



Social-Media-Papier für die Aktion Zukunftszeit

Tipps für Social-Media

Für alle Posts zu Zukunftszeit verwenden wir den Hashtag **“#zukunftszeit”**. Zusätzliche Hashtag können **#gemeinsamfüreinbuntesLand #35000Stunden #bdkj** sein.

Die Bundesebene berichtet über die Aktion auf zukunftszeit.de mit eigenen Accounts bei Facebook und Instagram (jeweils unter dem Namen „Zukunftszeit“) sowie bei Twitter über den BDKJ-Account (@bdkj).

Startet mit “Warum”?

Was ist das Ziel des Accounts? Wen wollt ihr erreichen? Auf welcher Plattform kann das gelingen? Was könnt ihr bieten, damit Leute euch folgen? Wie müssen die Inhalte gestaltet sein, damit sie zum jeweiligen Kanal passen? Auf welchen Kanälen bewegen wir uns privat selbst?

Inhalt, Ansprache und Stil

Legt Zuständigkeiten fest. Gerade wenn mehrere Leute einen Account betreuen, ist es sinnvoll, sich vorher auf ein paar Dinge zu einigen: Schreiben wir „Der BDKJ, die KJG...“ oder „wir“? Wie oft wollen wir Inhalte verbreiten (erfahrungsgemäß bewertet z.B. Facebook Seiten besser, wenn sie häufig Inhalte verbreiten, aber nicht zu dicht aneinander getaktet sind). Sinnvoll kann es sein, jeden Tag etwas zu posten. Seltener als einmal die Woche ist ungünstig. Die Userinnen und User werden grundsätzlich geduzt. Bei der Beantwortung von Kommentaren kann im Einzelfall auch die “Sie-Form” angemessen sein.

Der Inhalt macht’s: Social Media lebt von vielen “kleine Berührungspunkten”. Nicht jeder Post muss die ganze Aktion erklären, aber verständlich sein. Vermeidet daher eher unbekannte, interne Abkürzungen. Achtet auf ausdrucksstarke Bilder, bietet einen Blick hinter die Kulissen, wechselt Hintergründiges und politische Forderungen und Buntes ab. Die Inhalte sollen leicht und gut konsumierbar, “snackable” und teilbar sein. Viele Leute werden eure Inhalte unterwegs oder beim Durchscrollen sehen, deshalb sollte es schön und auffällig aufbereitet sein. Mischt verschiedene Inhalte wie Gifs, Fotos, Links, Videos, Livestreams... Interagiert mit anderen und werdet zum Beispiel durch “Liken” auch auf anderen Seiten sichtbar. Vermeidet reine Sitzungsmeldungen wie „die Arbeitsgruppe hat getagt“, vermeldet lieber die Themen, Beschlüsse oder „lustige“ Bilder der Sitzungen. Ehrenamt macht Spaß und das darf man auch sehen!

Gerade in fotolastigen Netzwerken wie Instagram zählt „Qualität vor Quantität“. Geliked werden primär ausdrucksstarke, gut und vor allem nicht zu kitschig oder kindisch bearbeitete Bilder. Zu häufiges posten führt zu einem starken Like-Abfall. Sinnvoll ist es einmal wöchentlich etwas zu posten. Vergesst nicht mit den Instagram Story euern Followern einen „Behind the Scenes“ Einblick zu gewähren. Hier zählt übrigen die „Qualität vor Quantität“ Regel nicht mehr.

Beachtet bei allen Post, die Fotos, Videos oder andere Anhänge beinhalten das Urheberrecht. d.h., ihr solltet prüfen, ob ihr das Bild/ das Video/ die Grafik teilen/ weiterverbreiten dürft. Gebt immer die Quelle im Post an (z.B. Foto: BDKJ/ Name des Fotografen, es sei denn ihr habt das Material selber erstellt). Klärt unbedingt ab, ob die



Fotografierten mit einer Veröffentlichung einverstanden sind. Bei Minderjährigen müssen die Eltern zu stimmen. Es gibt keine Regelung, wonach die Pflicht entfällt, wenn wir als sieben Personen auf einem Bild sind.

Tipp um mehr Seiten-Likes zu erhalten: Schaut, wer Beiträge der Seite liked und ladet diese Leute ein, auch die Seite zu liken. (Auf die Zahl neben den Likes klicken und dann sieht man, wer die Seite schon liked, wer schon eingeladen ist und wer noch eingeladen werden kann.) Erwähnt andere Seiten (bei Facebook möglich durch „@“). Facebook bewertet die Seiten positiv, auf denen viel Traffic (Bewegung) geschieht und auf denen viel kommentiert wird. Daher solltet ihr überlegen, ob ihr nicht auch zu Diskussionen anregen/ auffordern solltet.

Regeln

Grundsätzlich gelten die Regeln des jeweiligen Netzwerks (z. B. die Facebook-AGBs). Kommuniziert zusätzlich eure Nettiquette / eure Regeln:

z.B. “Wir freuen uns auf einen Austausch mit euch, erwarten aber, dass wir respektvoll und auf Augenhöhe miteinander umgehen. Wir behalten uns daher vor, Äußerungen und Beiträge, die gegen geltendes Recht verstoßen, zu löschen. Insbesondere Beleidigungen oder solche Inhalte, die Persönlichkeitsrechte, Rechte Dritter oder Urheberrechte verletzen sowie Spam und Werbung sowie Posts, die nur aus einem Link bestehen, werden wir entfernen“. Die Nettiquette der Facebook-Seite des BDKJ-Bundesverbands findet ihr hier: http://bit.ly/Nettiquette_BDKJ

Lasst euch nicht provozieren („Don’t feed the troll“). Wenn ihr zum Beispiel viele kritische Kommentare habt, sucht euch ein Netzwerk an Unterstützerinnen und Unterstützern. Wenn ihr als offizielle Seite kommuniziert wirkt es “offizieller” als über den Privataccount. Verweist User/-innen auf eure Nettiquette, wenn sie dagegen verstoßen.

Bei kritischen Kommentaren argumentiert für eure Position und tretet in die Diskussion ein. Kommentare, die rechtswidrige Inhalte oder Aussagen haben, Menschen persönlich beleidigen oder extremistische Meinungen vertreten werden gelöscht. Gelöscht wird ebenfalls Werbung. Oder kurzum: Gelöscht wird alles, was gegen eure Nettiquette verstößt. Facebook bietet außerdem die Möglichkeit Kommentare auszublenden, das kann ein Schritt sein, wenn ihr unsicher seid, ob ihr löschen wollt. In diesem Fall sieht „nur noch“ der/die Kommentator/-in und ihre Kontakte den Kommentar. Sollte jemand wiederholt negativ auffallen, könnt ihr ihn auch komplett sperren.

Kontakt: Ihr habt Fragen zum Papier? Oder braucht eine konkrete Hilfestellung? Dann meldet euch gerne beim Webteam unter webteam@bdkj.de

Auf der Seite des Bundesverbands Mobile Beratung e. V. findet ihr außerdem nach Bundesländern sortiert eine Übersicht an mobilen Beratungsangeboten gegen Rechtsextremismus www.bundesverband-mobile-beratung.de/angebote/vor-ort/