

Handreichung zur Social-Media Nutzung

Einleitung

Gestaltung

Beitragsformen

Planung von Inhalten

Beitragsinhalte

Verbindung von Socialmedia

Was ist zu beachten

Ausstattung und anfallende Kosten

Qualitätssicherung und Evaluation



1. Einleitung:

Diese Handreichung soll Beratungsstellen u.ä. bei der Etablierung von Social-Media-Accounts unterstützen. Die für Instagram ausgelegte Anwendung ist für alle Social-Media-Kanäle anwendbar, mit dem Ziel über Social-Media Öffentlichkeits-, Präventions- und Bildungsarbeit zu leisten und damit ein niedrighschwelliges Angebot zu schaffen, welches zu jeder Zeit aufrufbar ist. Das Angebot richtet sich an alle Altersgruppen, ist allerdings insbesondere zugeschnitten auf junge Erwachsene, Kinder und Jugendliche.

2. Gestaltung:

Es empfiehlt sich ein professionelles Design zu verwenden, oder ein Gestaltungsprogramm zu nutzen. Der Frauennotruf Leverkusen nutzt das für gemeinnützige Zwecke kostenfreie Programm „Canva“.

Für ein stimmiges und professionelles Bild auf den Social-Media-Kanälen sind es eine einheitliche Gestaltungsweise, Schrift und Farbe zu wählen. Es empfiehlt sich im Sinne eines Corporate Design, die bereits vorhandenen Farben der Institution zu nutzen.

3. Beitragsformen auf Instagram:

Bei Instagram gibt es verschiedene Beitragsformen, die genutzt werden können. Diese werden im Folgenden erklärt:

Beitrag: Ein Beitrag ist ein bestehender ‚Post‘, der dauerhaft bleibt. Im Profil werden die unterschiedlichen Beiträge angezeigt. Ein Beitrag besteht aus Bildern, die mit einer Beschreibung versehen werden können. Ebenfalls kann, wenn gewünscht, der Standort und ein Alternativtext (siehe S.3) eingestellt werden. Neu gepostete Beiträge werden den Follower*innen beim Scrollen im sogenannten „Newsfeed“ angezeigt.

Story: Diese Beitragsform ist nur 24 h verfügbar, daher ist dieses Format gut geeignet für kleinere Beiträge, die nicht zwingend auf dem Profil verewigt sein müssen. Zudem können Beiträge des eigenen Profils in den Stories geteilt werden, um mehr Reichweite zu generieren.

Ebenfalls können Beiträge anderer Profile in den Stories geteilt werden, zur Kooperation oder um die Aufmerksamkeit auf die Inhalte der anderen Institution zu richten. Um die Inhalte dauerhaft im Profil einsehbar zu machen, können sogenannte Highlights erstellt werden. Dabei wird ein Ordner erstellt, zu dem bei Bedarf alle gewünschten Stories hinzugefügt werden können. Diese sind dann im Profil am oberen Rand über den üblichen Beiträgen einsehbar.

IGTV: Dieses Format ist für das Hochladen längerer Videos geeignet, die bis zu 60 Minuten andauern können. Diese Funktion ist allerdings an eine große Reichweite geknüpft, weswegen kleinere Accounts meist auf 10 Minuten begrenzt sind.

Reels: Dieses Format ist ein 60-Sekunden-Video, welches nicht vor oder zurück gespult werden kann. Es bietet die Möglichkeit Themen kurz und einfach auf verständliche und kreative Weise darzustellen.

4. Planung von Inhalten:

Sinnvoll ist eine mittel- bzw. langfristige Planung von Inhalten und der Häufigkeit der ‚Posts‘. Flexibilität ist nichtsdestotrotz notwendig, um auf aktuelle Ereignisse bzw. Diskussionen in den Medien eingehen zu können. Zu den Aufgaben, die durch die Nutzung von Social Media anfallen, gehören: die Festlegung thematischer Inhalte, Recherche, Bearbeitung & Darstellung, Hochladen und Teilen anderer Inhalte, Beantwortung von Fragen & Anregungen, Scrollen und die Live-Begleitung verschiedener Aktionen der Einrichtung.

Dementsprechend empfiehlt es sich für den Anfang um die 20-25 Std./ Monat für den Aufwand einzuplanen. Für die Eröffnung eines Accounts kann es sinnvoll sein, sich ein besonderes Datum auszusuchen. Für feministische Institutionen beispielsweise der 08. März (Weltfrauentag), oder der 25. November (Internationaler Tag gegen Gewalt an Frauen)

5. Beitragsinhalte:

Es empfiehlt sich die eigenen Themengebiete zu fokussieren. Inhaltlich kann auf bereits bestehendes Material zurückgegriffen und an die Bedingungen von Social-Media angepasst werden. Eine Orientierung an aktuellen Geschehnissen und bevorstehenden Anlässen, z.B. religiösen Festen oder Welttagen kann sinnvoll sein. Ebenso eignen sich Themen der Einrichtung, etwa ein Umzug, ein Jubiläum gut zur Einbindung in die Social-media-Aktivitäten.

6. Verbindung von Social-Media:

Mehrere Social-Media-Kanäle einer Einrichtung sollten verbunden werden. So können Beiträge gleichzeitig hochgeladen und der Aufwand reduziert werden. Bei Facebook können Veranstaltungen erstellt werden. Diese Funktion kann für verschiedene Ereignisse und Aktionen, wie beispielsweise Gruppenchats und Vorlesungen verwendet werden. Es empfiehlt sich Screenshots der jeweiligen Veranstaltungen als Story auf dem Instagram Account zu teilen und unter dem Highlight „Veranstaltungen“ zu speichern.



7. Was ist zu beachten?

Barrierefreiheit:

1. Alternativtext: Im Alternativtext wird das gezeigte Bild beschrieben und im Kontext erläutert. Menschen mit Sehbehinderung können sich den Alternativtext vorlesen lassen.

2. Untertitel: Werden Videos hochgeladen, sollten diese mit Untertiteln belegt sein, damit auch Menschen mit Hörbeeinträchtigungen die Videos und dessen Inhalt konsumieren können.

Sensible Inhalte: Inhalte, die aufwühlend oder triggernd sein könnten, sollten vorher gekennzeichnet werden. Dabei empfiehlt es sich, in einem vorherigen Bild eine sogenannte Inhaltswarnung auszusprechen und die Thematik zu benennen. Follower*innen können dann selbstständig entscheiden, ob sie den folgenden Inhalt konsumieren möchten, oder nicht.

Ansprache an Follower*innen: Es empfiehlt sich zu überlegen, wie Follower*innen angesprochen werden. Der Frauennotruf Leverkusen duzt Follower*innen in Beiträgen und Kommentaren, aber siezt Follower*innen in Direktnachrichten, um die professionelle Distanz in persönlicheren Interaktionen zu wahren und ähnliche Rahmenbedingungen wie bei Beratungsgesprächen zu schaffen.

Netiquette: Eine Netiquette dient dazu Follower*innen Richtlinien für das eigene Profil vorzugeben. Auf schwierige Kommentare sollte nur einmal sachlich geantwortet werden und keine Diskussion darüber geführt werden. Hassnachrichten und Beleidigungen können gelöscht und gegebenenfalls zur Anzeige gebracht werden.

Einschränkung sensibler Inhalte: Bei Instagram können spezielle Wörter, wie „sexualisierte Gewalt“ zu Einschränkungen führen. Einrichtungen müssen entscheiden, ob sie Wörter zensieren oder ausschreiben. Der Frauennotruf Leverkusen hat sich dafür entschieden Wörter zu benennen, da es sowohl von einer professionellen Haltung zeugt, als auch die Problemsituationen konkretisiert, was insbesondere in Bezug auf geschlechtsspezifische Gewalt von großer Wichtigkeit ist. Wenn wir Frauen dazu ermutigen wollen, das Schweigen zu brechen und von ihren Erfahrungen zu berichten, ist es wichtig ebenfalls nicht zu schweigen oder die Sprache zu zensieren.

Datenschutz: Social-Media stellt diesbezüglich keinen sicheren Raum dar. Dementsprechend sollten Terminvereinbarungen und persönliche Inhalte nur über die üblichen Kontaktwege der Einrichtungen mitgeteilt werden. Falls Follower*innen sich per Direktnachricht an die Einrichtung wenden und bspw. um einen Termin bitten, empfehlen wir, mit Bezug auf den Datenschutz, auf die üblichen Kontaktmöglichkeiten zu verweisen.

8. Ausstattung und anfallende Kosten:

Für die Nutzung eines Social-Media-Accounts empfiehlt sich ein Dienstsmartphone oder Dienstablet mit Internetzugang und einer intakten Kamera. Sollte dies nicht vorhanden sein, entstehen hierfür Kosten. Ebenfalls ist die Nutzung eines Gestaltungsprogramms sinnvoll. In der Regel fallen hier aber für gemeinnützige Einrichtungen keine Kosten an. Gegebenenfalls fallen Kosten für Arbeitszeiterweiterung an. In der Regel kann am Anfang der Social Media Nutzung mit einem Arbeitsaufwand von 20-25 Stunden monatlich gerechnet werden, der sich allerdings mit der Zeit reduziert. Des Weiteren hängt der Zeitaufwand mit der Häufigkeit der Beiträge zusammen. Des Weiteren empfiehlt es sich eine separate E-Mail-Adresse für die Social-Media-Accounts zu verwenden. Hierfür könnten Kosten anfallen. Die Nutzung von Social-Media ist kostenlos.

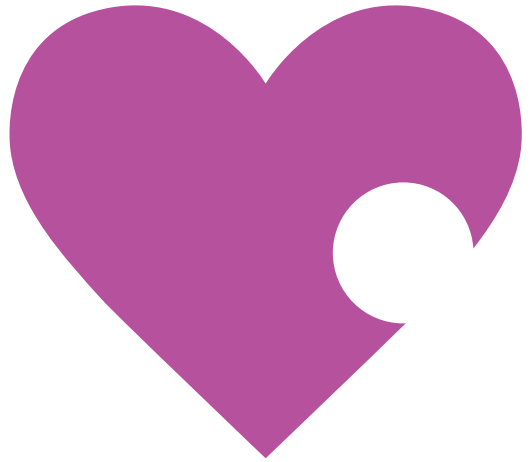


9. Qualitätssicherung und Evaluation:

Die Möglichkeiten der in- und externen Qualitätssicherung und Evaluation sind vielfältig.

Intern kann im Erstgespräch abgefragt werden, wie Klient*innen auf die Einrichtung aufmerksam wurden. Durch die Datenanalyse am Jahresende wird ermittelt, inwieweit die Öffentlichkeitsarbeit durch Social-Media erfolgreich ist. Ebenfalls empfiehlt es sich, die Social-Media Nutzung im Team oder Plenum zu besprechen und somit intern Rückmeldungen einzuholen. Des Weiteren können Weiter- und Fortbildungen zum Thema „Social-Media-Nutzung“ absolviert werden. Auch der Austausch mit anderen Einrichtungen ist sinnvoll.

Extern entsteht ein direktes Stimmungsbild, das auch auf den Erfolg der Social-Media-Arbeit schließen lässt. Es drückt sich sowohl in Follower*innenanzahl und Likes als auch in der Anzahl an Kommentaren und Direktnachrichten aus. Die Meinung der Follower*innen kann auch auf spielerische Weise erfasst werden. Bei Instagram kann in einer Story eine Frage mit Antwortmöglichkeiten vorgegeben werden. Die Follower*innen können somit ihr Wissen vertiefen und die Einrichtungen erhalten einen Eindruck von der Wirksamkeit des Bildungsangebots. Ebenfalls kann über den Fragebutton in einer Story erfragt werden, welche Wünsche und Anregungen die Follower*innen noch für die Social-Media-Seite haben. Hier sind der Kreativität der Abfragen keine Grenzen gesetzt.



Impressum

Herausgeberin: Beratungsstelle gegen sexualisierte Gewalt e.V.
Damaschkestr. 53, 51373 Leverkusen
Text und Konzeption: Charlotte Waldeck
Redaktion: Andrea Frewer
Gestaltung: Randerath Design Leverkusen
Leverkusen 2021

www.frauennotruf-lev.de

gefördert von:

Ministerium für Heimat, Kommunales,
Bau und Gleichstellung
des Landes Nordrhein-Westfalen

