am Foto selbst angeben! Z.B. im Posting „© Jugendzentrum XY“
- **Emotionen** wecken: Eine „Geschichte“ erzählen, persönlich werden → Interesse wird geweckt, wenn mit dem Posting auf ein persönliches Bedürfnis eingegangen wird.
- Text **kurz, prägnant und in einfacher Sprache** formulieren. Videos sollen so kurz als möglich (und max. 1 Minute) sein.
- **Geschlechtsneutrale Sprache** verwenden: z.B. „Studenten“ statt „Studierende“.
- **„DU“** statt „Sie“ oder „man“ – persönlich und direkt ansprechen! D.h. „für euch Jugendliche“ wird zu „für dich“.
- **Verlinken & markieren: Hashtags** z.B. „#jugendarbeitwirkt“, „#jungimzentralraum“ oder Ähnliches verwenden; Beiträge können dadurch leichter gefunden werden. **Personen oder Institutionen markieren** („taggen“) sorgt für mehr Reichweite (und meistens auch mehr Likes).
- Content (Inhalte, die veröffentlicht werden) **vorproduzieren**. D.h. Sich eine Art „Archiv“ (mit jeweils mind. 1 Bild und ein paar Zeilen Text und ggf. einem Link)

mit Themen die „zeitlos“ sind, erstellen. Diese können dann verwendet werden, wenn es z.B. im Moment keine aktuellen Inhalte gibt.

- **Inhalte „recyceln“.** Werden mehrere Kanäle genutzt, können Inhalte mehrfach verwendet werden und brauchen meistens nur eine geringe Anpassung.
- **Interaktion steigern:** z.B. Fragen stellen, Aufforderung zu kommentieren, Gewinnspiele etc.
- **Struktur:** Beiträge **im Kalender einplanen („Postingplan“)**. Somit sind Regelmäßigkeit und Überblick über die Inhalte gegeben.
- **Sich an Beispielen orientieren:** Wie machen es andere Jugendzentren oder Gemeinden? Besonders zu Beginn, wenn du noch nicht so routiniert bist, hol dir Anregungen und orientiere dich (aber kopiere nicht!) andere Einrichtungen.
- **Nutze einfache Programme!**
 - **Canva:** Programm um Bilder / Sujets, aber auch Dokumente zu gestalten. Die Basisversion ist kostenlos verfügbar!
https://www.canva.com/de_de/
 - **Capcut:** Programm um kostenlos Videos zu bearbeiten.
<https://www.capcut.com/de-de/>
 - **Unsplash:** Kostenlose Stockphotos stehen hier zur Verfügung:
<https://unsplash.com/de>
 - **Later:** Werkzeug um Inhalte zu planen (nur in Englisch!):
<https://later.com/>
 - **Motion array:** Musik, Bilder, Videovorlagen: <https://motionarray.com/>
- **Dranbleiben!** Es braucht Zeit und Durchhaltevermögen bis sich Kommunikation auf einem Kanal etabliert.
- **Keep it simple – weniger ist mehr!** Ein guter Beitrag muss nicht mit viel Aufwand verbunden sein. Voraussetzung: Durchdachte Vorbereitung, den definierten Standards folgen und lieber weniger Inhalt in einen Beitrag geben, dafür den Postingplan einhalten. Laptop und Smartphone sind als Grundausstattung völlig ausreichend.

Überprüfung / Monitoring

Mit der Zielgruppe auch **nach der Veröffentlichung des Beitrags kommunizieren!** D.h. auf Kommentare reagieren; z.B. mittels Kommentar, „Like“ oder privater Nachricht.

Wichtig: **Kommentare nur in Ausnahmefällen löschen!** (Wenn es sich um übergriffige Kommentare, oder unangemessene Inhalte handelt.) Grundsätzlich gilt Meinungsfreiheit. Wenn eine Diskussion mehrerer Personen untereinander unter einem Posting entsteht, wird empfohlen, nur in drastischen Fällen darauf zu reagieren.

Die Reaktionen der Zielgruppe sind ein Anzeichen dafür, wie Beiträge angenommen wurden. Es gilt, diese immer im Blick zu haben. Somit kann auch einfach beurteilt werden, welche Inhalte bei der Zielgruppe gut ankommen bzw. ob etwas an der eigenen Posting-Strategie verändert werden soll.