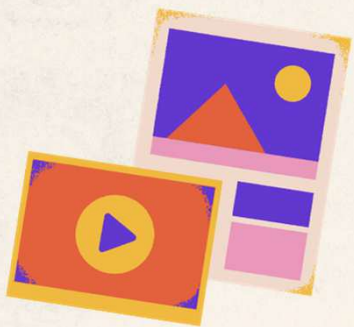


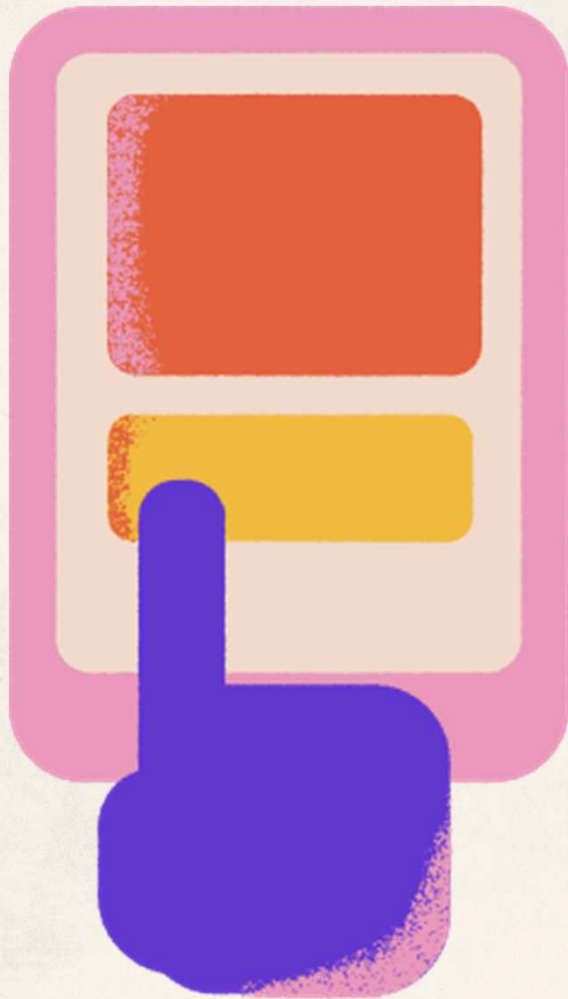


Social Media Workshop

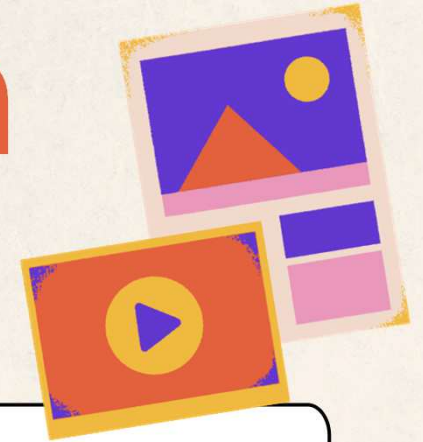


Veränderte Informationswege
von Familien





Was haben wir vor



- ✓ Vorstellungsrunde
- ✓ Die bunte Vielfalt an Möglichkeiten
 - ✓ Welche Plattformen sind relevant?
- Wie funktionieren diese?
 - ✓ Grundsätze – Chancen & Risiken
 - ✓ Vernetzungsideen
- ✓ Austausch zu KI



Zu meiner Person



Zu mir

Kerstin Koch

Seit 2009 auf Social Media (StudiVZ)

15 Jahre Erfahrung in digitalen

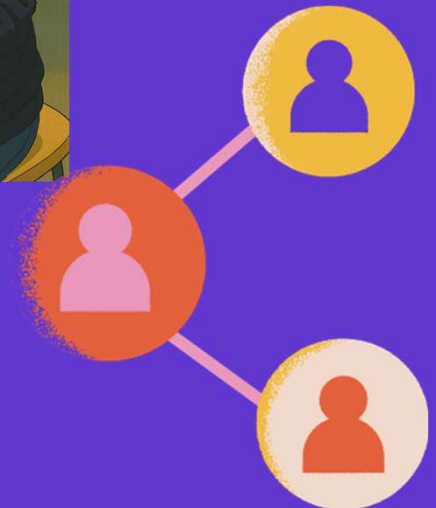
Werbeagenturen

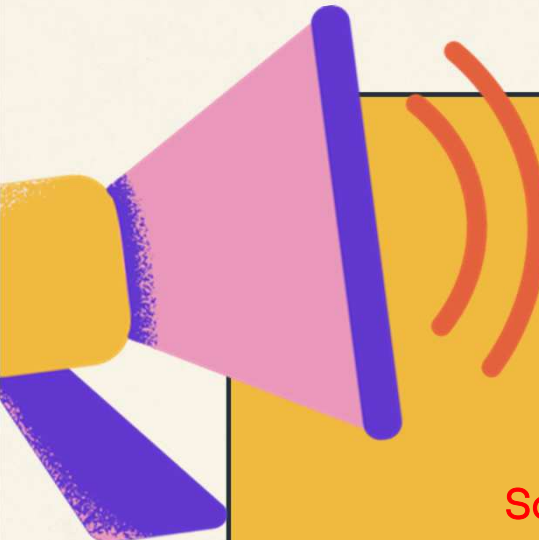
Pinterest

- Inspo & Ideen

Instagram

- Nachrichten
- Informationen geschäftlich & privat
- Inspo





Definition

Social Media bezeichnet digitale Plattformen und Netzwerke, auf denen Menschen Inhalte erstellen, teilen und miteinander interagieren können, um Informationen, Meinungen oder Erfahrungen auszutauschen.

Dabei steht die Vernetzung und direkte Kommunikation zwischen den Nutzerinnen und Nutzern im Mittelpunkt, wodurch neue Formen sozialer Beziehungen und öffentlicher Teilhabe entstehen.



Überblick in Deutschland

- 65 Millionen Nutzer in Deutschland
- 83,4% der 18+ sind auf Social Media aktiv
- Minimal mehr Männer als Frauen 50,4% vs. 49,6%



Durchschnittlich 5,5
Social Media
Plattformen



Durchschnittliche
tägliche Nutzung
1 Stunde und 41
Minuten

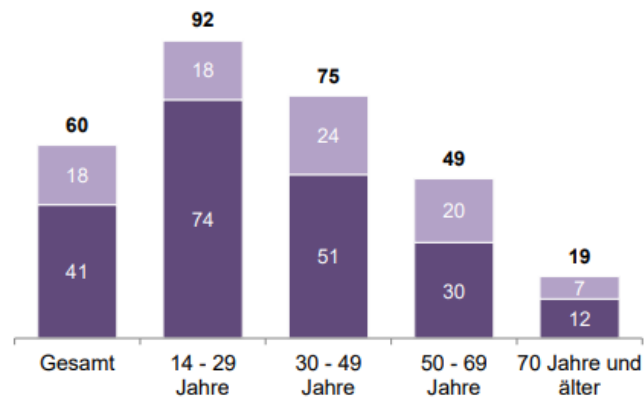
Aktuell



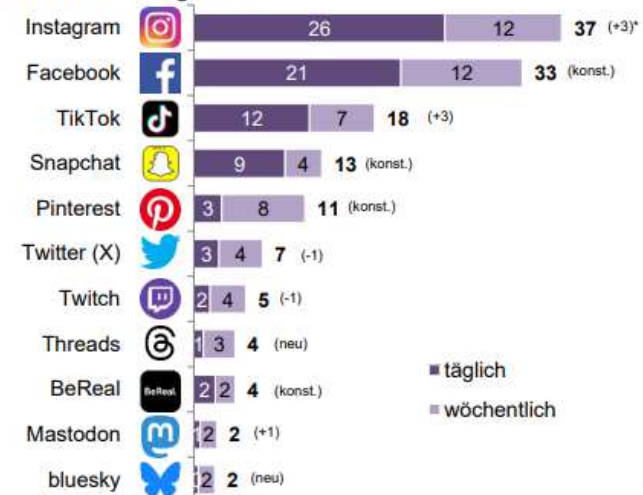
Instagram und TikTok legen an Reichweite in Deutschland zu.

Nutzung Social Media (Nettowert)

■ täglich ■ wöchentlich



Social Media-Angebote



Neuste Studien:
Social Media Konsum stagniert, teilweise sogar rückläufig.
Gründe?



Name:

Facebook



Nutzung:

Website & App mit Login

Nutzeranzahl Deutschland:

30 Millionen/ Monatlich

Zielgruppe:

Personen ab 30 Jahre

Umsetzung:

Profil / Fanseite

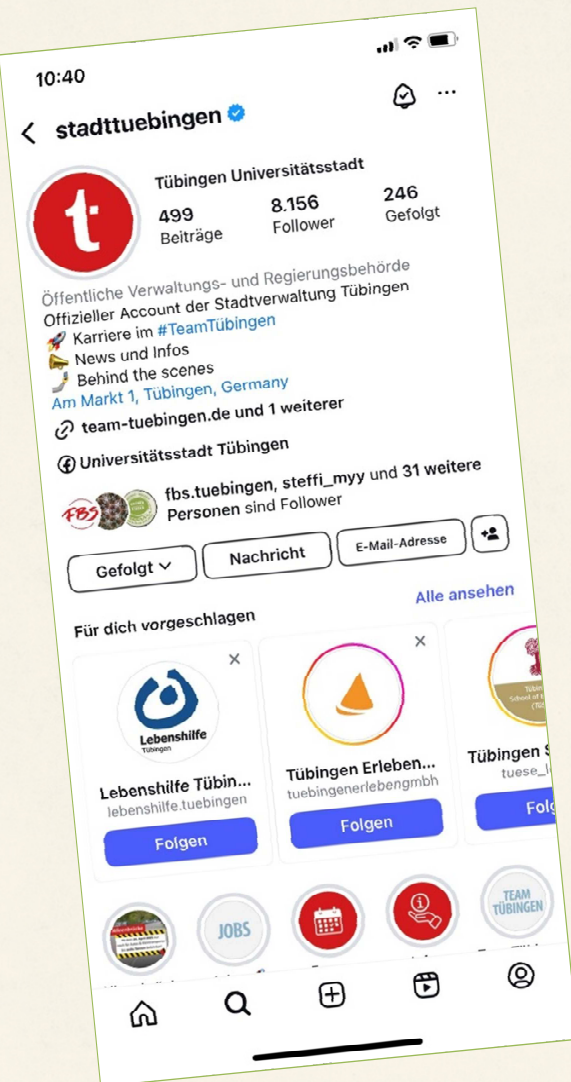
Fotos/ Texte

Veranstaltungen

Wichtige KPIs:

Reichweite/ Likes





Name:

Instagram

Nutzung:

App mit Login

Nutzeranzahl Deutschland:

46 Millionen/ Monatlich

Zielgruppe:

Fokus Zielgruppe

18-24 Jahre

Umsetzung:

Reels (30'') Reels

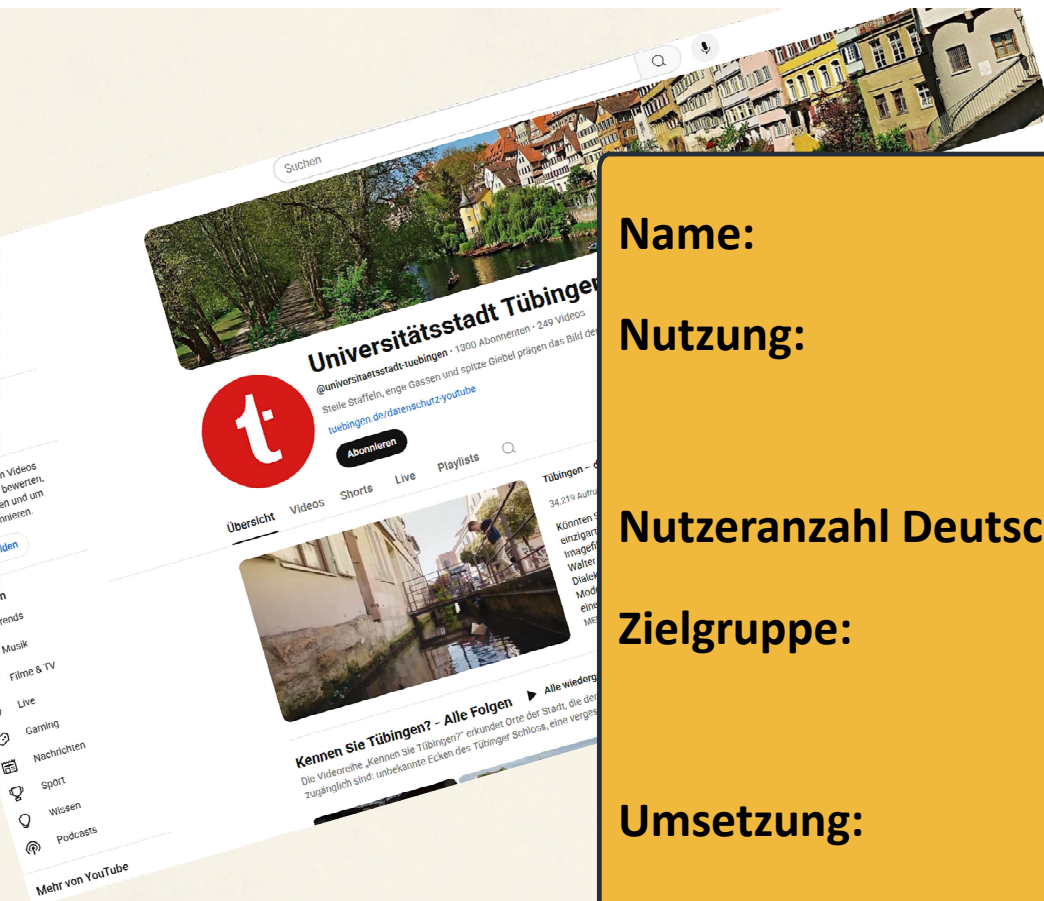
Bilder+Text 5-15 #

Wichtige KPIs:

Reichweite/ Klicks/ Durchsicht

blauer Haken – verifizierter Account





Name:

Youtube



Nutzung:

Web/ App /
auch auf Smart TV

Nutzeranzahl Deutschland:

70,90 Mio. / Monat

Zielgruppe:

Hauptnutzer
25- bis 44-Jährigen

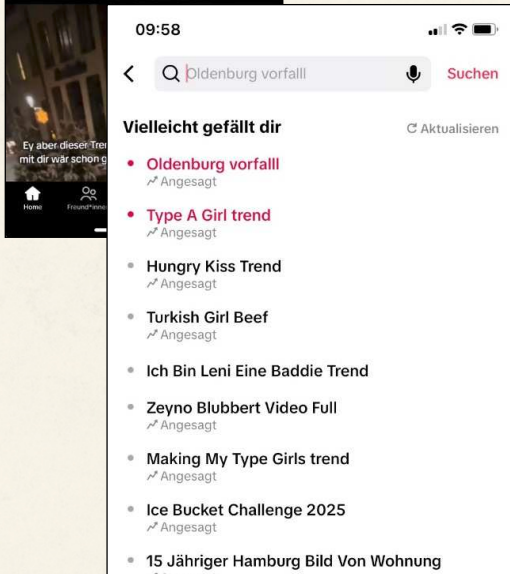
Umsetzung:

Videos
Livestream

Wichtige KPIs:

Reichweite/ Durchsicht





Name:

TikTok



Nutzung:

App mit Login

Nutzeranzahl Deutschland:

21 Millionen

Zielgruppe:

18-32 Jahre

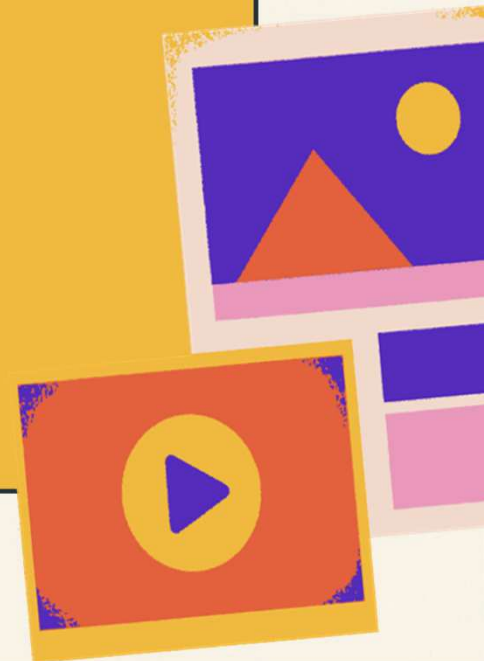
Umsetzung:

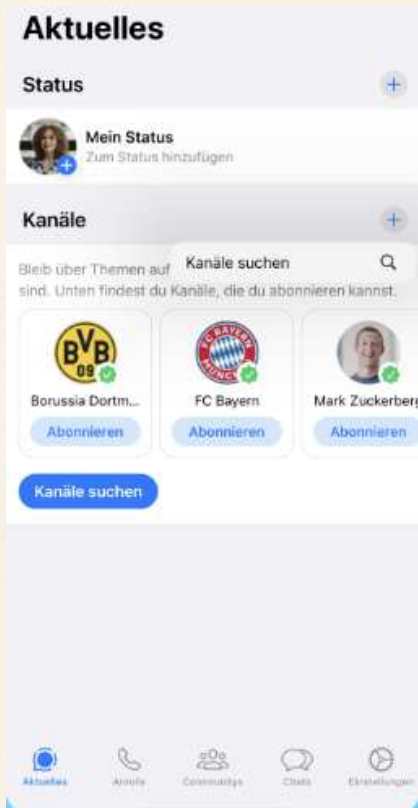
ausschließlich Video

Wichtige KPIs:

Durchsicht/ Reichweite

Abos





Name:

WhatsApp



Nutzung:

App/ Handynummer benötigt

Nutzeranzahl Deutschland:

44 Millionen

Zielgruppe:

ab 14 Jahre

Umsetzung:

1:1 Austausch (Text & Voice)

Status

Gruppenchats

Kanäle → aktive Suche

Wichtige KPIs:

Abonnenten/ Reaktion





Name:

Pinterest



Nutzung:

Web/ App mit Login

Nutzeranzahl Deutschland:

19 Millionen

Zielgruppe:

18-35 Jahre

vorrangig Frauen

Umsetzung:

Pins in Form von Fotos

eigenes Board

Wichtige KPIs:

Reichweite/ Klicks



Überblick



	Nutzenpotenzial	Zielgruppen	Risiken & Herausforderungen
Facebook	Austausch mit Bürgerschaft, Veranstaltungskommunikation	Erwachsene 30-65	Datenschutz, sinkende Reichweite, Kommentar-Moderation
Instagram	Emotionale Bilder, Storytelling über Projekte	Jugendliche & junge Erwachsene	Hoher visueller Anspruch, Content-Planung
TikTok	Kreative Einblicke, kurze Informationsclips	Jugendliche	Datenschutz, Tonalität, Schnelllebigkeit
YouTube	Informationsvideos, Imagefilme, Tutorials	Alle Altersgruppen	Produktionsaufwand, Urheberrecht bei Musik/Bildern
WhatsApp	Direktkommunikation, „Newsletter“	Bürger, Eltern, Mitglieder	DSGVO-Konformität, keine Öffentliche Reichweite



Chancen



- **Schnelle & einfache Umsetzung**

Ob direkt oder terminiert, es lassen sich Post
einfach und schnell umsetzen
Ein Bild etwas Text – fertig!

- **Reichweite nutzen**

In eurem Umfeld (Träger/ Institution/
Gruppe) gibt es bereits einen Account?
→ NUTZEN

- **Umsetzung geht viral**

Toller Boost für euren Account
Reichweite und damit Sichtbarkeit

- **Kommunikation auf Augenhöhe**

Ein einfacher, barrierefreier Austausch ist
schnell möglich



Risiken

- **Algorithmus**

ist nicht einsehbar und verändert sich laufend.

Aktuell vermutlich: Regelmäßigkeit und Häufigkeit + weitere Faktoren

Das bedeutet:

Empfehlung für Sichtbarkeit aktuell ca. 3

Posts pro Woche + zusätzliche Reels

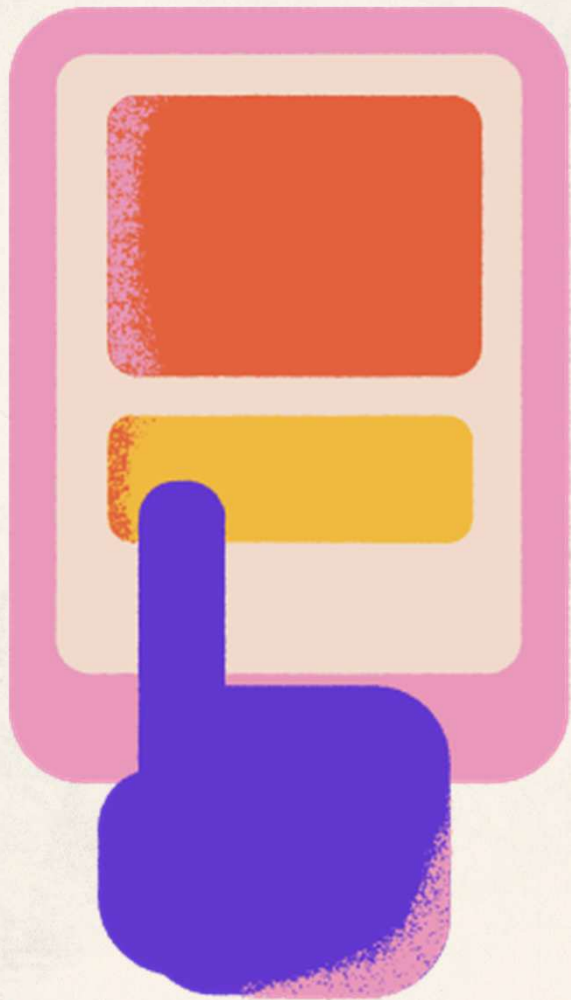
- **Umgang mit Kommentaren**

Trolle, Bots, Hatespeech,....

Umgang mit all diesen Phänomenen nimmt mit der Größe eines Accounts zu.

- **Zeit & Ausdauer**

Generisches Wachstum – ohne bezahlte Werbung – benötigt Ressourcen in Form von Personen und Zeit



**Okay und
nun?**



Fragen zum Start

- Was wollen wir erreichen? Was ist unser Ziel?
 - Welche Zielgruppe wollen wir ansprechen?
 - Welche Plattformen gibt es und welche wollen wir nutzen?
 - Welche Themen sind uns (Zielgruppe) wichtig?
 - Was können wir mit den gegebenen **Ressourcen und Kapazitäten** tatsächlich leisten?
 - Erfolgskontrolle: Was hat gut/weniger gut funktioniert?
- 

SMARTe Zielsetzung

Spezifisch

So Klar und eindeutig

Messbar

Messgrößen bestimmen

Attraktiv

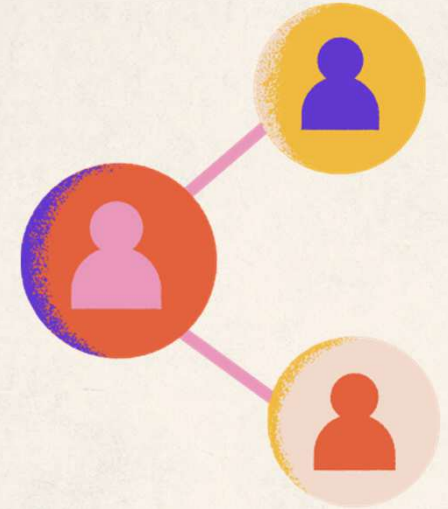
Für Beteiligte ansprechend

Realistisch

Machbarkeit mit Zeit & Mittel

Terminiert

Zeitraumen



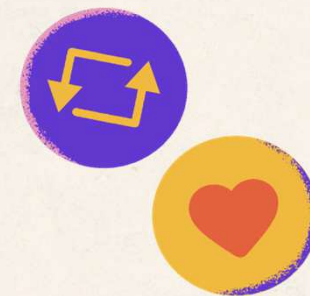
Beispiel



Unsere Social Media Reichweite auf Instagram in den kommenden 6 Monaten um 20 % erhöhen

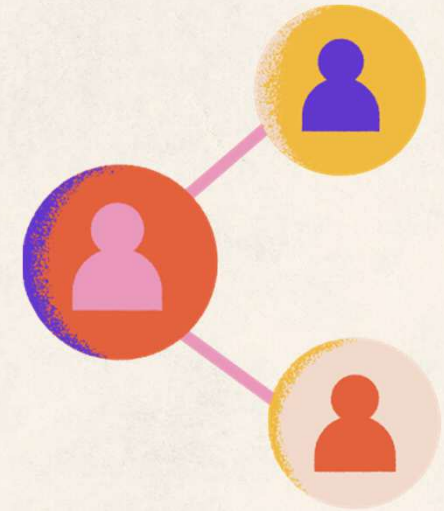
NICHT:

Mal schauen was mit Social Media möglich ist



Wer ist die Zielgruppe

- Jugendliche
 - Eltern
 - MultiplikatorInnen
 - Ehrenamtliche
 - ...
-
- Wichtig, da die Inhalte danach gestaltet werden sollten



Wahl der Plattform

- Account richtig anlegen
 - Bspw. Instagram öffentliches Profil, damit man gefunden wird
- Prüfen ob man sich mit anderen verbinden kann
- Hab ich so viel Kapazität um auf der Plattform Sichtbarkeit zu erzielen
- Wie kommen Nutzer auf meinen Account



Themen

- Brainstorming: Ideenfindung, Recherche
- Welche Zielgruppe wollen wir ansprechen?
Welche Kanäle werden potentiell genutzt?
- Unterschiedliche Aufbereitung von Content
- Redaktionsplan
- Skript oder Checkliste

Gute Vorbereitung ist das WICHTIGSTE!

- Vor Veröffentlichung: Abstimmung mit allen beteiligten Personen



Helfende Tools

Bilder



Canva (kostenfrei für NGOs):
Bildbearbeitung und Vorlagen

Text



ChatGPT: Konzepte, Captions,
Redaktionspläne

Video/ Schnitt



Instagram Reels Editor
Einfacher und schneller Schnitt

Planung



Meta Business Suite: Beiträge
einplanen, Entwürfe, Analyse
MS Planner / Trello / Excel:
Planungs-Tool, webbasiert



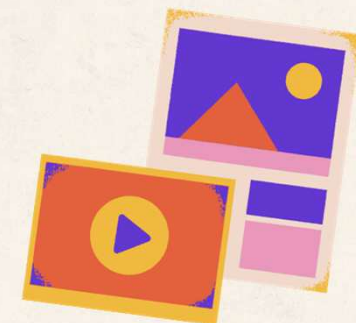
Rechtliches & Datenschutz



- **Datenschutz:** Keine privaten Daten veröffentlichen ohne Einwilligung
- **Bildrechte:** Immer prüfen, Rechte klären – auch bei Musik
- **Impressumspflicht:** Auch auf Social-Media-Profilen erforderlich
- **Hinweis:** Messenger-Dienste wie WhatsApp nur in DSGVO-konformen Varianten nutzen (z. B. WhatsApp Business mit Zustimmung der Teilnehmenden)

Alles erreicht?

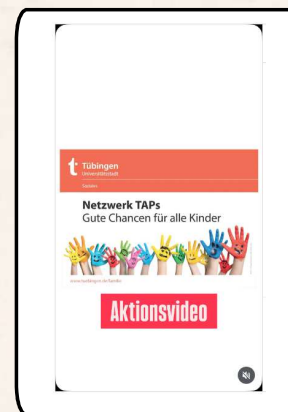
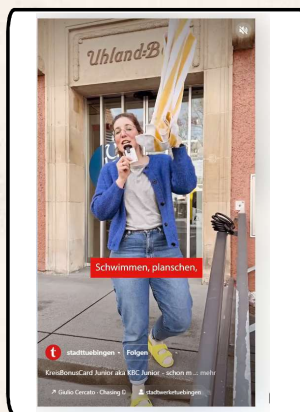
- Insights nutzen
 - Wachstum der FollowerInnen
 - Demografische Daten des Publikums
 - erreiche ich wirklich meine Zielgruppe
- Klicks
- Reichweite
- Engagement-Rate



Umsetzung Team Familie



- Zielgruppen relevante Themen auf Instagram (ggf. auch Facebook) platzieren
- Nutzung des städtischen Account „stadttuebingen“ & „visittuebingen“
- Reichweite und damit Sichtbarkeit für die Themen zu schaffen



Ideen zum gemeinsamen WIRKEN auf Instagram



Collab Post

Inhalte gemeinsam verbreiten und
Reichweite nutzen

Wie funktioniert es:

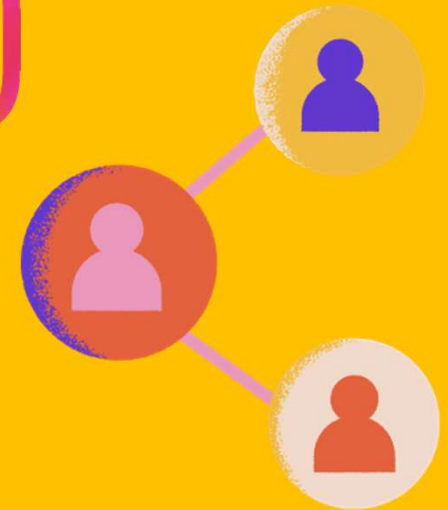
Bei Post Co-Autoren einladen, nach der Bestätigung
wird der Post veröffentlicht

#FamilieInTuebingen

Gemeinsamer **#Hashtag** nutzen

Warum: Gemeinsames Auftreten -
Verbindung schaffen - Wiederfinden
erleichtern

Authentizität





Thema KI

Was wird genutzt?



Was nutzen wir und wie

Chat GPT/ Perplexity

Texte umformulieren/ kürzen

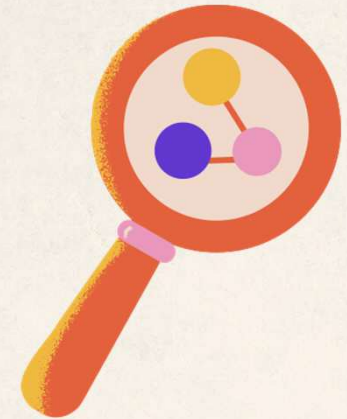
Texte in einfache Sprache umformulieren (bspw. Flyer)

Ideenhilfe für Aufbau oder Gliederungen

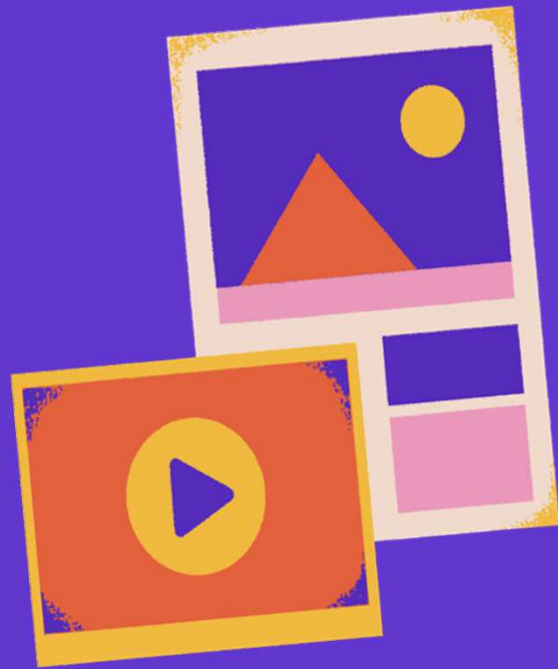
Bildergenerierung (interne Dokumente/ Präsentationen)

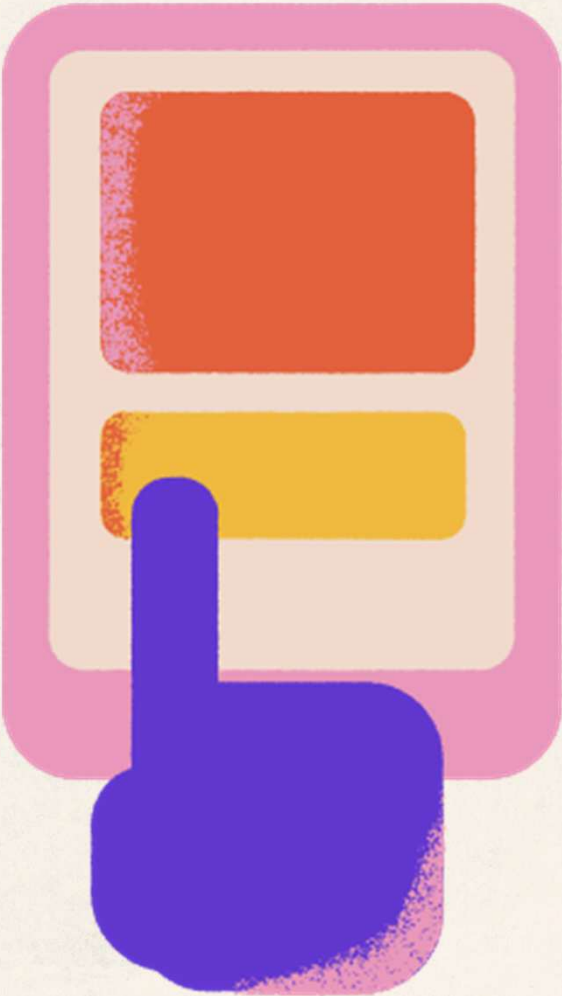
Google Lens/ DeepL

Übersetzung von Inhalten



Fragen & Anmerkungen?





Vielen Dank



Kerstin Koch
Koordination KreisBonusCard



Universitätsstadt Tübingen
Fachabteilung Planung und Entwicklung
Derendinger Straße 50 | 72072 Tübingen



Telefon 07071 204-2413



E-Mail kerstin.koch@tuebingen.de