

Landesverband Soziokultur Sachsen e.V.



Digitale Öffentlichkeitsarbeit und Social-Media für Projektträger und Soziale Einrichtungen

Webinar-Präsentationen 19.05.2025

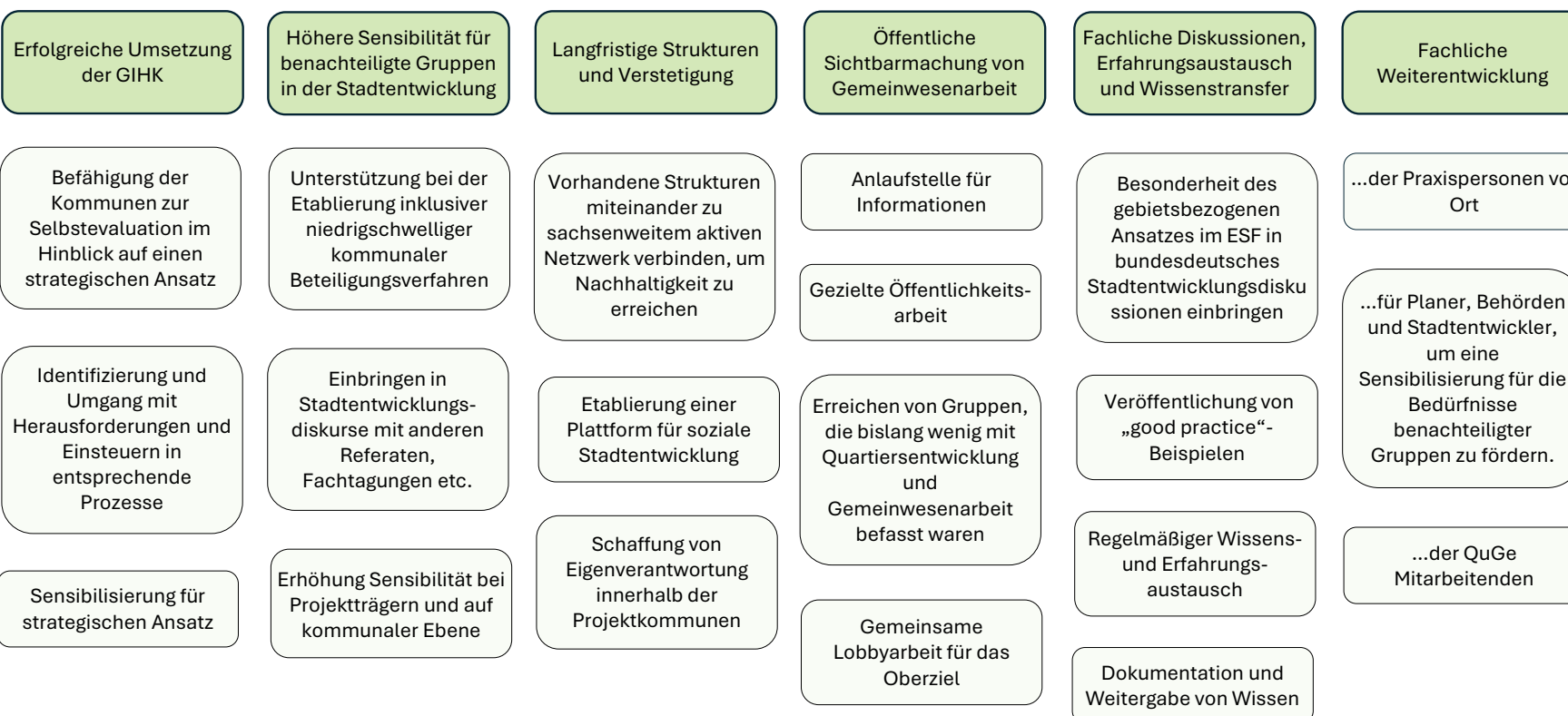


**Kofinanziert von der
Europäischen Union**



Ziele QuGe Servicestelle

Verankerung und fachliche Weiterentwicklung der Themen Quartiersentwicklung und Gemeinwesenarbeit in der Stadtentwicklung, um in benachteiligten Gebieten Prozesse zu mehr Chancengleichheit, Nichtdiskriminierung, aktive Teilhabe und Beschäftigungsfähigkeit weiterzuentwickeln



Welche Social Media nutzen Sie?



DIGITALE ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Social Media für soziale Einrichtungen

Christopher M. Brinkmann

19. Mai 2025

FOKUS DES IMPULSES

Wissen: Was wollen wir in der Kommunikation erreichen?

Ziele der digitalen Öffentlichkeitsarbeit und eines Social Media-Auftritts in sozialen Einrichtungen.

Strategie: Wie können wir die Kommunikation planen und vorbereiten?

Werkzeuge, Planung und Konzepte für die Kommunikation.

Praxis: Was können wir für die Kommunikation tun?

Instagram am Beispiel.

UMFRAGE: WELCHE SOCIAL MEDIA NUTZEN SIE?



<https://www.menti.com/al7vp52b4kjp>

Code **2859 9180**

ÖFFENTLICHKEITSARBEIT IM QUARTIER / IN DER GWA

Handlungsfelder der Gemeinwesenarbeit

1. Wohnen und Wohnumfeld	2. Soziale Aktivitäten/ Infrastruktur	3. Zusammen- leben	4. Schule und Bildung	5. Lokale Ökonomie
6. Stadtteil- kultur	7. Sport und Freizeit	8. Gesundheits- förderung	9. Umwelt und Verkehr	10. Image- verbesserung

Praxisnetzwerk für soziale Stadtentwicklung: Handlungsfelder, <https://www.lag-nds.de/handlungsfelder#collapse-pane-10> (Zugriff 14. Mai 2025)

Öffentlichkeitsarbeit

Marketing

Werbung

USP: WAS UNS HERAUSSTELLT

Wer sind wir? Was macht uns aus?

- Kernbotschaften entwickeln
- Durchgängiges Wording ableiten
- Positionierung ausrichten

ZIELGRUPPE: BEISPIEL

fam:ienpaten
mehr als zeit. 



Gisela Meisner

- 73 Jahre alt
- Wohnt in Döbeln
- Ist verwitwet, hat 3 Enkel (im Ausland und weggezogen) und eine Tochter
- Berufsstand: Rentnerin, war früher Erzieherin
- Interessen: geht gerne spazieren, Kaffee-Klatsch, Seniorentreff, Bingo spielen, Kreuzworträtsel in der Freien Presse, führt ihren Haushalt alleine, hat ein Auto, hat einen kleinen Hund
- Einkommen: Rente und Witwenrente



Hearing

Tauscht sich bei Gesprächen im Seniorentreff über Neuigkeiten aus
Hört viel Radio und Schlager
Lässt sich gerne von den Enkeln erzählen, was sie erlebt haben
Hört nebenbei gerne Hörbücher und entspannt im Garten

Thinking and Feeling

Selbstbewusst, hilfsbereit, freundlich, großmütig
Ist stolz auf ihre Familie
Besucht ihre Enkel, so oft es geht (soweit diese in Deutschland sind)
Alltag ist meist trist und eintönig
Fühlt sich oft einsam, da ihr Ehemann verstorben ist



Seeing

Liest die Freie Presse und füllt gerne das Kreuzworträtsel aus
Schaut im TV gerne Rate-Shows und Familienfilme
Sieht eigene Kinder selten
Besucht regionale Feste und Veranstaltungen



Gisela Meisner



Saying and Doing

Trifft sich mit ihren Freundinnen regelmäßig zum Kaffeeklatsch oder im Seniorentreff
Ist aktiv und agil und geht oft mit ihrem Hund spazieren
Ist Rentnerin und sorgt für einen sauberen Haushalt
Unterstützt den örtlichen Kindergarten
Geht regelmäßig zum Billard und Kegeln
Gute finanzielle Situation, auch durch Witwenrente



Pain

Will den Kindern nicht zur Last fallen
Hat Angst, einsam und allein alt zu werden
Befürchtet, dass die Werte aus eigener Jugend verloren gehen
Hat Angst um finanzielle Situation der Kinder und Enkel
Hund schützt sie vor Einsamkeit im Haus

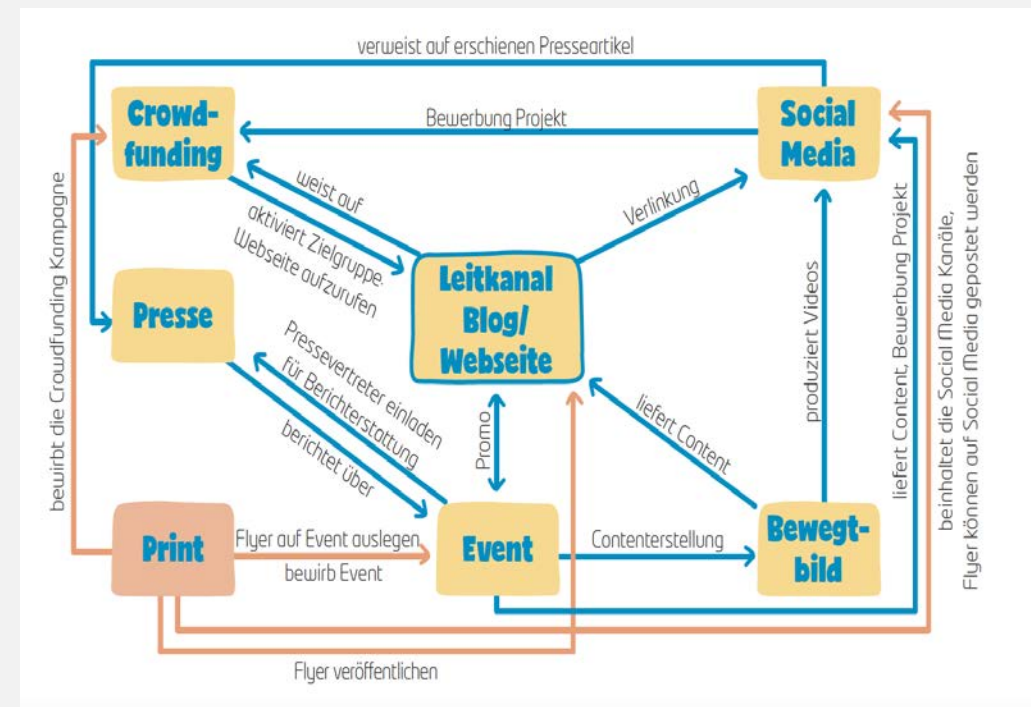


Gain

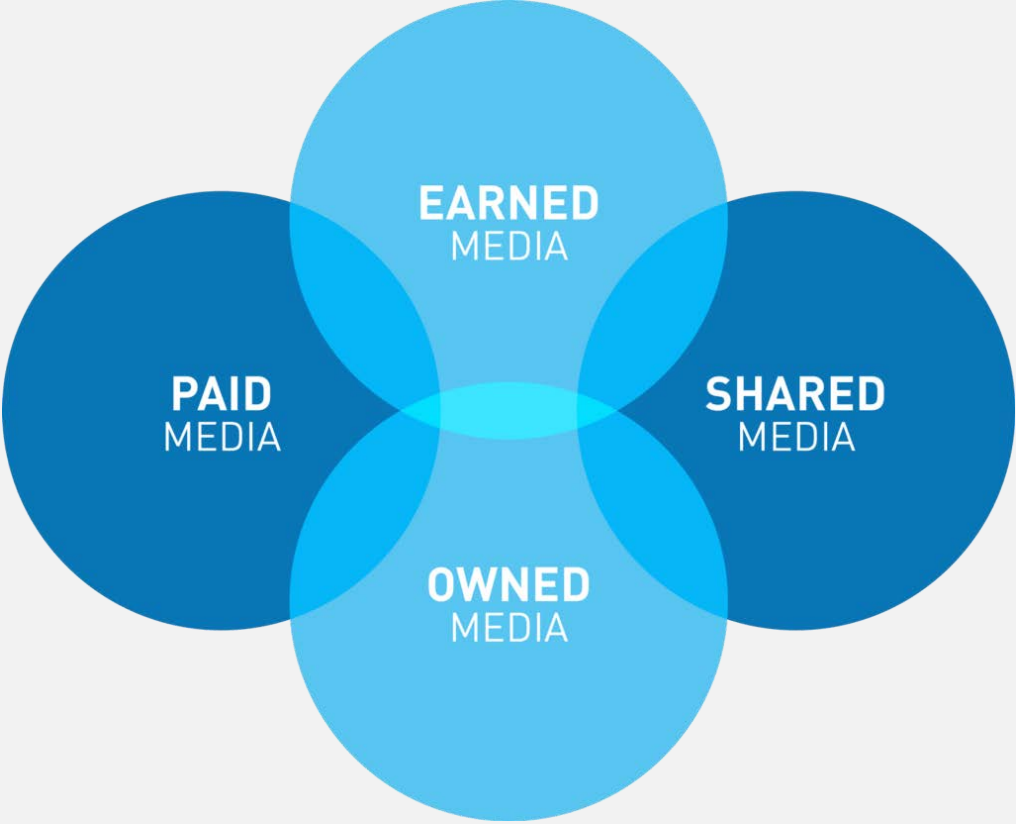
Mehr Zeit mit der Familie
Familienzusammenhalt
Kinder sollen lernen und keine Angst vor der Zukunft haben
Familie soll sich gut fühlen

fam.i.enpaten
mehr als zeit.

- brauchen eine durchgängige Leitidee
- finden in für die Zielgruppe geeigneten Medien statt
- sind inhaltlich, formal und zeitlich integriert
- setzen auf eine interaktive Ansprache
- sind, soweit möglich, multisensorisch
- haben verweise auf Zielmedien
- bieten einen Nutzwert



PESO-MODELL: BEISPIEL FRÜHE HILFEN





TAKEAWAY

Wissen: Was wollen wir in der Kommunikation erreichen?

„Alle“ erreichen geht nicht.

Strategie: Wie können wir die Kommunikation planen und vorbereiten?

Von der Zielgruppe und vom Sozialraum aus denken.

Praxis: Was können wir für die Kommunikation tun?

Mit dem arbeiten, was da ist. Erfahrungen sammeln. Darauf aufbauen.

10 EMPFEHLUNGEN

für die digitale Öffentlichkeitsarbeit und Social-Media für
Projektträger und Soziale Einrichtungen

Von Peter Stawowy

www.peter-stawowy.de

MEDIENNUTZUNG

Ergebnisse der ARD/ZDF Medienstudie 2024

- Pro Kopf nutzt die Bevölkerung täglich **6,5 Stunden** Medien. Das bedeutet einen Rückgang der Nutzungsdauer um 28 Minuten – die Verluste sind bei Audio am stärksten.
- Die **Fragmentierung** der Mediennutzung setzt sich 2024 fort.
- Lineare Verbreitungswege verlieren weiter an Bedeutung.
- Rückgänge in der linearen Nutzung werden nur teilweise mit non-linearen Angeboten kompensiert.

DEVICES FOR NEWS 2013-22

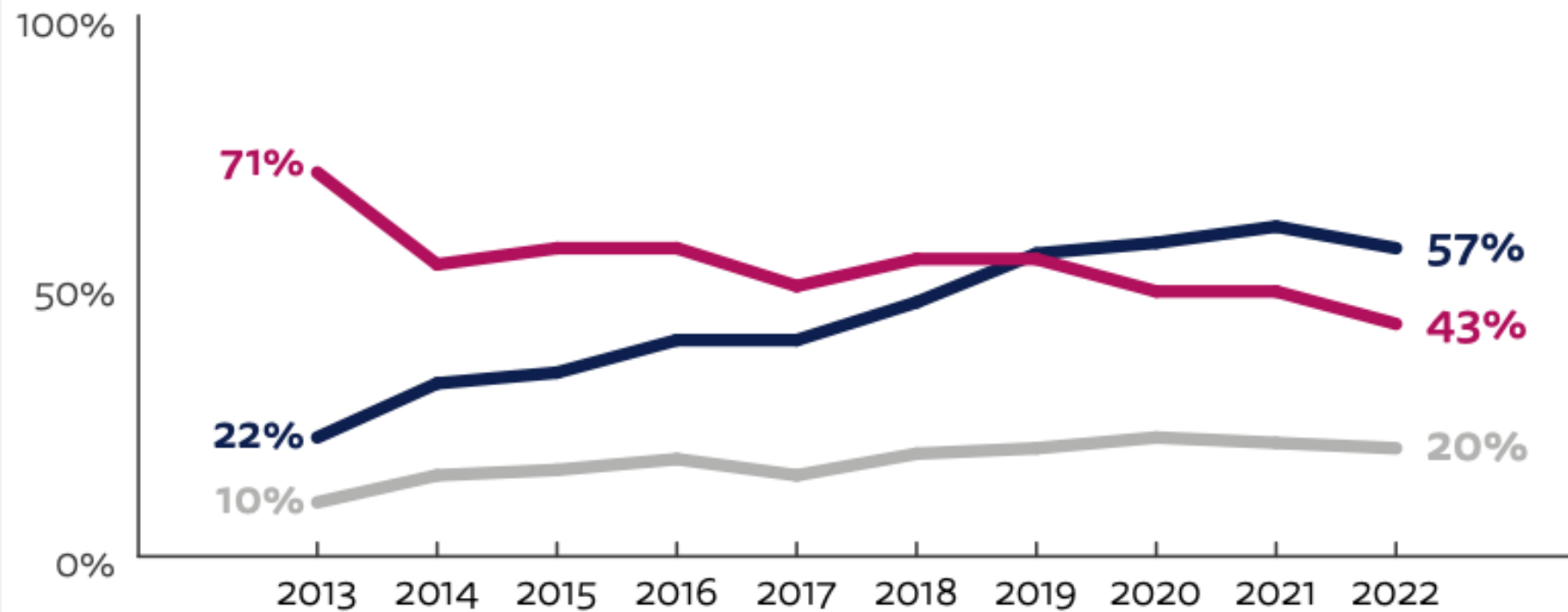
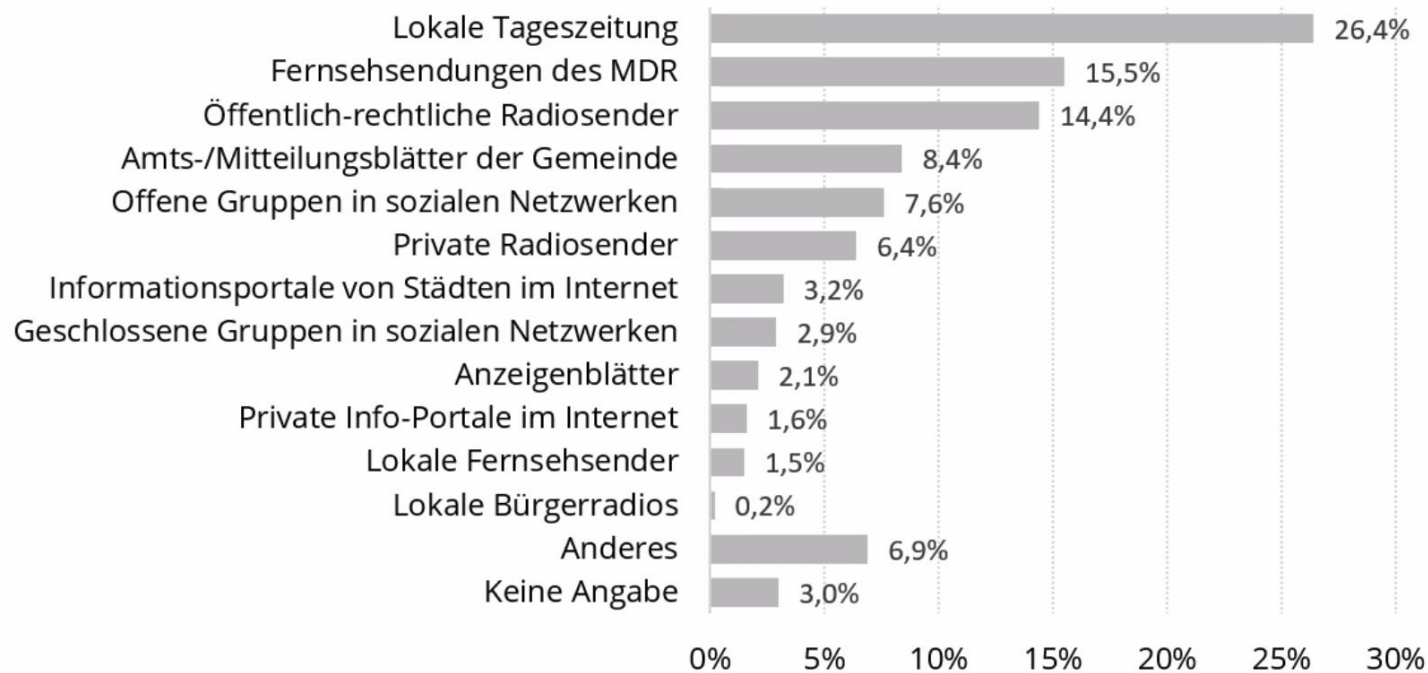


Abbildung 3 Wichtigste Informationsquelle



"Wenn Sie einmal an alle eben genannten Möglichkeiten denken, wie man sich über das Geschehen am Ort bzw. in der Region informieren kann, also an die Tageszeitung, die verschiedenen Radio- und Fernsehsender, aber auch die Angebote der Gemeinden, die Gruppen in sozialen Netzwerken usw. Was davon ist Ihre wichtigste Informationsquelle, was würden Sie da nennen?"

1.036 Befragte

10 EMPFEHLUNGEN

1. **Du bist nicht allein.**

Der Wettbewerb um die Aufmerksamkeit heutzutage ist gewaltig! Schon einen Link anklicken ist eine Anstrengung!

2. **„Hello, is anybody out there?“**

Kenne Deine Zielgruppen! (und wenn du sie nicht kennst, lerne sie kennen!). Baue eine Community auf! Lass sie dich lieben!

3. **Sind die Basics da?**

Habe ich ein ordentlichen Presseverteiler? Welches Social-Media-Angebot passt zu meinen Zielgruppen und Zielen? Ist das überhaupt zu schaffen?

THESEN ZUR ENTWICKLUNG DER MEDIEN

4. **Stimmt dein Angebot?**

Das Angebot muss dem Fisch schmecken, nicht Angela! Schon der Titel der Veranstaltung und die Auswahl von Referent*innen sind entscheidend!

5. **Soll ich deine Reifen wechseln?**

Scherz, kann ich gar nicht. Das war ein Hook (ok, ein schlechter). Die Aufmerksamkeitsspanne ist heute extrem kurz – vor allem bei optischen Medien!

6. **Unglaublich, das ist doch ein Skandal!**

Am besten ist es, wenn die Leute über dich und dein Angebot reden! Gut, besser positiv als kritisch ... Das ist die Challenge!

THESEN ZUR ENTWICKLUNG DER MEDIEN

7. Will mich jemand in Unterwäsche sehen?

Gibt es aber nicht! Trotzdem: Persönlich schlägt sachlich! Geht Storytelling? (Was zieht mehr: Pressemitteilung vs. „Blick in unsere Baustelle“?).

8. Viel hilft nicht immer viel!

Meine Empfehlung: Klasse statt Masse. Lieber wohlüberlegt und effektiv, als im Hamsterrad dem Herzinfarkt zu erliegen.

9. „Wie schaffen die das bloß immer?“

Kennst du deine Wettbewerber? Was machen die denn besser? Oder könnte man sich vielleicht gegenseitig supporten?

THESEN ZUR ENTWICKLUNG DER MEDIEN

10. „Das war ja mal richtig gut!“

Erfolgskontrolle ist elementar, um besser zu werden. Was hat funktioniert?
Was nicht? Was können wir anders machen?

10a. „Das Leben ist kein Ponyschlecken!“

Die Nutzer*innen spüren, ob etwas mit Leidenschaft gemacht ist
oder nicht! Und: Humor schafft Verbindung (wenn er verstanden
wird)

VIELEN DANK!

Peter Stawowy

Tel. 0171-2737950

peter@stawowy-verlag.de

TREIBHAUS e.V.

Ein soziokulturelles Zentrum in Mittelsachsen

Unsere Kanäle der Öffentlichkeitsarbeit

Instagram

Whats App +
Telegram
Kanal

Facebook

Whats App
Storys

Website

Newsletter

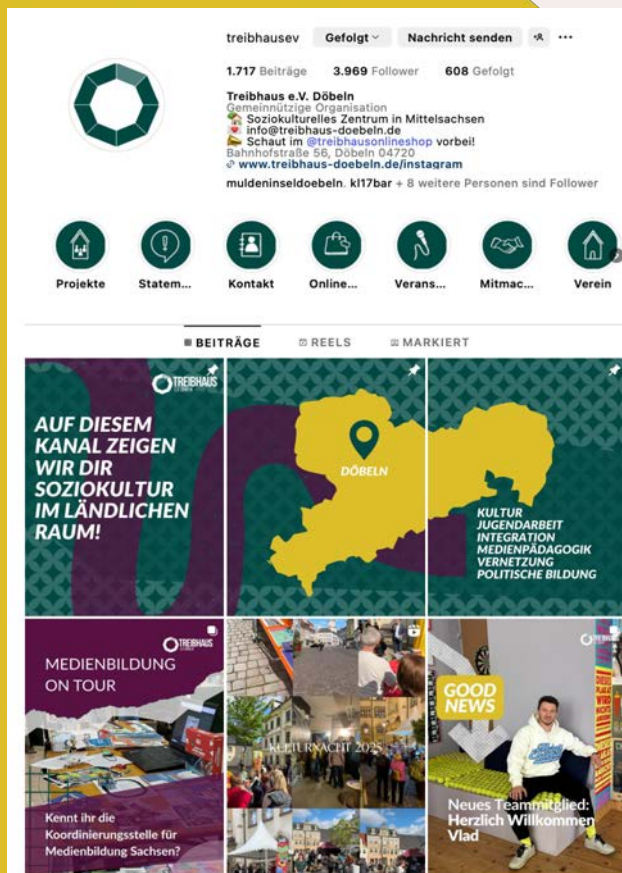
Printmedien
Flyer &
Plakate

Persönliche
Ansprache,
E-Mail-
Verteiler,
Anrufe

Pressearbeit

Infostände

Instagram



LESUNG MIT
RUTH MARIA THOMAS
»Die schönste Version«



XX.XX.XXXX

Beginn 19.00 Uhr

Einlass ab 18.30 Uhr

Café Courage

EINTRITT FREI

TREIBHAUS E.V. DÖBELN
Bahnhofstraße 56 // 04720 Döbeln
Fon 03431 / 605317
Mail info@treibhaus-dobeln.de
Web www.treibhaus-dobeln.de

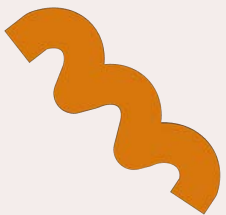


DIE KZ-AUSSENLAGER
MITTWEIDA, HAINICHEN,
FREIBERG UND NOSSEN UND
DEREN TODESMÄRSCH
— 80 JAHRE SPÄTER



EXKURSION
SONNTAG, 13. APRIL
START: CAFÉ COURAGE





Praktische Tipps für die ÖA



Multiplikator*innen & Kooperationspartner*innen

Mit welcher Institution, Verein.. aus der Stadtgesellschaft könnte ich eine Veranstaltung gemeinsam planen?

Meta Business Suite

Contentplanung und automatisiertes posten



Wiederkehrende Formate

Regelmäßige Veranstaltungsformate etablieren

Chat GPT & DeepL Write

KI zur Texterstellung

Canva

Kostenloses Tool für gemeinnützige Organisationen, dient zur Erstellung von Posts, Plakaten, ...

Zielgruppe

Veranstaltung gemeinsam mit der Zielgruppe organisieren bzw. in die Organisation einbinden

Gruppe für Austausch von Fotos

Whats-App Gruppe für Fotos von VAs mit Haupt- und ehrenamtlichem Team

Cap Cut Pro

Video-Schnitt Software



Kontakt:

quge@soziokultur-sachsen.de

www.quge-sachsen.de

www.linkedin.com/company/quge-sachsen

Save the Date:

25.09.2025 Zukunftskonferenz Gemeinwesenarbeit an der Hochschule Mittweida

Wie hat es dir / Ihnen gefallen?

<https://www.umfrageonline.com/c/tjudcqzq>



Kofinanziert von der
Europäischen Union