

# Dokumentation Mittschrift zu Seminar:

## "Wie gestalte ich meine DGB-Facebook/Instagram-Seite attraktiver?"

### Diskussion + Austausch

- **Die Zielgruppen des DGB sind heterogen - auf vielen regionalen Facebook-Kanälen wird ein Altersspektrum von 45+ angesprochen:**
  - Vorsicht bei überladener Ästhetik
  - Vorsicht mit Anglizismen! Wir haben eine schöne Sprache - das geht auch in modernen Kommunikationsmedien
  - kurze brisante Statements
  - wir brauchen / wollen da keine studentischen Seiten ( )bunt + schrill / "Las-Vegas-Style"
  - es kommt vor allem auf den Inhalt an!
  - Kein "Aufpeppen mit Emojis" für ältere / passt nicht gut zu den Themen, die wir haben
  - Gutes Statement steht für sich
- **Es gibt einen großen Unterschied zwischen Plattformen Facebook und Instagram**
  - Instagram braucht andere Ansprache
- Kampagnenarbeit des DGB ist auf Storytelling ausgelegt
  - da muss man aber noch einen regionalen Kontext schaffen / einiges rausholen
  - Vorlagen auf Canva --> funktionieren am besten
- Canva-Tool und Vorlagen vom DGB nutzen! Empfehlung für die Canva-Fortbildung
- **Verhältnis Jugendseiten und Regionsseiten**
  - Jugendseite und Regionsseiten unterscheiden! Auch vom Stil
  - Jugendseite hat bei uns nicht funktioniert; eine Seite für alle funktioniert besser
  - Wichtig, dass auch der Jugend Raum gegeben wird
  - wir müssen auch schauen: was ist mein Auftrag - wohin wollen wir mit unserer Öffentlichkeitsarbeit?
  - Facebook - jüngere Zielgruppen sind abgewandert!
- **Geerelle Einstellung/ Einordnung zum Social Media Bereich im Blick behalten**
  - Social Media ist oberflächlich
  - Beiträge sollen zunächst nur motivieren / einladen sich tiefer mit Themen zu beschäftigen
  - wir müssen auch in Pandemiezeiten Präsenz zeigen; auch wenn wir weniger auf der Straße sind
  - Wir haben ernsthafte Themen, aber müssen auch abholen

- **Erfahrung - wie wird es nicht langweilig? Was läuft am besten?**

- Stories führen zu mehr Reichweite
- der größte Blödsinn läuft am besten
- Die gute Mischung macht's - das ist unsere Arbeit - es muss ausgelotet werden
- Herausforderung: Bundestehmen zum Laufen bringen - regionale Sprachspiele / Redewendungen Mundart
- Kommentierung von vor Ort
- Menschen von vor Ort

## **Fragen**

- Was ist mit GEMA, wenn ich ein Video mit Musik hinterlege?  
--> Die Musik auf der Insta-App ist GEMA frei  
--> für eigenen Video Produktionen:  
freie Musik - z.B. <https://freemusicarchive.org>
- Wie kann man sonst noch kommunizieren? Was sind andere Kommunikationswege/Alternativen zu Social Media?:
  - Newsletter
  - YT Empfehlungen
  - Podcasts
- Wie gestalte Social-Media-Beiträge barriereärmer?
  - ggfs. auf leichte Sprache achten (sehr genau auf Anlass / Zielgruppe achten!)
  - Text zum Bild sorgfältig mit Informationen bestücken, die das Bild transportiert (statt "Alt"-Tag) - für Browser, die vorlesen etwa
  - <https://www.psychometrica.de/lix.html> - Analyse-Tool für leichte Sprache - Lesbarkeitsindex (LIX)