NABU
Brandenburg

Social Media: Eine Übersicht

Workshop „Social Media“ am 07. Februar 2020 im Projekt „Lebenswerte Natura 2000-Gebiete“

David Wagner, Heidrun Schöning und Laura Klein

LAND BRANDENBURG
Ministerium für Ländliche Entwicklung, Umwelt und Landwirtschaft

EUROPÄISCHE UNION
Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums

Die bisherigen „Epochen des Internets“

- **Web 1.0:** Das Web 1.0 bezeichnet die **Anfangsphase** (bis ca. 2003) des Internets. Es war eine lose, nahezu unzusammenhängende Sammlung von Webseiten. *Webseiten waren dazu da, dass man sie anschaut oder liest.*

- **Web 2.0:** Webseiten und Inhalte werden **interaktiv**. Jeder Nutzer kann Inhalte online stellen, weiterverbreiten, kommentieren etc. Beispiele des Web 2.0 sind z.B. Youtube, Wikipedia, Facebook, Instagram und viele weitere.

Wer von euch benutzt soziale Medien?

Nutzerzahlen der populärsten Sozialen Netzwerke (2003-2019)

Quelle: YouTube (Data is Beautiful)

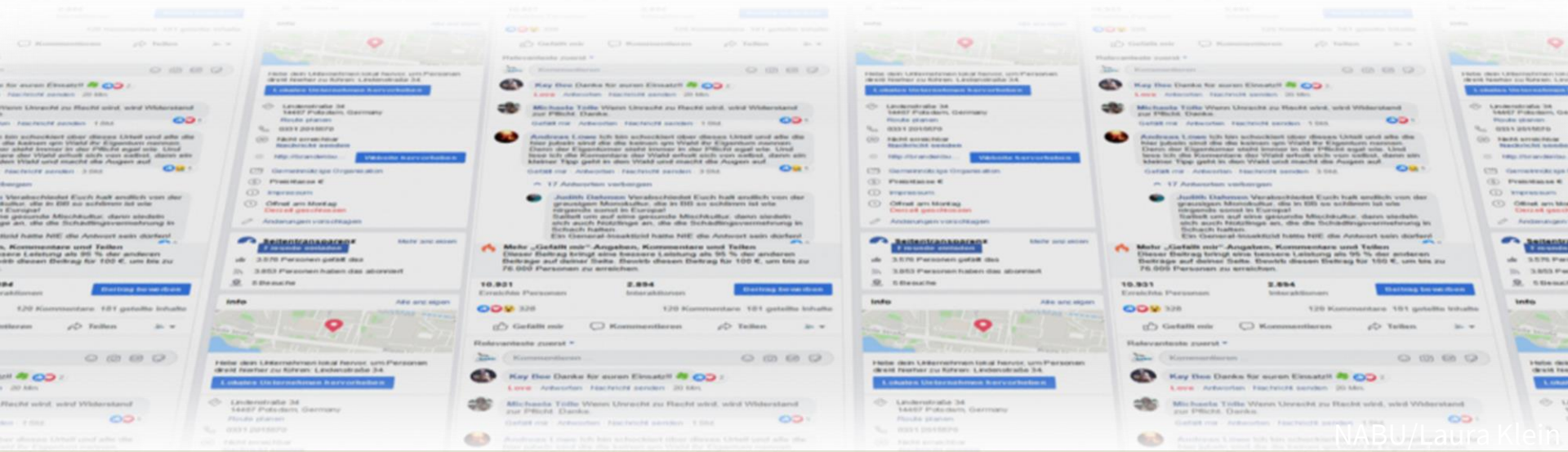
Vorteile von Social Media

- Schneller und einfacher Weg, die eigenen Inhalte zu verbreiten
- direkter Dialog mit Usern
- Vernetzung mit anderen Gruppen
- Neue Zielgruppen erreichen / Bindung an Gruppe erhöhen
- langfristig neue Mitglieder / Spenden gewinnen

Social Media: Was ist das überhaupt?

- Der Begriff beschreibt **Webseiten** und **Apps**, über die Nutzer Inhalte kreieren, teilen und sich vernetzen können

- Nutzer erstellen Inhalte (User Generated Content), über die **ein permanenter, zeitlich unbegrenzter Austausch** mit anderen stattfindet.



NABU/Laura Klein

Welche Soziale Medien sind für mich relevant?

Was soll ich davon nutzen? Alles?

Zeitfrage

- Wieviel Zeit pro Woche habe ich bzw. unsere Gruppe
- Bin ich alleine zuständig? Hilft evtl. jemand mit?
- Kann ich mir die Arbeit aufteilen?

Zielgruppe:

- Wen möchte ich erreichen und ansprechen?
- Wie ist die Altersstruktur meiner Zielgruppe?
- Sollen gezielt auch jüngere Menschen angesprochen werden?

Facebook

Zielgruppe:

- Ca. 35 Jahre + (über 50 Prozent der Nutzer)

Positiv:

- Direkter Dialog mit interessierten Menschen möglich
- Beiträge/Nachrichten können verfasst werden
- Veranstaltung können beworben werden
- Eine sog. Fan-Page kann erstellt werden
- Account kann mit einem Instagram Account verbunden werden

Facebook: Tipps für die Praxis

Wie oft sollte man posten?

- Hier gilt ***Qualität vor Quantität***, es sollten aber mindestens zwei oder drei Posts pro Woche sein. Wichtiger als die Häufigkeit ist die Kontinuität. Gehen Sie auch immer auf User-Fragen ein.

Welche Inhalte eignen sich?

- Eigene ***Meldungen, Fotos, Veranstaltungen, Nachrichten, TV-Ankündigungen und Tipps*** – vieles ist hier möglich. Es sollte einen Mehrwert für die User bieten. Bilder und Videos sorgen i.d.R. für gute Reichweite. Eine gute Abwechslung sorgt für Interesse.

Wie ist die Ansprache in Social Media?

- In der Regel werden die User ***geduzt***. Es muss nicht immer bierernst sein. Unterhalt-same, lustige, aber auch kontroverse Themen werden in der Regel häufiger geteilt

Facebook: Beitragsbeispiele

Facebook: Beitragsbeispiele

Artenvielfalt-Brandenburg — 😠 zornig.
Gepostet von Viola Dannenmaier [?] · 31. Januar um 12:29 ·

Mitte Januar hatte unser #Bündnispartner Aurelia Stiftung in einer Protestaktion Honig mit hoher #Glyphosat-Belastung auf den Stufen des Bundes-Landwirtschaftsministeriums ausgekippt. Das Imkerpaar Seusing aus #Brandenburg muss wegen dieser Kontamination ein Drittel seiner Jahresernte (60.000 €) vernichten! Die Reaktion und Ignoranz von Frau Klöckner gegenüber dem Problem sind ein Witz und schlicht unverantwortlich. Das ist ein Einzelfall, sondern ein flächendeckendes Problem – das BMEL lässt Imker, Bienen und die weiteren Insekten aber im Stich. Die Stiftung Warentest wies übrigens 2018 in jedem dritten in Deutschland eingekauften Honig Glyphosat nach (test 2/2019)!
#artenvielfalt #artenschutz #brandenburg #volksinitiative

Thomas Radetzki
21. Januar um 12:25

»#Glyphosat im #Honig ist kein Einzelfall!«
Die Aurelia Stiftung und das Bündnis zum Schutz der #Bienen widersprechen dem #BMEL und Frau Klöckner vehement, die ...

Mehr anzeigen

Facebook: Veranstaltung

Instagram

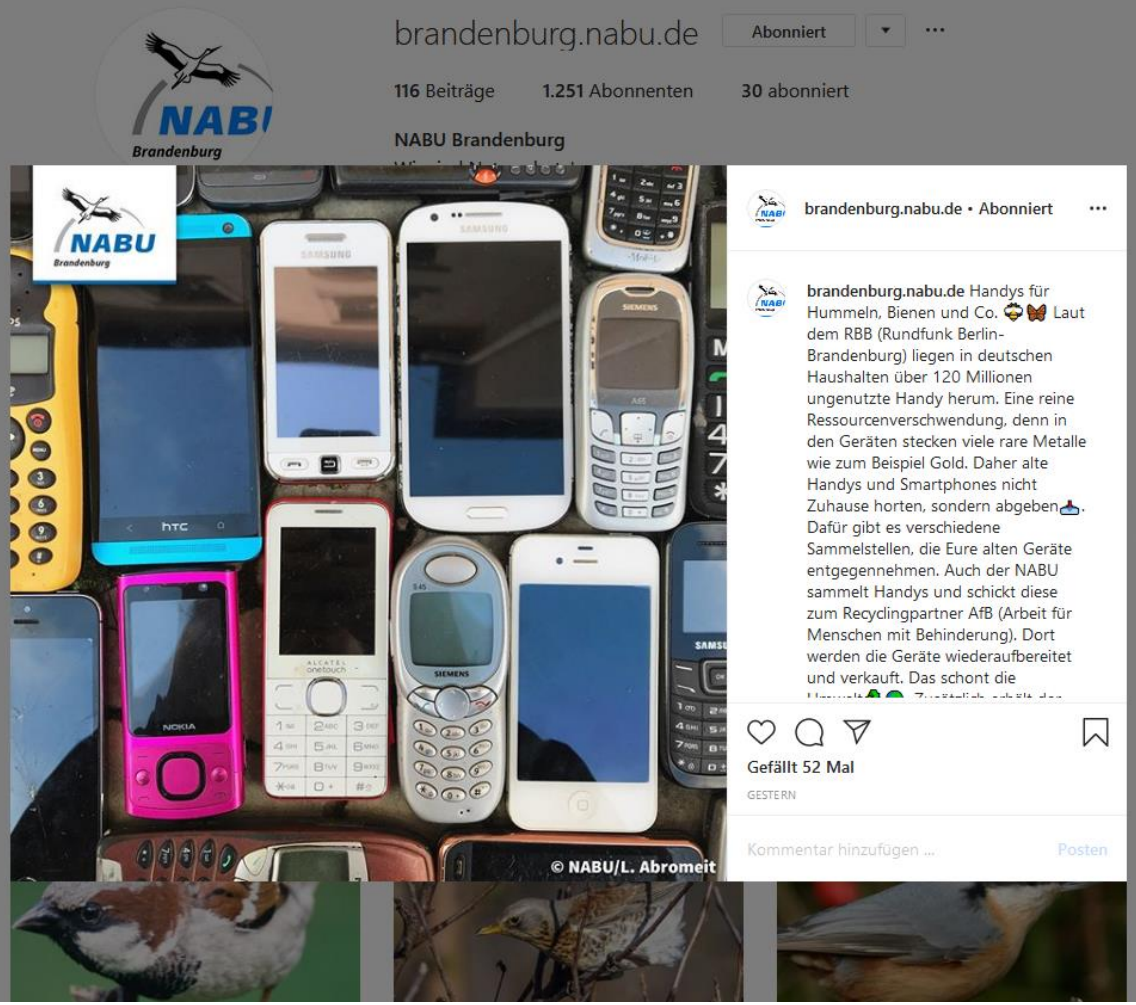
Zielgruppe:

- Ca. zwischen 24-35 Jahre

Positiv:

- Einfach und schnell zu bedienen
- Sehr visuell durch das Hauptmedium Bild oder Video / kaum Beitragstext
- Account kann mit einem Facebook Account verbunden werden

Instagram: Beispiele



Hashwas?

- **Hashtags kann man sich wie Kategorien vorstellen**
- **Hashtags helfen Inhalte zu finden und zuzuordnen**

- #NABU
- #Brandenburg
- #Natur

- @NABUBrandenburg
- @MaxMusterfrau

Vielen Dank
für Ihre Aufmerksamkeit!

Jetzt geht es in den praktischen Teil…

NABU Landesverband Brandenburg

Laura Klein

Lindenstraße 34

14467 Potsdam

Tel. +49 (0)331.201 55 -69

Fax +49 (0)331.201 55 -77

klein@NABU-brandenburg.de

www.NABU-brandenburg.de