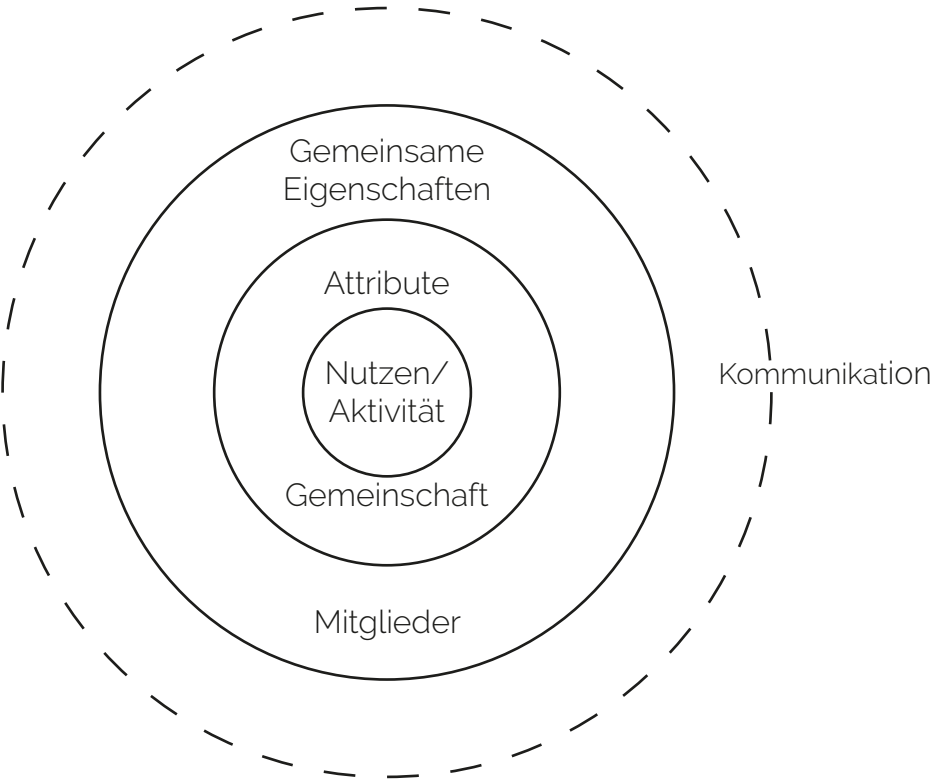


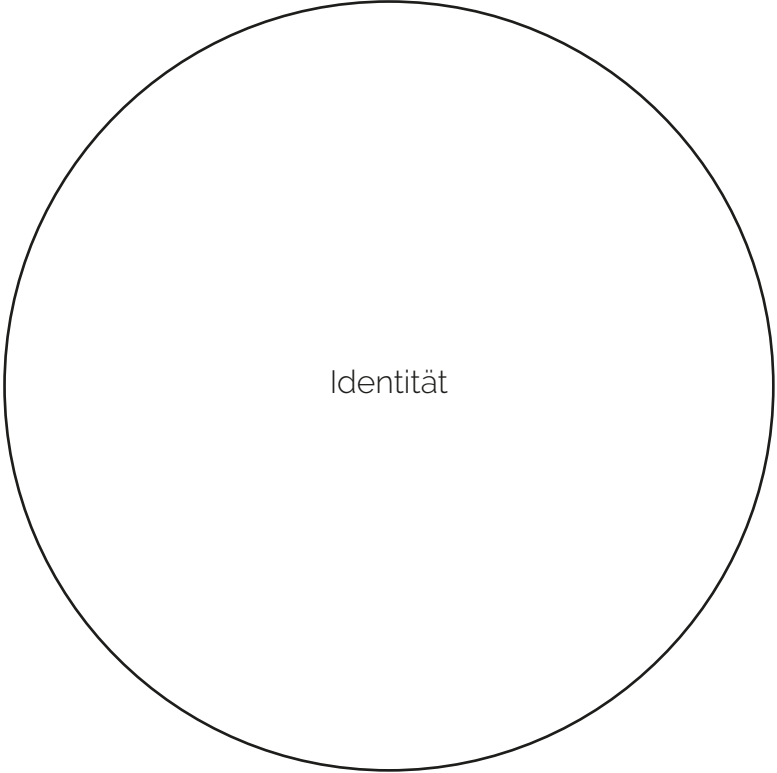
FREEYO

Social Media Content
Guide / Handout

IDENTITÄT



=



IDENTITÄT

3 Ebenen bilden gemeinsam die Bausteine der Identität.

Nutzen Ebene (Grundsätzliches Angebot des Vereins)
Welches konkrete Angebot bietet der Verein?

Bsp.: Sportart, Interessengemeinschaft, Ausbildung,

...

Attribute (Grundsätzliche Einstellung der Vereinsgemeinschaft)
Auf welche Art wird das Kernziel erfüllt?

Bsp.: Technische Versiertheit, Gewissenhaftigkeit, Gemeinschaftsgefühl

...

Eigenschaften der Mitglieder

Wie zeichnen sich die Mitglieder aus, welche Eigenschaften teilen Sie?

Bsp.: Naturverbundenheit, Disziplin, Technik Verständnis, Sport Begeisterung

...

+ Kommunikation

Wie wollt ihr diese drei Bausteine greifbar machen?

FREEYO

ZIELGRUPPE

Wen möchte ich Ansprechen?

Je genauer eine Zielgruppe formuliert ist, desto besser funktioniert deren Ansprache.

Wage Formulierungen wie: *alle Jugendlichen unter 18 Jahren* vermeiden
Stattdessen Attribute der Vereinsidentität einbauen

Bsp:

- *Jugendliche, die Sport begeistert sind*
- *Technikinteressierte naturliebende Jugendliche*
- *Attribute leiten sich aus der Identität der Vereine ab*

BAUSTEINE CONTENT & STORYTELLING

1. Einen Menschen in den Mittelpunkt der Geschichte rücken, ermöglicht eine Identifikation durch den Zuhörer.

2. Welche Attribute des Vereins, sollen in der Geschichte gezeigt werden. Hierbei auf einen oder wenige Attribute fokussieren.

Video Beispiel:

- Gewissenhaftigkeit
- Freiheit

3. Welche Situation vereint die Elemente.

Jede Situation beinhaltet verschiedene Attribute, die herausgestellt werden können.

Emotionale Reaktion in der Geschichte einbauen, bzw. erwähnen, um diese im Betrachter auszulösen.

Tipp: der Aufbau eines Spannungsbogens kann dabei helfen die Geschichte interessant zu machen, ist aber bei Bildbeiträgen nicht immer möglich.

FOTOGRAFIE

Aufnahme

Spiegelreflex- / Digitalkameras

- Auf Richtige Einstellungen überprüfen.
- Möglichst hohe Auflösung aktivieren
- Im Zweifel die Programmautomatik aktivieren (P-Modus)

Smartphones

- Fotos in der Herstellereigenen App aufnehmen.
- Automatische Einstellung erzielen in der Regel gute Resultate.

Gestaltung / Framing

- Abhängig von der Plattform ist ein Format auszuwählen. Social Media ist auf ein Hochformat ausgerichtet.
- Parallel zu der zu erzählenden Geschichte ein Subjekt aussuchen, diese Person als Schlüssel der Aufnahme verwenden.
- Portrait aufnahmen profitieren davon, auf Augenhöhe mit der abgebildeten Person geschossen zu werden.
- Eine Komposition der Bilder nach der Drittel-Regel, oder nach dem Goldenen Schnitt können dabei helfen ein Bild ansprechend zu gestalten. Eine Rasterfunktion der Kameras kann hierbei helfen.
- Bilder nicht mit zu vielen Elementen füllen, stattdessen auf eines fokussieren.

Bearbeitung

- Zur Bearbeitung in Smartphones, kann die eigene Software auf Smartphones verwendet werden. Die Auto-funktion erreicht hierbei oft gute Resultate.
- Social Media Apps bieten eigene Filter und Einstellungen für Bilder.
- Bei der Verwendung von Filtern darauf achten, dass diese ähnlich sind, um ein gleichmäßiges Aussehen zu schaffen.

VIDEOGRAFIE

Gestaltung

- Format abhängig von der Plattform.
- Hochformat eignet sich für Instagram (Fokus auf eine Person möglich)
- Querformat eignet sich für Facebook (Darstellung von Umgebung und Kontext möglich)
- Framing parallel zur Fotografie gestalten.
- Positionierung im Bild beachten.
- Nach Möglichkeit auf Augenhöhe mit der abgebildeten Person filmen.
- Auf den Hintergrund der Videos achten um ungewollte Elemente zu vermeiden.
- Auf die Belichtung der Videos achten. Aufnahmen so positionieren, dass das Licht möglichst weich von vorne auf das gefilmte Gesicht fallen kann.

TEXTGESTALTUNG

- Texte sind auf Social Media lediglich Kontext für visuelle Inhalte.
- Kurz und präzise gestalten.
- Sprachstil der Zielgruppe soll getroffen werden, ohne die eigene Sprache zu verstellen.
- Aufbau eines Texts
- Beschreibung der gezeigten Situation.
- Kontext der Situation (Hier kann eine Geschichte erzählt und ein spannungsbogen aufgebaut werden).
- Aufruf zur Aktion / Call to action (Verweisen auf Profil, Verein, Sportart etc.)

POSTING | CHECKLISTE

- Social Media lebt von der Authentizität des Auftritts.
- Gleichmäßigkeit ist dabei ebenso wichtig. Sinnvoll ist ein kleines Team im Verein mit dem Social Media Auftritt zu betrauen, damit dieser in sich gleichmäßig bleibt.
- Zeitpläne und Beitragsplanung helfen, ein gleichmäßiges Bild zu präsentieren.
- Wann soll welche Geschichte erzählt werden.
- Geschichten können mehrfach aus verschiedenen Blickwinkeln und über verschiedene Plattformen genutzt werden.
- Hashtags können dabei helfen, einem Beitrag mehr Aufmerksamkeit zu geben und gezielt Personen mit diesen Interessen anzusprechen.
- 4-5 Allgemeine Hashtags sorgen für Reichweite.
- 2-3 Detaillierte und spezielle Hashtags sorgen für Interesse bei der Zielgruppe.

Abschließende Leitfragen:

1. Welche Attribute meines Vereins möchte ich mit dem Beitrag herausstellen?
2. Welche Geschichte kann ich dazu verwenden? Welche Person setze ich in den Mittelpunkt? Welche Perspektive wähle ich?
3. Wem Erzähle ich die Geschichte, welche Sprache spreche ich dafür?
4. Für welche Plattform erstelle ich den Beitrag?
5. Welches Medium und Format möchte ich verwenden?