



Gisela Prellwitz, Stabsstelle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, DRK-Landesverband Hessen, e.V.

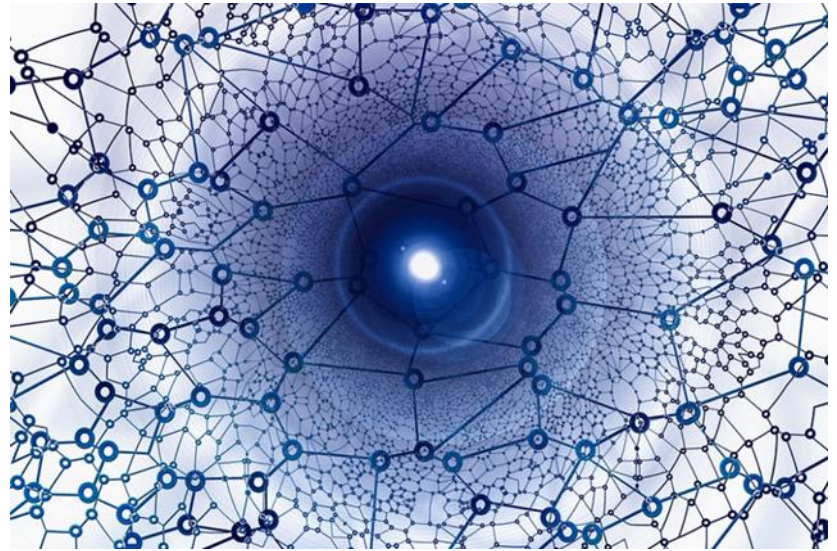
# **Vereinsarbeit in den sozialen Medien**

# Soziale Medien: Facebook/Instagram

- Was kann es?
- Was läuft gut?
- Tipps
- Pflege
- Gute Ideen, woher?
- Fotos/Videos

# Was können diese Medien?

- Modern/Schnell – Kommunikation fast in Echtzeit
- Kommunikation auf Augenhöhe unter „Freunden/Fans“
- Kostengünstig zu betreiben
- Kostengünstig zu bewerben
- Steuerung des eigenen Images über Bilder und Videos / noch stärker bei Instagram



# Was läuft im DRK in den Sozialen Medien?

- Blaulicht
- Politische aktuelle Situation
- Unterhaltung
- Blick hinter die Kulissen/so arbeiten wir
- Bilder in Dienstkleidung und/oder beim Einsatz
- In den Alltag der Menschen einhaken



# Ideen und Tipps zu Inhalten I

- Was interessiert mich als Vereinsmitglied und damit meine Leser?
  - Zentrale Themen notieren
  - Wann lesen meine Leser?
- Wer sind meine Zielgruppen? Interessen?
  - Weitere Themen ergänzen
  - Unterhalten
- Welche Ereignisse berichten wir als Verein?
  - Gemeinsame Entscheidung treffen und Ergebnis auflisten (Merktafel)
- Wie wollen wir wahrgenommen werden?
  - Mit einer „Sprache“ die Leser ansprechen
  - Fotos/Videos (Handy ist ausreichend)



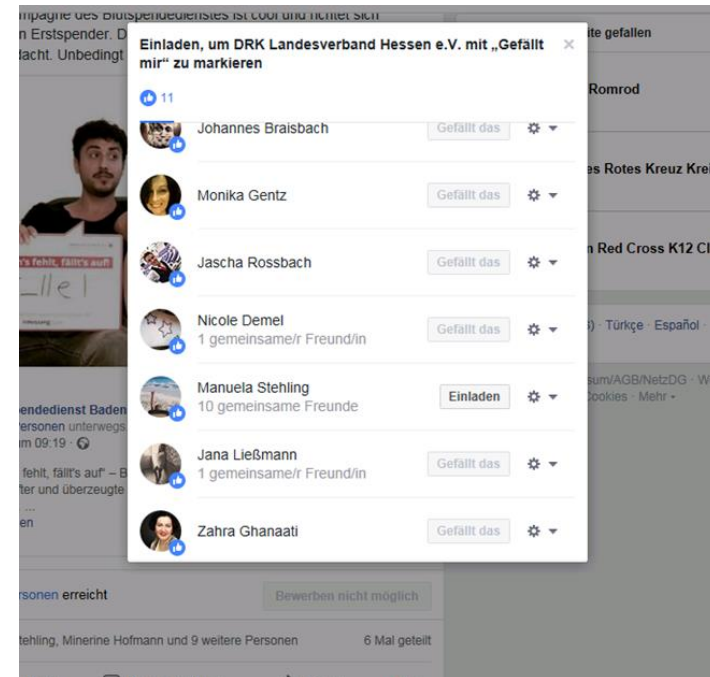
# Ideen und Tipps zu Inhalten II

- Wie sieht unser Alltag aus?
  - DRK-Beispiel: Wie gehen wir mit Erschöpfung oder Trauer um?
  - Was stärkt unsere Gemeinschaft?
- Saure Gurkenzeit:
  - „Draußen“ und international recherchieren
  - Fragen in die Gemeinschaft stellen („Was denkt ihr über...?“)
  - Jahreszeiten/Wetter thematisieren „worüber alle sprechen“
  - Nutzen von Anlass-Tagen, Bsp. [www.kuriose-feiertage.de](http://www.kuriose-feiertage.de)
  - Spannende Zahlenvergleiche liefern (Bsp.: DRK-  
*Rettungsdienst fährt in Hessen 1,2 mal um die Erde pro Tag*)
  - „Abkupfern“, „Abkupfern“, „Abkupfern“ ... oder einfach teilen



# Ideen und Tipps zu Inhalten III

- Länge der Texte: kurz und bündig, wichtige Wörter nach vorne, interessante Infos nach links setzen, Absätze machen
- Intensität der Pflege: Team bilden /Urlaubsvertretung planen, Reaktionen oft prüfen, Beiträge sind zeitlich planbar auf Facebook
- Werbung in Facebook ist kostengünstig! Budget planen
- Umgang mit Trollen: im Auge behalten, abwarten, höflich/sachlich argumentieren
  - Beitrag löschen oder Troll sperren nur als letzte Lösung



# Fotos in den sozialen Medien

- Informationen mit Bildern sind beliebter
- Qualität/Originalität zählt – bei Instagram noch stärker auf Bild reduziert
- Neue DSGVO beachten
- „Ich fotografiere für...und verwende das Foto für...“
- Bildrechte immer klären! (Gesichtserkennung)
- Besser dunkler, als heller  
fotografieren (Nachbearbeiten)





# Videos in den sozialen Medien

- Videos sind noch beliebter als Bilder
- Handy ist ausreichend für Videoerstellung
- Dramatischer Moment/Emotionen
- Aufmerksamkeitsspanne 8 Sek.
- Max. 30 Sekunden Gesamtlänge





***Haben Sie Fragen....?***

Gisela Prellwitz  
Stabsstelle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
DRK-Landesverband Hessen

Abraham-Lincoln-Straße 7  
65189 Wiesbaden  
Tel.: 0611 – 7909-527  
[gisela.prellwitz@drk-hessen.de](mailto:gisela.prellwitz@drk-hessen.de)

Fotos: [pixabay.com](http://pixabay.com), D. Winter  
*Wiesbaden, Mai 2019*