

SOCIAL MEDIA STRATEGIE



*Zukunft
für Kinder*

Inhaltsverzeichnis

01.	Allgemeines	Seite 3
02.	Bestandsaufnahme	Seite 4
03.	Zielsetzung	Seite 5
04.	Zielgruppe	Seite 6
05.	Kanäle	Seite 7
06.	Content	Seite 9
07.	Verantwortung	Seite 10
08.	Redaktionsplan	Seite 10

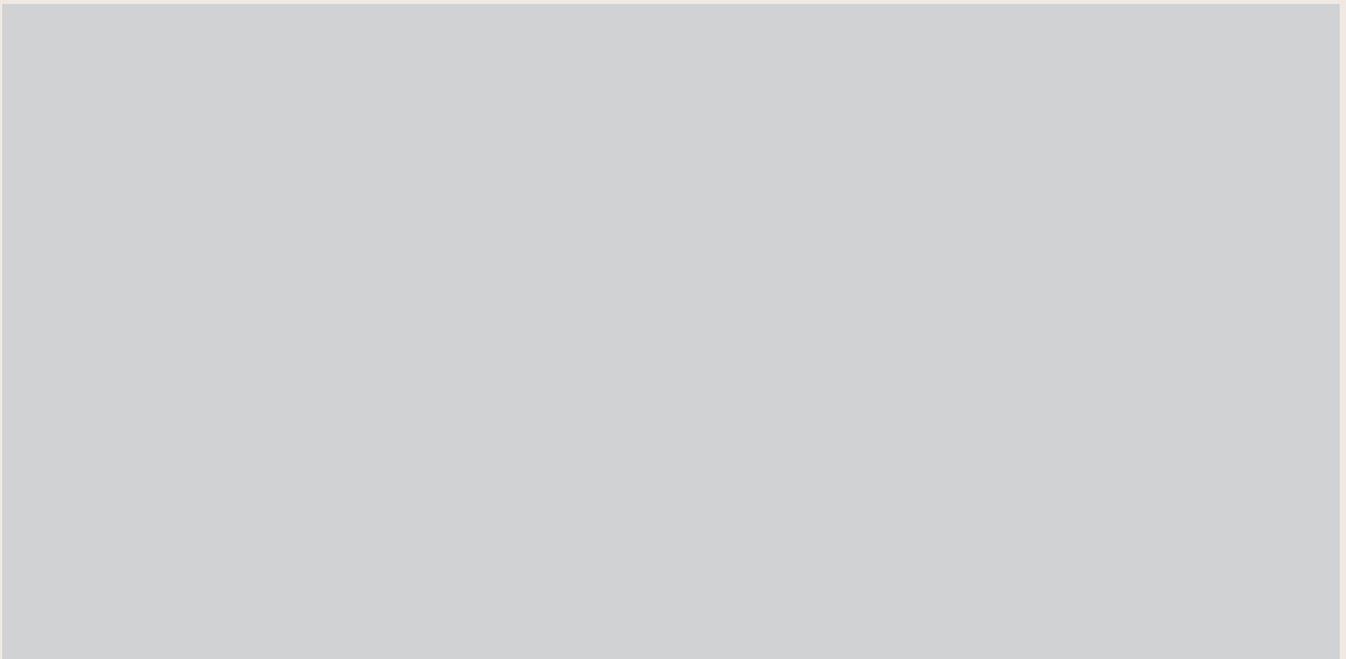
01 Allgemeines

Über den Verein

Zukunft für Kinder engagiert sich für benachteiligte Menschen in Südostasien, die ihre Lebensbedingungen aktiv verbessern wollen. Im Zentrum ihrer Aufgaben steht die nachhaltige Entwicklung der Lebensbedingungen der Bevölkerung in Muntigunung, im armen und trockenen Nordosten Balis (Indonesien). Für diese Menschen schaffen sie die nötigen Voraussetzungen, dass sie ihre Entwicklung in die eigenen Hände nehmen können.

Ziel dieses Dokuments

Ziel dieses Dokuments ist es, grundlegende Fragen zur bestehenden und zukünftigen Social-Media- bzw. Kommunikations-Strategie des Vereins Zukunft für Kinder zu beantworten.



02 Bestandsaufnahme

Verein Zukunft für Kinder
@verein_zukunft_fuer_kinder

Startseite
Info
Fotos
Veranstaltungen
Videos
Beiträge
Community
Seite erstellen

Seitenzusammenfassung Letzte 28 Tage
Ergebnisse vom 02.06.2021 - 29.06.2021
Hinweis: Heutige Daten sind nicht verfügbar.
Werbeaktivitäten werden nicht berücksichtigt.

Handlungen
2. Juni - 29. Juni

Community
Alle ansehen
579 Personen gefällt das
600 Personen haben das abonniert

Info
Alle ansehen
www.zukunft-fuer-kinder.ch
Community
Impressum

Seitentransparenz
Facebook möchte mit diesen Informationen transparenter machen, warum es bei dieser Seite geht. Hier erfährst du mehr zu den Personen, die Seiten verwahren und Beiträge darin posten.
Seite erstellt: 8. Juni 2016

Personen

Reichweite: Organisch / Bezahlt | Beitragsklicks | Reaktionen, Kommentare und geteilte Inhalte

Veröffentlicht	Beitrag	Typ	Zielgruppe	Reichweite	Interaktionen	Hervorgehoben
02.02.2021 10:34	Daniel Elber, der Gründer des Vereins, ist wieder	Video				Beitrag bewerben
31.01.2021 10:29	Wir suchen einen Social Media Manager! Bist du	Text				Beitrag bewerben
01.01.2021 13:00	Happy 2021! Auf ein fröhliches, gesundes	Text				Beitrag bewerben
21.12.2020 10:29	2021 werden wir in Muntigunung einen	Text				Beitrag bewerben
25.11.2020 16:55	Diesen Worten schliessen wir uns an!	Text				Beitrag bewerben

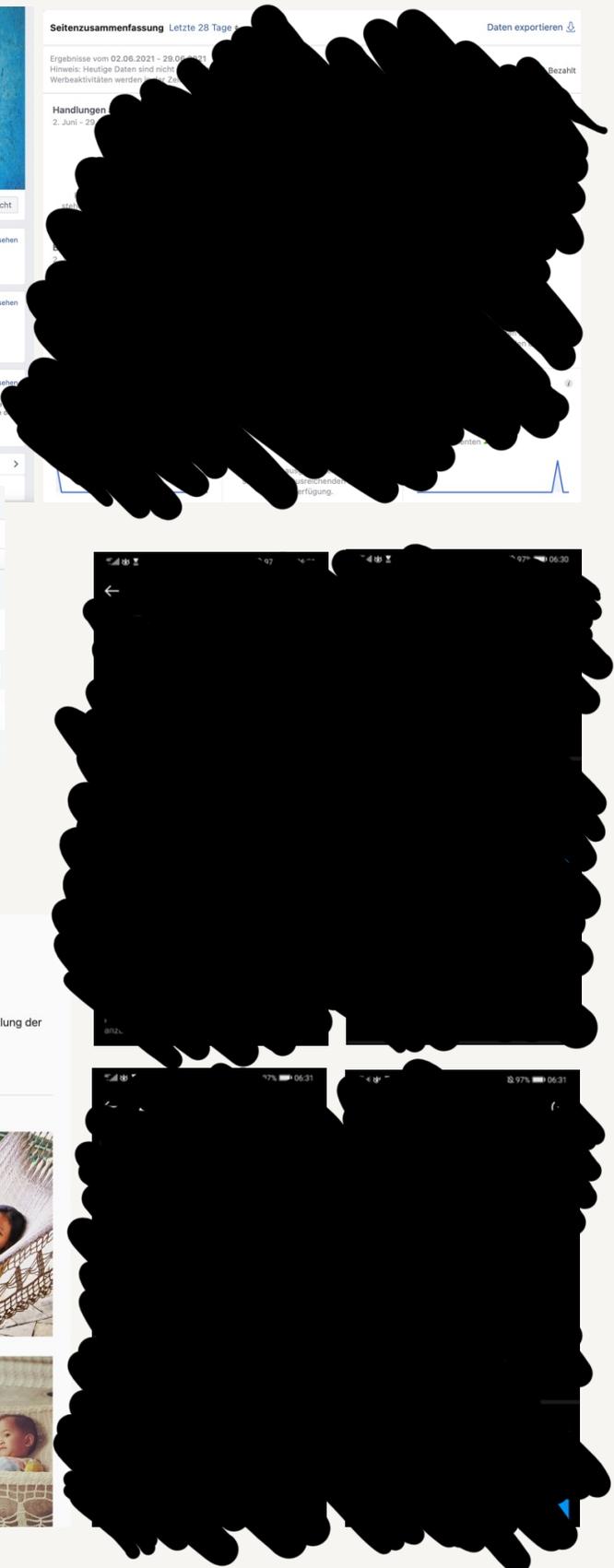
verein_zukunft_fuer_kinder Abonnieren

25 Beiträge 495 Abonnenten 119 abonniert

Verein Zukunft für Kinder
Der Schweizer non-profit Verein engagiert sich für die nachhaltige Entwicklung der Lebensbedingungen der Bevölkerung in Muntigunung, Bali.
zukunft-fuer-kinder.ch

BEITRÄGE MARKIERT

Grid of 6 photos: children, sunset, child in hammock, food, landscape, children in hammock.



03 Zielsetzung

Kurzfristige Ziele

- Einheitlichkeit schaffen (Corporate Design)
--> Facebook, Instagram und LinkedIn
- Einzelne Kanäle abgrenzen
--> Bali und Schweiz
--> Drei Social Entreprises auf Bali mit Social Media Kanälen
--> Instagram und Facebook
- Feedback und Wünsche bei bestehenden Follower:innen einholen

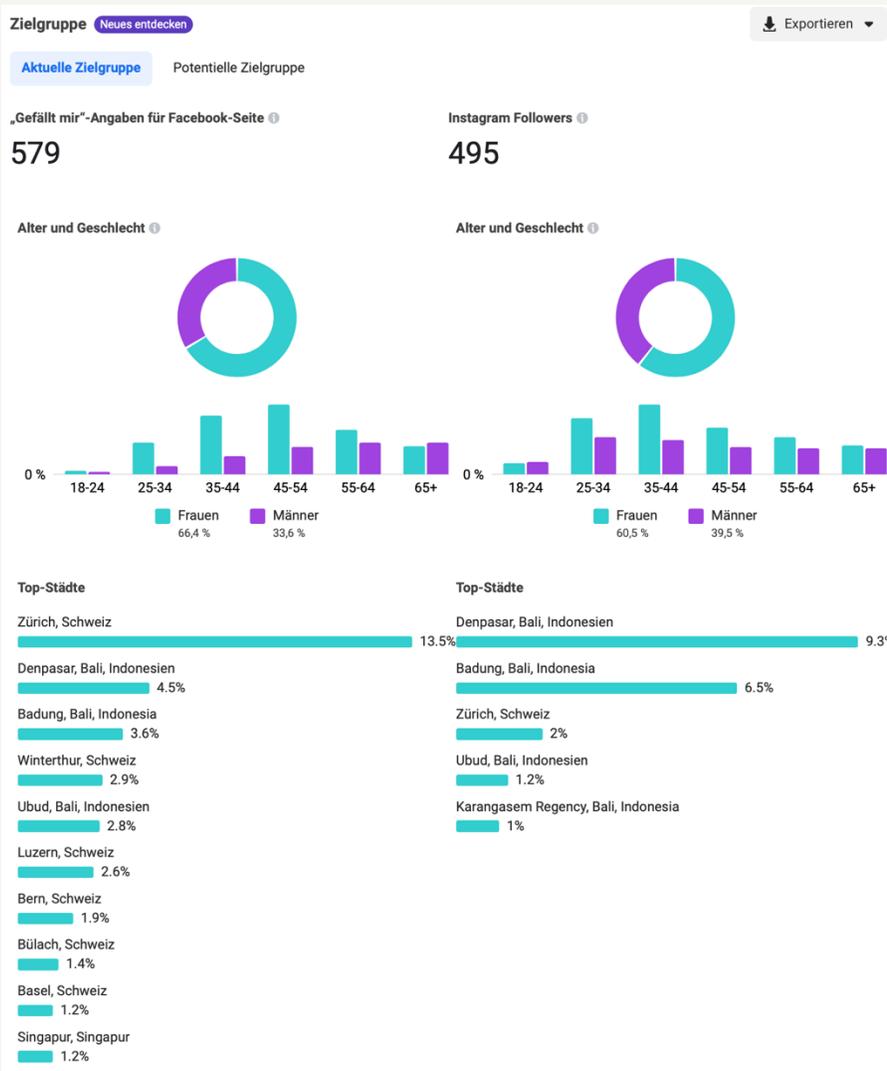
Mittelfristige Ziele

- Regelmässiger Content (Algorithmus); mind. 1x pro Woche etwas posten
- Content mit Mehrwert und Transparenz
- Interaktion generieren
- Bestehende Follower:innen festigen und neue Follower:innen dazugewinnen

Langfristige Ziele

- Produktabsatz erhöhen
- Neue Käufer:innen, Spender:innen und Mitglieder dazugewinnen
- Zusammenarbeit mit anderen Kanälen
- Evtl. Werbung schalten

04 Zielgruppe



Mit Instagram wird ein jüngeres Zielpublikum erreicht als mit Facebook:

Facebook: 40 – 60 Jahre

Instagram: 25 – 45 Jahre

Sowohl auf Facebook als auch auf Instagram haben wir viele Abonnent:innen aus Indonesien. Wir möchten aber vor allem die Schweizer:innen ansprechen, um Spenden und einen höheren Produktabsatz zu generieren, damit dieses Geld direkt ins Hilfswerk fließen kann.

05 Kanäle

- Facebook
- Instagram
- LinkedIn

Bis anhin wurde LinkedIn vom Verein weniger bespielt als Facebook und Instagram. Dies soll sich in Zukunft ändern, da LinkedIn (vor allem bei älteren Nutzer:innen) an Bekanntheit gewinnt.

Corporate Identity

- Ist bereits eine Corporate Identity vorhanden? Teilweise!
- Die einzelnen Kanäle sollte einheitlich auftreten
--> gleiches Profilbild, Benutzername, Infotexte, etc.

Offene Fragen zu den Kanälen

- Wie grenzen wir Dani Elbers privaten Facebook-Kanal vom Vereinskanaal ab?
- Verweisen wir untereinander auf die verschiedenen Kanäle?
- Posten wir unterschiedlichen oder den gleichen Content auf Instagram und Facebook?
--> Instagram pusht zurzeit Video-Content sehr stark. Vor allem Reels werden vom Algorithmus gerne gesehen
- Wie gehen wir mit Nachrichten um? Wer beantwortet diese?
- Idee bezüglich eigenen Abonnements: Ich würde vorschlagen, dass wir auf Instagram den privaten Accounts entfolgen und nur noch Accounts folgen, welche direkt etwas mit dem Projekt zu tun haben. Wirkt professioneller.

o6 Content

- Wie soll die Zielgruppe angesprochen werden (Du/Sie)?
--> du (persönlicher; einfacher, eine Bindung zur Zielgruppe aufzubauen)
- Wie sprechen wir als Absender (Ich/Wir)?
--> wir (die Social-Media-Kanäle repräsentieren den Verein insgesamt)
- Wie gehen wir mit externen Inhalten um? Teilen wir Inhalte von anderen Organisationen (Sharing)? Wenn ja, von welchen?
--> ja (führt zu mehr Interaktion und Reichweite)
--> passende Kanäle abonnieren
- Verwenden wir Stock-Footage?
--> Wenn möglich vermeiden. Sollte genügend Material in der Datenbank vorhanden sein.
- Sprache? Gendern? Hashtags?
--> Deutsch
--> Gender-Doppelpunkt verwenden
--> Hashtags: noch zu definieren
- Negativ- und/oder Positivliste – über was darf (nicht) gesprochen bzw. Content gepostet werden?
- Inwiefern können wir die Mitglieder von Verein miteinbeziehen, um eine grössere Reichweite zu erlangen?
--> Wäre gut, wenn die Mitglieder des Vereins auf ihren persönlichen Social-Media-Accounts immer wieder mal Posts von den Vereins-Kanälen teilen könnten. Gibt es eine Mail-Verteiler? Da könnte man z.B. mal einen Aufruf starten.

07 Verantwortung

Die Verantwortung für den Facebook- und Instagram-Account des Vereins liegt bei Dorit Bosshard. Die Verantwortung für den persönlichen Facebook-Account von Dani Elber bleibt bei ihm – Dorit wird dort nichts veröffentlichen.

08 Redaktionsplan

- Evtl. mit Online-Tool arbeiten (z.B. mit Trello) [?](#) Content kann gut geplant werden
- Für den Anfang am besten den Content für einen ganzen Monat planen und vorbereiten. So kann ein regelmässiger Upload garantiert werden, was dem Algorithmus entgegenkommt.

Content-Ideen

- Vorstellung aller Vorstandsmitglieder und einzelner Mitglieder pro Verein
- Wie kommt ein Produkt ins Sortiment
- Produktvorstellungen
- Behind the Scenes von Muntigunung