



Arbeitshilfe für Ihre Social-Media-Arbeit

Ein gut aufgebauter und gepflegter Social-Media-Kanal kann der Bündnisarbeit eine größere Plattform und mehr Aufmerksamkeit bieten.

Hier erhalten Sie wichtige Informationen für die Gestaltung Ihres eigenen Kanals, Hinweise für die Nutzung, Aufnahme und Veröffentlichung von Bildern und einen Überblick und die Bedeutung der wichtigsten Begriffe auf Social-Media.

Die Gestaltung Ihres Social-Media-Kanals

Der einheitliche Styleguide

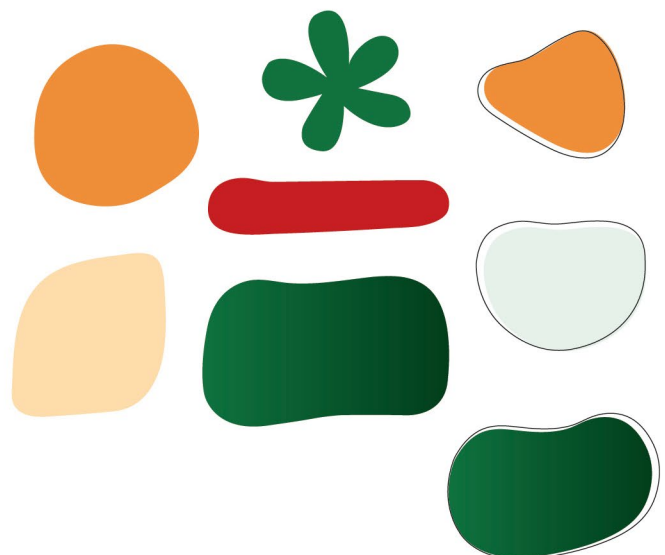
Damit Lokale Bündnisse auch immer gut erkennbar sind, haben wir ein einheitliches Design, an dem Sie sich gerne auch für Ihre Posts ausrichten können.

Für Außenstehende soll so ein optischer Wiedererkennungswert generiert werden. Für Ihre Social-Media-Arbeit bieten wir Ihnen das gemeinsame Design gerne zur Nutzung an:

Farben

| | | |
|---|---|--|
| Green CMYK 86 / 30 / 88 / 18 RGB 26 / 115 / 65 HEX #1a7341 | Green 10% CMYK 12 / 1 / 0 / 0 RGB 231 / 241 / 235 HEX #e7f1eb | Logo Red CMYK 15 / 97 / 89 / 5 RGB 199 / 33 / 37 HEX #c72125 |
| Orange CMYK 2 / 52 / 81 / 0 RGB 240 / 143 / 60 HEX #f08f3c | Light Orange CMYK 0 / 16 / 38 / 0 RGB 254 / 221 / 172 HEX #feddac | Light Orange 30% CMYK 0 / 4 / 12 / 0 RGB 255 / 246 / 231 HEX #fff6e7 |
| Gradient Green Ausgangswert CMYK 86 / 30 / 88 / 18 RGB 26 / 115 / 65 HEX #1a7341 | Endwert CMYK 92 / 46 / 99 / 56 RGB 11 / 64 / 31 HEX #0b401f | |

Formen



Bildsprache – richtig anwenden

Die Bildsprache ist eine Form der Kommunikation. Das heißt mit einem Bild sollen bestimmte Assoziierungen, Gefühle und Eindrücke vermittelt werden.

Die Bildsprache, der wir folgen, betont folgendes:

Die Bildsprache ist freundlich und authentisch. Fotos zeigen lebensnahe Interaktionen, Situationen und Momente. Betrachter:innen wird ermöglicht sich mit ihnen zu identifizieren und Inhalte visuell zu begreifen. Bilder müssen immer einen direkten Bezug zum Text haben. Dies wird durch einen klaren

Bildfokus erreicht. Ein leicht unscharfer Hintergrund kann dies verstärken. Wirre, dunkle, unscharfe oder auch gestellte Fotos sollten daher vermieden werden, genauso wie starke Retuschen und Fotomontagen

Logonutzung

Für die Veröffentlichung von Social-Media-Posts oder -Stories, dürfen Sie gerne das Logo der Initiative

„Lokale Bündnisse für Familie“ verwenden. Falls Ihr Lokales Bündnis ein eigenes Logo hat, benutzen Sie gerne beide.

Hinweise zur Nutzung, Aufnahme und Veröffentlichung von Bildern

SharePics und Stockfotos

Im Laufe der Arbeit mit Social-Media, werden Ihnen die Begriffe der SharePics und Stockfotos begegnen. Bevor Sie über die Verwendung in Ihrem Kanal nachdenken, sollte Ihnen der richtige Umgang mit SharePics und Stockfotos bekannt sein:

a) SharePics¹

Die sogenannten SharePics sind ein Social-Media-Format, das aus einer Kombination aus Bild und Text besteht. Sie sind darauf ausgelegt, weiterverarbeitet und geteilt zu werden. Damit erreichen Sie eine

größere Reichweite für Ihren Kanal. Beim Erstellen von SharePics, sollten Sie folgende Punkte beachten:

- Der Text auf dem SharePic sollte für sich alleine stehen können
- Das SharePic sollte so gestaltet sein, dass es den Leser zum Teilen anregt

SharePics werden oft von Redaktionen auf deren Nachrichtenkanälen verwendet. Um sich einen besseren Eindruck zu machen, schauen Sie gerne auf einigen Instagram Kanälen vorbei. Hier finden Sie drei Beispiele:



Quelle: @faktastisch



Quelle: @buendnisfuerfamilieheidelberg



Quelle: @tagesschau

1 <https://www.socialmediaakademie.de/blog/sharepics-erstellen-in-7-schritten/#:~:text=Ein%20Sharepic%20ist%20ein%20Social,Zitate%20oder%20Aussagen%20ansprechend%20transportieren>

b) Stockfotos²

Die sogenannten Stockfotos sind allgemeine Fotos, die man erwerben kann, wenn man kein passendes eigenes Bildmaterial hat. Fotos aus der eigenen Arbeit sollten immer bevorzugt werden, da sie authentisch sind. Auf verschiedenen Online-Plattformen werden Stockfotos zum Teil lizenzfrei oder zum Kauf angeboten.

Bekannte Online-Plattformen sind:

- Fotolia
- iStock

- Shutterstock
- Depositphotos
- Unsplash (Gratis)

Vorsicht: Die Nutzung von Stockfotos für Social-Media ist nur in wenigen Fällen gestattet! Der Grund: die jeweilige Social-Media-Plattform sichert sich in ihren AGBs die Rechte zur Nutzung sämtlicher Bilder, die auf ihr veröffentlicht werden. Schauen Sie sich also genau die Lizenz der Stockfotos an bevor Sie diese erwerben/ nutzen.

Bildnutzung – was zu beachten ist

Im besten Fall nutzen Sie eigene Fotos. Beachten Sie aber auch dabei das Kunsturhebergesetz (kurz: KunstUrhG). Nach der rechtlichen Norm gilt grundsätzlich, dass Sie bei der Aufnahme und Veröffentlichung eines Bildes die Einwilligung des individuell Abgebildeten einholen müssen (§22 KunstUrhG). Am besten in Schriftform. Archivieren und sammeln Sie die Einwilligungen. Weitere Informationen und Erläuterungen im Zusammenhang mit der DS-GVO finden Sie hier: [datenschutz.rlp.de / Recht am eigenen Bild /](https://datenschutz.rlp.de/Recht-am-eigenen-Bild/)

Das KunstUrhG zum Nachlesen, finden Sie unter folgendem Link: [KunstUrhG - Gesetz](#)

Bevor Sie Bilder/Videos mit externen Personen auf Ihren Kanälen veröffentlichen, sollten Sie sich eigenständig noch einmal über die rechtlichen Aspekte informieren und deren Einwilligungen einholen.

Das Servicebüro übernimmt keine Haftung und keine Gewähr für die vollständige Richtigkeit der obengenannten Informationen.



² <https://www.textbroker.de/stockfotos>

Glossar: Social-Media-Begriffe – kurz und bündig erklärt³

| Begriff | Beschreibung |
|---------------------------|---|
| Analytics | Der Begriff beschreibt ein Analysetool und dessen Informationen. Mit deren Hilfe Sie schauen können, wie die Nutzenden mit Ihrem Kanal interagieren. |
| Bildunterschrift | Mit einer Bildunterschrift soll die Geschichte des Bildes erzählt bzw. erklärt werden. Das können Sie durch einen kurzen Text, Hashtags (z.B. #sommerferien), Emojis oder @-Erwähnungen machen. So können Sie die Anzahl der Interaktionen erhöhen. |
| Bio | Kurz für Biografie, ist Teil eines jeden Profils auf Social-Media. Die Bio teilt mit, wer Sie sind und ist das erste das Nutzer sehen, wenn sie Ihre Seite besuchen. |
| Emoji | Emojis sind kleine Grafiken, die in Textnachrichten oder auf Social-Media verwendet werden. Sie können beispielweise Emotionen übermitteln oder stehen in verschiedenen Kombinationen für bestimmte Situationen. |
| Feed | In Ihrem Feed sehen Sie die neuen Inhalte von Kanälen, denen Sie selbst folgen. |
| Folgen / Entfolgen | Wenn Sie einem Kanal „folgen“ abonnieren Sie dessen Inhalt. Neuer Inhalt wird Ihnen auf Ihrem Feed angezeigt. Möchten Sie den Kanal nicht mehr abonnieren? Dann „entfolgen“ Sie diesem. |
| Fixierter Beitrag | Auf Ihrem Kanal können Sie für Sie wichtige Posts oder Reels fixieren. Diese werden als erstes in Ihrem Kanal angezeigt. |
| Follower | Ein Follower folgt Ihrem Kanal bzw. hat diesen abonniert. |
| GIF | „Graphics Interchange Format“ sind Dateiformate, die sowohl statische als auch animierte Bilder darstellen. Man kann mit Ihnen ohne Worte reagieren. |
| Hashtags | „#“, werden dazu benutzt einen Post einem größeren Thema zuzuordnen und zu markieren. Hashtags sind auf Social-Media-Plattformen durchsuchbar und erfüllen eine ähnliche Funktion wie Stichpunkte bzw. Keywords. |
| Influencer | Unter dem Begriff werden Social-Media-Nutzer bezeichnet, die ein großes Publikum erreichen und das Bewusstsein für ein Thema, einen bestimmten Trend oder ein Produkt verstärken können. |
| Plattform | Eine Plattform bezeichnet ein soziales Netzwerk. Bekannte Social-Media-Plattformen sind Facebook, Instagram und X (ehemals Twitter). |
| Post | Als Post oder auch Beitrag wird jede Statusaktualisierung, jedes Foto oder Video, kurz: jeder geteilter Content auf einer Social-Media-Plattform bezeichnet. |
| Story, Stories | Stories sind vergängliche Inhalte, die nach 24 Stunden wieder verschwinden. Sie bestehen entweder aus Fotos oder Videos bzw. einer Aneinanderreihung dieser. |
| Reel | Ein Reel ist eine kurzer Video-Inhalt, der u.a. mit Text, Musik und Filtern unterlegt werden kann |

³ <https://blog.hootsuite.com/de/das-social-media-glossar/>