



SKF Schweizerischer Katholischer Frauenbund

Ligue suisse des femmes catholiques · Unione svizzera delle donne cattoliche · Uniun svizra da las dunnas catolicas



Social Media Leitfaden

Dos & Don'ts der digitalen Kommunikation



Die 11 Gebote für Social Media Redaktorinnen

1. Du sollst Deine Zielgruppe(n) kennen
2. Du sollst Deine Zielgruppe(n) unterhalten
3. Du sollst Dich vernetzen
4. Du sollst texten (nicht schreiben)
5. Du sollst nicht schweigen
6. **DU SOLLST NICHT SCHREIEN!!!**
7. Du sollst Interpunktionsregeln beachten
8. Du sollst kommunizierende User belohnen
9. Du sollst schnell und flexibel sein
10. Du sollst kritikfähig sein
11. Du sollst nicht Viele sein

Du sollst Deine Zielgruppe(n) kennen

Die Online Community ist nicht homogen. Aber: nur wer seine Community kennt, kann sie unterhalten.

- **Sie besteht aus**

- a. Kantonalverbänden und Ortsvereinen
- b. Kirche und Kirchenfrauen
- c. potenziellen Mitgliedern / Neugierigen / Interessierten
- d. Partnerorganisationen
- e. SpenderInnen des Solidaritätsfonds für Mutter und Kind
- f. SpenderInnen des Elisabethenwerks
- g. anderen Menschen und Organisationen, die sich mit Kern- und/oder Schwerpunktthemen des SKF identifizieren
- h. MeinungsbildnerInnen

Du sollst Deine Zielgruppe(n) unterhalten

- Frage Dich, was Deine Community auch **jenseits der unmittelbaren SKF-Schwerpunktthemen** umtreibt (und setze sie idealerweise in einen SKF-Zusammenhang).
- **Nutze Infotainment, um Aufmerksamkeit zu erlangen:**
- Ein Mix aus Information und Entertainment
- Reine, SKF-spezifische Informationen können auf Website abgeholt werden.

Du sollst Deine Zielgruppe(n) unterhalten

- Bsp.: Lismen ist das neue Yoga

 **SKF Schweizerischer Katholischer Frauenbund**
Gepostet von Kathrin Winzeler [?] · 19. Januar um 10:51 · 

Rezepte gegen den Januar-Blues: Lismen ist das neue Yoga!
Wirkt gegen Stress und ist besser als meditieren, und das ist sogar wissenschaftlich erwiesen.



Die heilsame Kraft der Maschen | MDR.DE
Handarbeit beruhigt die Nerven. Strick-Fans schwören auf die wohltuende Wirkung ihres Hobbys und bekommen Zustimmung von Wissenschaftlern.
VON MDR.DE

Du sollst Deine Zielgruppe(n) unterhalten

- Frage Dich, was Deine Online Community **ausserhalb des Verbandes** umtreibt. Welche Themen hast Du mit anderen Organisationen, Gruppen etc. gemeinsam? Was könnte SpenderInnen interessieren?
- **Bsp.: Lohndiskriminierung, globale Gleichberechtigung von Frauen und Männern, Projekte des Elisabethenwerks, Berichterstattung über den Solidaritätsfonds für Mutter und Kind etc.**

Du sollst Dich vernetzen

- Nutze Hashtags
- Z.B. #BistumChur #VitusHuonder #AllianzEsReicht
- Hashtags helfen Menschen, die sich für das Thema Deines Post interessieren, spezifische Informationen zu dem entsprechenden Thema zu finden.
- Wenn Dein Post z.B. mit den obigen Hashtags versehen ist, wird er von Menschen, die nach dem Thema via Hashtag suchen, schneller gefunden. Auch dann, wenn sie den SKF nicht kennen.

Du sollst Dich vernetzen

- Nutze die Mention-Funktion bei Facebook
- Sprich Partnerorganisationen oder andere Personen/Gruppen in Deinen Posts direkt an.

Dadurch werden

- Partnerorganisationen auf uns aufmerksam
- die virtuelle Vernetzung gefördert
- UserInnen darauf aufmerksam, dass wir vernetzt sind und ein breites Netzwerk haben



Du sollst Dich vernetzen

- Beispiel für ein mention



SKF Schweizerischer Katholischer Frauenbund
Gepostet von Sarah Sarah [?] · 21 Std. · 🌐

Migration und Integration? Mit Nächstenliebe und Solidarität!
Ab Minute 04:11 seht Ihr einen Tagesschau-Beitrag des Senders Rai Südtirol, der über die Präsidententagung der deutschsprachigen Katholischen Frauenverbände berichtet, wo auch SKF-Präsidentin Simone Curau-Aepli anwesend war.

Vernetzt und gemeinsam mit [Katholische Frauenbewegung Südtirol](#), [Katholische Frauenbewegung Österreichs](#), [Katholische Frauengemeinschaft Deutschlands \(kfd\)](#) und [Katholischer Deutscher Frauenbund e.V. \(KDFB\)](#) hat der SKF Schweizerischer Katholischer Frauenbund während der 3-tägigen Tagung Migration und Integration diskutiert.

Zeitung Tageszeitung

 **Bistum Basel**
Religiöse Gemeins

Gemeinschaftliche Organ

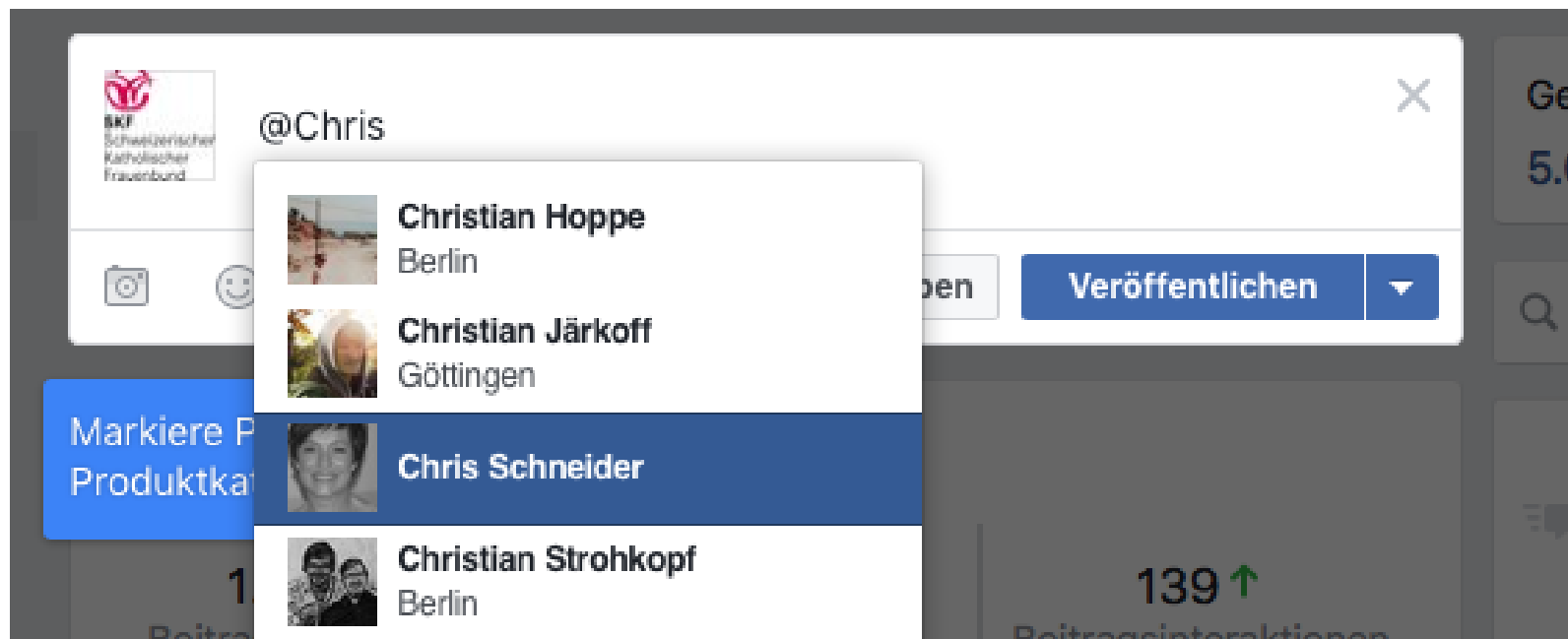
WURDE VON DIESER SEITE MIT "MIR" MARKIERT

 **Katholischer Deutsche Fra...**
@frauenbund.de
kompetent · solidarisch · engagiert
Gemeinnützige Organisation · Köln, Nordrhein-Westfalen, Deutschland

 Simone Curau-Aepli gefällt das.
Gefällt 800 Mal

Du sollst Dich vernetzen

- Benutze in Deinem Post vor dem Namen der Person oder Organisation, die Du erwähnen willst, das @-Zeichen.
- Tippe den Facebook-Namen der Organisation / Person, die Du erwähnen möchtest und wähle sie aus.



Du sollst Dich vernetzen

- Die erwähnten Personen sind jetzt mit ihrem Facebook-Profil in Deinem Post angeführt und blau gekennzeichnet.
- Bei einem Klick auf den Namen der jeweiligen erwähnten Person,/Organisation, werden User nun direkt auf das Facebook-Profil geleitet.
- Die erwähnte Person selbst erhält eine *notification* darüber, dass der SKF sie erwähnt hat.

Du sollst texten (nicht schreiben)

- Facebook lebt von kurzen Texten. Deswegen gilt:

1. **Fass Dich kurz!**

2. Schreibe prägnant und – wenn möglich - humorvoll



SKF Schweizerischer Katholischer Frauenbund

Gepostet von Kathrin Winzeler [?] · 26. Januar um 16:37 · 

Ups, gerade noch rechtzeitig: Herzliche Gratulation zum 40. Geburtstag,
EMMA

<http://www.emma.de/>



**EMMA | Das politische Magazin für
Menschen**

FAZ, 4.1.2017: "Es ging um eine Machtprobe" BILD,
5.1.2017: "Wir haben es hier mit einer Art von
Terrorismus zu tun" SPIEGELonline, 4.1.2017...

EMMA.DE

Du sollst nicht schweigen

- Sei ausdauernd!
- Poste regelmässig, mindestens 2x pro Woche
- Say something! Poste Links/Fotos etc. nie ohne kleinen Teaser.
- Übertreibe es nicht: drei Posts pro Tag sind das Maximum, da sich User ansonsten schnell von Posts geflutet fühlen und den SKF deabonnieren könnten.

DU SOLLST NICHT... SCHREIEN!!!

- Im Internet gilt das Schreiben in GROSSBUCHSTABEN als schreien und ist unerwünscht.



- Falls Worte hervorgehoben werden sollen, geht das auch anders, z.B durch Space-Lücken zwischen den Buchstaben, (z.B. W o r t e) oder durch #Hashtags (Siehe Folie 8), falls sich der Begriff für ein Hashtag eignet.

Du sollst Interpunktionsregeln beachten

- Im Internet gilt der Satz „Satzzeichen sind keine Rudeltiere!“, d.h. „...“ oder „!!!?“ sollte nicht genutzt werden.



Du sollst kommunizierende User belohnen

- Interaktivität ist wichtig: Wir wollen mit unserer Community im Dialog bleiben → Bottom up Kommunikation
- User, die den Mut haben, öffentlich etwas zu kommentieren, sollten dafür belohnt werden.
- Verschenke ein Like oder einen netten Antwortkommentar binnen 48 Stunden und gib Deiner Community so das Gefühl, dass sie ernst genommen wird.



Awesome

Du sollst schnell und flexibel sein

Das Internet ist schnelllebig und dynamisch. Sei up to date!

- Nimm Bezug zum aktuellen Tagesgeschehen, wenn es noch aktuell ist.
- Sei dabei, wenn Meinung gebildet wird, nicht gebildet wurde.
- Poste nichts zu Anlässen/Events, die länger als eine Woche zurück liegen.



Du sollst kritikfähig sein

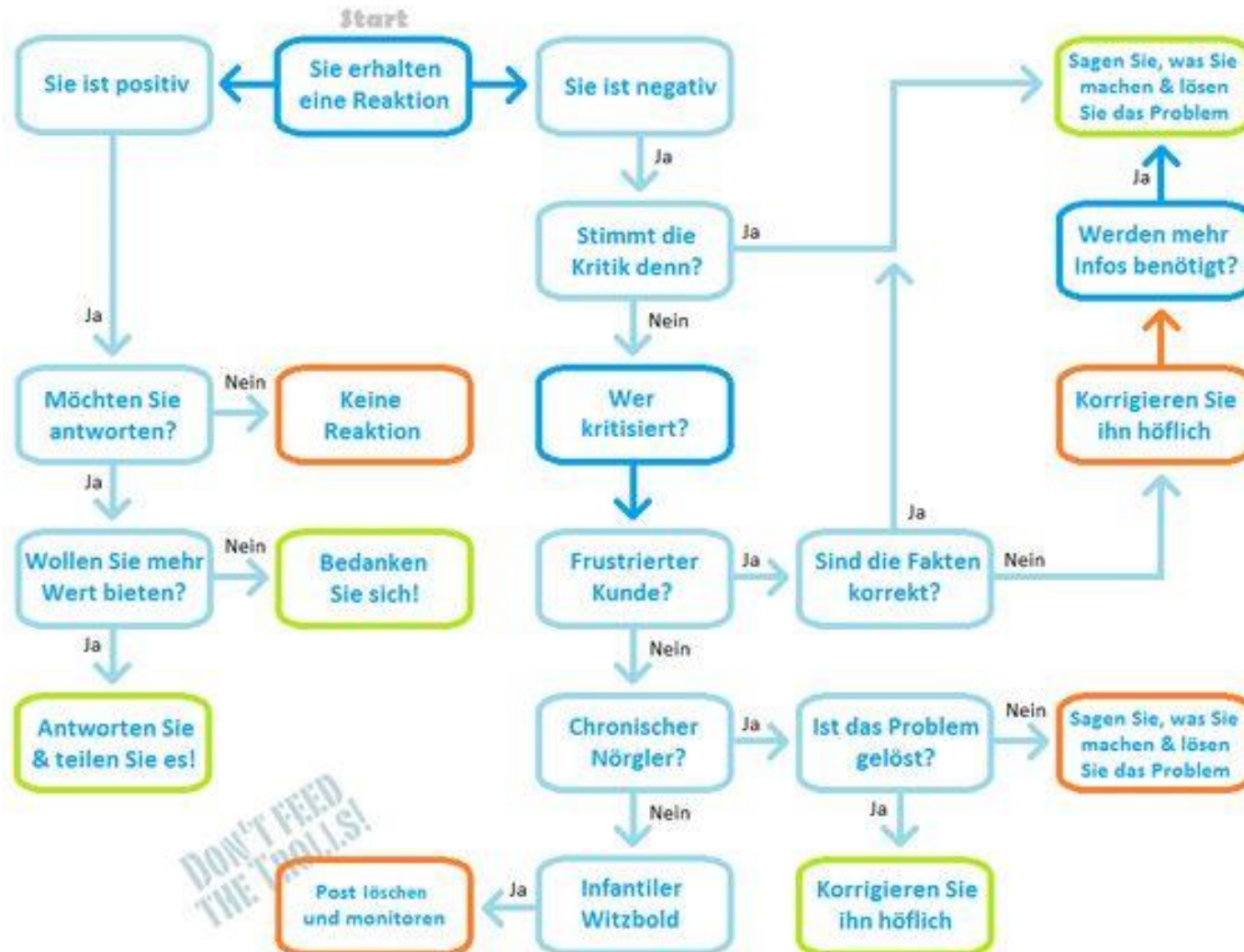
- Die Community ist nicht immer begeistert. Nimm Kritik ernst und ignoriere sie nicht.

- Bei kritischem Feedback sollte immer eine Rückmeldung erfolgen. Bei besonders „heiklen“ Themen sollte intern vorab Rücksprache gehalten werden.

- Wichtig: Werde nicht emotional, bleib höflich und sachlich.

Du sollst kritikfähig sein.

Das Social-Media-Reaktions-Flussdiagramm



DON'T FEED THE TROLLS!

Du sollst nicht Viele sein

- **Diversity** ist gut, wenn es darum geht, die unterschiedlichen Zielgruppen thematisch zu bedienen (und gleichzeitig einen roten Faden beizubehalten).
- Unser Auftritt sollte **einheitlich** sein, d.h. die Community soll nicht merken, dass verschiedene Online Redaktorinnen am Werk sind.

