

Wie verbessern wir unsere Online-Kommunikation?

Herzlich willkommen zum Workshop!

Referent*innen: Kay Schulze & Lilly Oesterreich

Agenda

1. Storytelling im Netz
 1. Social Media - Ein neuer Zugang
 2. Die Methode Storytelling
2. Qualifizierungsstrategien des Paritätischen
3. Sammlung von Best-Practices in Break-Out-Sessions
4. Vorstellung der Ergebnisse
5. Diskussion und Zeit für Rückfragen

Storytelling im Netz: Entwicklung & Trends

Social Media - Neue Zugänge, neue Herausforderungen

- Hurra! Neue digitale Zugänge für die Ansprache unserer Zielgruppen
- Der Wettbewerbsdruck steigt
- Informationsüberfluss macht Aufmerksamkeit zum knappen Gut
- Gleichzeitig kommunizieren wir viel mehr

Die Superkraft der sozialen Medien

- **Dialog-Kommunikation**
- **Kultur des Teilens**
- Es geht um Partizipation, um Teilhaben, sich beteiligen, miteinander denken

Storytelling im Netz

Weg von Botschaften, hin zu Inhalten!

- Menschen merken sich Geschichten bis zu 22x besser als Fakten
- Informationen werden schneller aufgenommen und besser gemerkt
- Geschichten = Bilder = Emotionen
- Identifikationsmomente schaffen

Storytelling – Erzähl mir (d)eine Geschichte

- Geschichten rund um Ihre Person und den Gründungsmythos Ihres Projektes / Vereins
- visuell / filmisch emotional aufgebaute Projekte / Vereinsporträts
- Authentische Beispiele aus der eigenen Projektpraxis
- „Insights“ - Erkenntnisse, die die Menschen selbst haben und an das unser Engagement andockt

Überlegen Sie kurz. Welches Thema für eine Geschichte über Ihre Arbeit fällt Ihnen spontan ein?

Schreiben Sie Ihre Antwort in den Chat.

Schritt für Schritt zum Storytelling- Beitrag

Schritt 1 – Anlass/ Kommunikationsziel

Wir möchten für ein Qualifizierungsangebot werben, das sehr erfolgreich lief.



Schritt 2 – Zielgruppe bestimmen

Checkliste Zielgruppendefinition:

- ✓ Welche Angebote habe ich?
- ✓ Wen möchte ich mit diesen Angeboten erreichen?
- ✓ Beschreibung der Zielgruppe - Personas

Schritt 2 – Persona erstellen

Demografische und sozioökonomische Merkmale

Geschlecht

Wohnort/ Region

Alter

Bildung

Familienstand

Beruf/ Position

Schritt 2 – Persona erstellen

Psychografische Merkmale

Interessen

Präferenzen

Herausforderungen

Einstellungen

Bedürfnisse

Persona für ein Qualifizierungsangebot des Paritätischen



Sarah, 33 Jahre

Sarah lebt und arbeitet in einem kleinen Ort in Mecklenburg-Vorpommern. Zusammen mit ihrem Mann und ihrem Hund wohnt sie in einer Wohnung im Ortskern. Sie ist Leiterin einer Selbsthilfegruppe, die keinen Online-Auftritt hat. Auch, wenn sie über die Auslage von Infoflyern Menschen erreicht, wünscht sie sich schon sei längerem mehr Präsenz im digitalen Raum.

Schritt 3 – Die Wahl des Kanals



Es müssen nicht alle Kanäle „bespielt“ werden!

Schritt 3 – Die Wahl des Kanals

Checkliste Wahl des Kanals

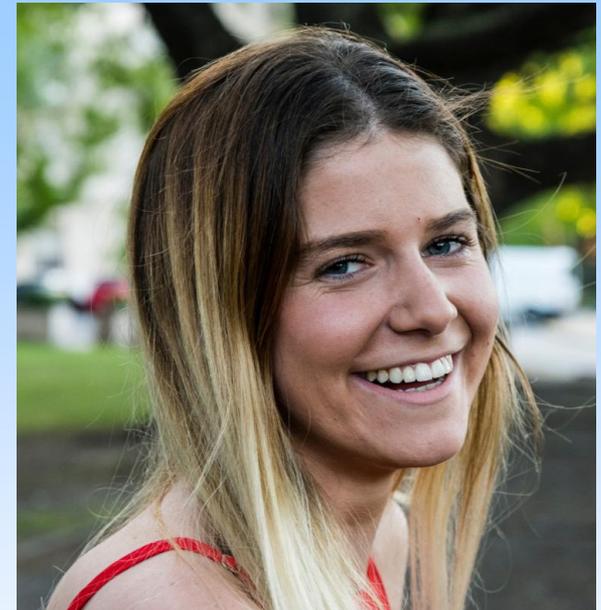
- ✓ Was möchte ich veröffentlichen?
- ✓ Welches Format passt zu den Inhalten?
- ✓ Wo erreiche ich meine Zielgruppe mit diesem Format?

Welche Kanäle nutzen Sie schon?



Was haben wir bereits?

Kommunikationsziel: Wir möchten für ein Qualifizierungsangebot werben, das sehr erfolgreich lief.



Schritt 4 – Headline/ Überschrift

- Als Gedankenstütze, um was es in dem Beitrag gehen soll.

Paritätische Teampower - Das größte Social Media Team Deutschlands

Schritt 5 – Call to action für die Zielgruppe



Sarah soll ...

... sich über die
Qualifizierungsangebote des
Paritätischen informieren.

Jetzt kann getextet werden

1. Anlass/ Kommunikationsziel ✓
2. Zielgruppe zu diesem Anlass ✓
3. Kanal für Zielgruppe ✓
4. Headline ✓
5. Call to action für Zielgruppe ✓

Sprechsprache



GleichImNetz

23. Dezember 2019 · 🌐

Heute möchten wir euch etwas erzählen, worauf wir richtig stolz sind! 2019 haben wir es geschafft, aus allen sozialen Organisationen, die Mitglied bei uns sind, 100 Social Media Verantwortliche zu einem riesigen Team zusammenzuschweißen: Unsere Paritätischen Online Scouts! Sie kommen aus ganz Deutschland, aus allen Engagementfeldern, die man sich vorstellen kann und arbeiten nun online und offline zusammen. Sie tauschen sich in facebook-Gruppen aus, diskutieren Techniken und Tools, testen ihre Postings und bilden sich gemeinsam weiter. Aus vielen Einzelkämpfer*innen ist ein echtes Team geworden. Uns berührt es sehr, wie viele von unseren Online-Scouts von dem neuen "Wir-Gefühl" profitieren und es genießen, endlich fachlichen Austausch zu haben. Warum erzählen wir euch das? Weil das einmalig in Deutschland ist und wir 2020 Platz machen für weitere 100 Kolleg*innen aus den Social Media Abteilungen in paritätischen Mitgliedsorganisationen. Bäm! Soziales in die Sozialen Medien bringen heisst für uns eben auch, zusammen arbeiten und Gemeinschaft bilden.

Authentische & positive Beiträge I

- ✓ Ich/Wir-Perspektive – Leser*in fühlt sich involviert
- ✓ konkret schreiben, nicht abstrakt
- ✓ Leichte Sprache verwenden (wenig Fachbegriffe)
- ✓ An Gefühle & Bedürfnisse der Leserschaft andocken
- ✓ Visionen einbauen, die anregen, berühren, begeistern

Authentische & positive Beiträge II

- ✓ Selbstbewusst formulieren (z.B. „Wir sind die ersten, die das machen...“)
- ✓ Wenn möglich, mit authentischem, emotionalem Foto bebildert
- ✓ Positive Kommunikation verwenden: inspirierend, animierend, bewegend, lust-machend, motivierend geschrieben

Sprechsprache



GleichImNetz

23. Dezember 2019 · 🌐

Heute möchten wir euch etwas erzählen, worauf wir richtig stolz sind!



tionen, die
u einem riesigen
e Scouts! Sie
dern, die man
usammen. Sie
niken und
iter. Aus vielen
berührt es sehr,
-Gefühl"
n zu haben.
chland ist und
en Social
en. Bäm!
en auch,



PRO RETINA

18. Mai · 🌐

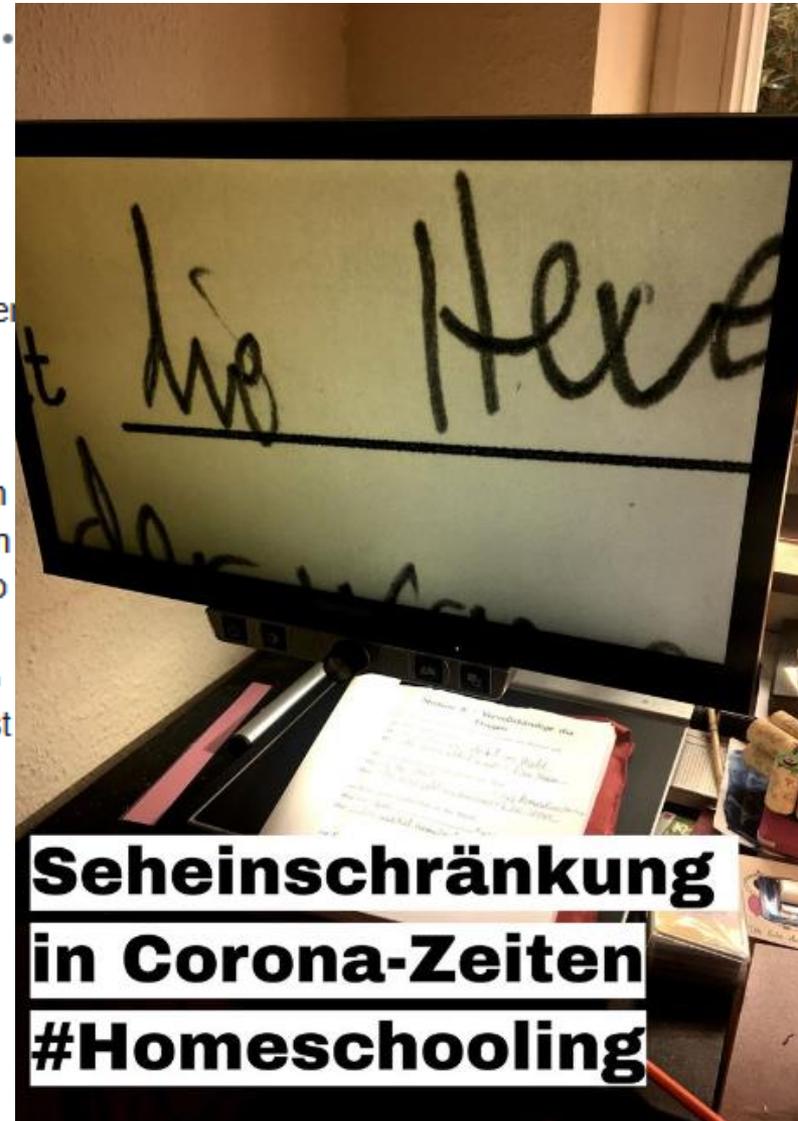
Homeschooling – für viele Eltern ein nerviges Thema 😞 Für Eltern mit Seheinschränkung eine zusätzliche Herausforderung!

Bericht aus dem Corona-Alltag: Seit einigen Wochen unterrichte ich meine Kinder zu Hause. Ja, das geht vielen so, aber ich bin gesetzlich blind. In der Mitte meines Gesichtsfelds, wo andere am Schärfsten sehen, sehe ich nichts. Dadurch ist es mir schier unmöglich, die Schulbücher und Arbeitsblätter ohne Hilfsmittel zu lesen. Zwar gibt es viele elektronische Hilfsmittel, die zum Beispiel auch Texte vorlesen. Aber Kinderhandschriften schaffen auch diese leider nicht. 🙌👉 Dabei schreibt meine Tochter schon extra Druckschrift anstatt Schreibschrift, damit ich besser klar komme. Also korrigiere ich Buchstabe für Buchstabe und Zahl für Zahl mit starker Vergrößerung unter dem Bildschirmlesegerät. Mühsam arbeiten wir uns so durch die Fächer, indem meine Tochter mir ihre Texte immer wieder vorliest und die Aufgaben wortwörtlich unter die Lupe genommen werden. 🤖

Wie geht es euch mit dieser Homeschooling-Situation? Habt ihr Tipps, wie man manche Situationen entspannter angehen kann?

👉 Bei Fragen zu Hilfsmitteln oder wenn ihr Unterstützung sucht, wendet euch gerne an die PRO RETINA unter info@pro-retina.de oder (0228) 227 217 0.

#Homeschooling #Selbsthilfe #WirSchaffenDas #ProRetina
#Netzhautdegeneration #Sehbehinderung #Blindheit



Qualifizierungsangebote in der Online-Kommunikation

2 Best-Practices

Der Webzeugkoffer - Hilfen für den Einstieg



- Anleitungen, Empfehlungen und Tipps für den Aufbau und die Pflege von Social Media-Kanälen
- Werkzeuge für die onlinebasierte Zusammenarbeit im Team

Multiplikator*innen-Programm „Online-Scouts“

Analoge und digitale Räume
für Erfahrungsaustausch,
Unterstützung und
Weiterbildung



Qualifizierungsangebote in der Online-Kommunikation

Sammlung von Best-Practices & Ideen

Jetzt sind Sie dran!

Gruppe 1: Sie nutzen Qualifizierungsangebote (Mitarbeiter*innen)

Gruppe 2: Sie bieten Qualifikationsmaßnahmen an
(Vertreter*innen von Organisationen)

Fazit

- Technische Ausstattung
- Analoge & digitale Zugänge zu Angeboten bereitstellen
- Möglichkeiten zum Ausprobieren geben und nehmen
- Räume für Erfahrungsaustausch und Unterstützung schaffen
- Best-Practices von anderen Organisationen verfolgen

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!