

Social Media Workshop

Anwesend: siehe Teilnehmendeliste

Dauer: Freitag, 26.04.2024 bis Sonntag 28.04.2024

TOP	TITEL/INHALT	REFERENT
1	Begrüßung & Einstieg	Heyers, Rindt
	<ul style="list-style-type: none"> • Katrin Heyers und Laura Rindt heißen alle Anwesenden ganz herzlich in Alsfeld zum "Social Media Workshop" willkommen. • Katrin stellt die Idee der Workshop vor, welche im Rahmen des DLV-Jugendkongresses 2023 entstanden ist. • Katrin stellt den Ablaufplan für das Wochenende vor, welche Teilgebiete und Projekte durchgeführt und angesprochen werden. • Mit dem Wollkneulspiel/Kennenlernspiel lernen sich die Teilnehmenden (TN) in mehreren Runden kennen. Nachdem stellen sich alle mit einer imaginären Deutschland-Karte auf. Anschließend wurden sich zu verschiedenen Themen im Kreis sortiert. 	
2	Sensibilisierung	Heyers
	<ul style="list-style-type: none"> • In das Thema starten wir mit einem "Social Media Story Roulette" in dem sich die TN mit verschiedenen Fragen zusammenfinden sollen. u.a. zur Nutzungszeit und Vorteile von Social Media und Nutzungsgründe • Ein Video der Telekom zur Sensibilisierung "A Message from Ella" wird gezeigt und es wird sich darüber ausgetauscht (Fotoklau und KI). • Zudem werden Best Practice Beispiele aus den Vereinen geteilt wie z.B. Einverständniserklärungen, Videoperspektiven, Verfahren mit Bildern von U16-Athlet:innen 	
3	Datenschutz	Willmes
	<ul style="list-style-type: none"> • Yara Willmes geht auf die unterschiedlichen Aspekte des Datenschutzes ein und verdeutlicht den Teilnehmenden alle wichtigen Aspekte. • Das Einholen einer Datenschutzerklärung im Rahmen der Anmeldung zur Veranstaltung ist empfehlenswert, bei Kindern immer von beiden Elternteilen! • Einstieg zu den Themen Altersbeschränkungen für Social Media Plattformen, Nutzerverteilung der verschiedenen Plattformen • Definition von persönlichen Daten (personenbezogene Daten), Datenschutz ist ein Grundrecht in der EU • Die Bedeutung des Impressums für offizielle Kanäle (Vereine, Verbände, Unternehmen) wurde besprochen 	

TOP	TITEL/INHALT	REFERENT
-----	--------------	----------

- Gesetzeslage bei Bildrechten wurden diskutiert (Recht am eigenen Bild, Einverständniserklärungen, kein schriftliches Einverständnis bei Erwachsenen nötig, Urheberrecht (Lizenzen beachten))
- Sensibilisierung zu Grenzen der Bildbearbeitung (Verletzung von Persönlichkeitsrechten, Veränderung von Situationen)
- Besonderer Schutz von Kindern und Jugendlichen, Einholen schriftlicher Bestätigungen welche Fotos zur Verfügung stellen (Einhaltung der Datenschutzrichtlinien vor Ort durch den Verein)

4	Strategische Umsetzung mit Canva & CapCut	Sahin
---	---	-------

Katrin Sahin gibt einen Überblick über die strategische Umsetzung eines Post oder einer Story mit Tools wie Canva und CapCut.

Durch den Wandel der Socialen Medien, sind auch verschiedene Plattformen zum Entwickeln für die Öffentlichkeitsarbeit entstanden, darunter unter anderem Canva (Erstellung für Grafiken, Präsentation, etc.) und CapCut (Videoschnitt)

- **Canva:** Vielfältig in der Umsetzung und Erstellung von Beiträgen, kann als Team verwendet werden und wird Vereinen/Verbänden in der Pro Version kostenlos zu Verfügung gestellt.
 - In Canva kann das Corporate Design (CD) des Verbandes/Vereines eingepflegt und Vorlagen abgelegt werden.
 - **TIPPS** für Canva: Ein Beitrag sollte innerhalb der ersten 3 Sekunden den Zuschauer festigen. Durch einen Post mit mehreren Seiten, wirkt sich das positiv auf den Algorithmus aus. Ein kontinuierliches Posten mit einer guten Struktur/Redaktionsplan und dem CD, wird eine Identität und Wiedererkennung geschaffen. Die Frage der Zielgruppe sollte vor dem Post klar sein. Durch das Planen von Beiträgen kann die Arbeit erleichtert werden.
 - Hilfreiche Short Cuts für Canva
- **CapCut:** Ein Videoschnittprogramm, dass eine kostenlose Version besitzt, in dem verschiedene und ausreichende Eigenschaften hinterlegt sind, um Videos zu kürzen, Voice Overs darüberzulegen, Übergänge einzubinden und noch viele weitere Funktionen.
 - **TIPPS** für CapCut: Am besten kommt aktuell kurze Videos als Reel an, die mit im Trend liegender Musik (von Instagram) unterlegt sind. Durch das Einsetzen von Untertitel ist eine Barrierefreiheit geschaffen. Auf einen guten Klang in den Videos, bei einem Voice Over sind zu achten.
 - In einem praktischen Beispiel wird CapCut angewendet, um die Funktionen besser zu verstehen.

TOP	TITEL/INHALT	REFERENT
5	Plattformen & Strategie	Schulmayer
<ul style="list-style-type: none"> • Christiane Schulmayer geht auf die unterschiedlichen Social Media Plattformen ein und verdeutlicht den Teilnehmenden die Wichtigkeit von einer Strategie hinter dem Social Media Auftritt und gibt wertvolle Tipps. • Definition der Zielgruppe auf Social Media • Generierung von Thumb-Stopper, Engagement • Kurzer Einstieg zu den Plattformen Tiktok und Instagram unter den Aspekten des Nutzungsgrund, Zielgruppe und Trends • Tipps zur Nutzung der verschiedenen Plattformen • Zusammenarbeit richtig organisieren • Entwicklung einer Content Strategie unter Berücksichtigung der eignen Ressourcen und der Zielgruppe • LASST EUCH VON ANDEREN INSPIRIEREN! 		
6	Arbeitsphase 1	DLV-Team
<ul style="list-style-type: none"> • Die TN haben in verschiedenen Gruppen zu unterschiedlichen Themen im Bereich als Content Managerin des DLJ-Accounts gearbeitet und in Beiträge für Social Media umgesetzt. Zu beachten ist die Zielgruppe, Ziele, Plattform und Kerntermine. <ul style="list-style-type: none"> ○ Gruppe 1: hat einen mit einer DLJ-Canva-Vorlage einen Post mit allen wichtigen Informationen erstellt ○ Gruppe 2: wurde ein Video gedreht zu den Thema Strategieplan ○ Gruppe 3: hat in einem Video gedreht und geschnitten zu den “Natürlich”-Trend ○ Gruppe 4: wurde ein Interview Format abgedreht ○ Gruppe 5: Video zur Berichterstattung der DJM gefilmt 		
7	Athleten/Verein: Best Practice Beispiel	Röhler, Müller, Grumbrecht
<ul style="list-style-type: none"> • Katrin Heyers moderiert einem Talk mit Thomas Röhler, Laura Raquel Müller und Rio Grumbrecht, welche aus Athleten- und Verbandsperspektive von ihren Erfahrungen mit Social Media berichten. • Präsentation auf Sozialen Medien ist sehr wichtig, aus der Perspektive der Athlet:innen, um sich zu zeigen und in der Öffentlichkeit präsent zu sein. • Es gibt unterschiedliche Herangehensweisen der Athlet:innen und Verbände, das Wissen wurde größtenteils in Eigenregie erworben • Nachwuchs im Bereich Social Media mit einzubinden ist ein wichtiges Thema für das Juniorteam Basketball, aber auch, dass man in einem Team Social Media erarbeitet und voranbringt. 		

TOP	TITEL/INHALT	REFERENT
	<ul style="list-style-type: none"> • Für Thomas Röhler sind vor allem die eigenen Werte der wichtigste Punkt zur Erstellung der eigenen Content Strategie und eine Struktur dahinter zu haben. • Vorbereitung von Content spart viel Zeit • Persönlichkeit darf nicht verschwinden und eine Sensibilität in allen Richtungen darf nicht vergessen werden, vor allem auch im Hinblick auf Rassismus. • Positive und negative Erlebnisse in Verbindung mit Social Media werden mit unseren TN geteilt • Es sind sich alle einig, dass das Thema Social Media immer wichtiger wird und die Verbände langsam in dieses Thema hineinfließen • Am Ende gibt es eine offene Fragerunde mit den Beteiligten 	
8	Arbeitsphase 2	DLV-Team
	<ul style="list-style-type: none"> • In der 2. Workshop-Arbeitsphase wurden die TN in die Perspektive als Content Manager für ihren Verbands-/ Vereinsaccount versetzt. In dieser Phase ging es vor allem darum, dass eine Vorbereitung für eine Vorlage als Beiträge, Reels oder Story erstellt worden ist, mit den Schwerpunkten Kids Athletics Day, Deutschen Meisterschaften oder Trainingslager. • Ein Teil der Gruppen hat sich Gedanken für eine Umsetzung zu "Frage der Woche" Gedanken gemacht und abgedreht. 	
9	Chancen & Risiken	Weichert
	<ul style="list-style-type: none"> • Sabine Weichert referiert zu dem Thema Chancen & Risiken von Social Media • Vorstellung der TOP 3 Social Media Plattformen bei 16 bis 19-jährigen • Chancen von Social Media (Interesse und User generated Content, Aufbau einer Vereinsmarke und Sponsoring) • Risiken von Social Media (fehlende Quellenangaben, schnelle Verbreitung von Informationen, Datenschutz/Einwilligung von personenbezogenen Daten, Fotos von Minderjährigen, Profilpflege, organisches vs monetäres Wachstum, Sensibilisierung zu Fake-Accounts, Mobbing/Rassismus/Rechtspopulismus, ungünstige Fotoperspektiven, Fake News, Suchtgefahr, Bildbearbeitung, Missbrauch als politisches Instrument) • Chat GPT (als Informationsquelle, aber auch die Perspektive des dahinterstehenden Datensatzes) 	
10	Arbeitsphase 3	DLV-Team
	<ul style="list-style-type: none"> • Die TN erstellen eine Checkliste für Vereine zu den Themen, die an dem Wochenende durch Referent:innen präsentiert worden ist. <ul style="list-style-type: none"> ○ Plattform: Instagram, Facebook, TikTok, X (Twitter), YouTube, LinkedIn, ... ○ Format: Post (1080x18089, Reel/Story (1080x1920), 5 # einfügen, Content kann mehrmals gepostet werden 	

TOP	TITEL/INHALT	REFERENT
	<ul style="list-style-type: none"> ○ Zielgruppe: Verhältnis zu der Zielgruppe (anderer Verein, Sportgemeinschaft, Mitglieder, neue Mitglieder, Sponsoren), Erreichbarkeit (Welche Plattformnutzt deine Zielgruppe?), Bedürfnisse & Interessen (Welche Art von Post erwartet deine Zielgruppe? Welche Inhalte?), Alter (Generation, altersgerechter Content), Sprache, Werte & Ansichten (Meinungen, Moral) ○ Botschaft: was soll rübergebracht werden, sollte innerhalb der ersten 3 Sekunde sichtbar sein ○ Tag & Uhrzeit: die eigenen Insights checken, Mittagspause 12:00 Uhr, unter der Woche 21:00 Uhr, Sonntag 18:00 Uhr, kurz vor der "Welle" posten/Feierabendflow, kurz vorher/nachher online und aktiv sein, ○ Visuals: einheitliches Erscheinungsbild, Corporate Design ○ Text: Zielgruppen abhängig ○ Bildperspektiven ○ Rechte: vor dem Post Rechte-Fragen klären! Bildrechte! 	
11	Arbeitsphase 4	DLV-Team
	<ul style="list-style-type: none"> • In der letzten Arbeitsphase sind Plakat für Vereine und Verbände zu den Themen: Chancen von Social Media für Vereine, Risiken von Social Media, Gewinnung von Engagierten für Vereinsarbeit, Datenschutz und Tipps und Tricks für gutes Bild- und Videomaterial entstanden. 	
12	Präsentation & Abschluss	Heyers, Rindt
	<ul style="list-style-type: none"> • Die Gruppen stellen ihre Ergebnisse dem Plenum vor und gemeinsam wird darüber sich Ausgetauscht und Feedback ausgesprochen. • Laura bedankt sich anschließend bei allen anwesenden für das Mitwirken, einbringen in die Themen und die Umsetzung des Workshops und wünscht allem eine gute Heimfahrt. Ein großer Dank ging auch vor allem an das Organisationsteam für die Vorbereitung und die Durchführung an dem Wochenende. 	