

Social Media Tag NWR 29.10.2020

Zusammenfassung, eigene Einschätzungen und ein paar Empfehlungen

Pia Viviani, Gründerin und Co-Leiterin catta gmbh

<https://www.catta.ch/>, pia@catta.ch

Immer mehr Akteure kommunizieren über Wissenschaft, auch Nicht-WissenschaftlerInnen. Zudem gibt es eine wachsende Vielfalt an Interessen und Zielen (Imagepflege, Kritik, politische Programme, Aufklärung, Marketing, populistische Ansprüche...).

Die Herausforderungen von Social Media (problematische Empfehlungsalgorithmen, Filterblasen, Verschwörungsmythen...) gilt es im Hinterkopf zu halten, während der Fokus auf den Chancen liegt:

- Dialog und Partizipationsmöglichkeit
- Zielgruppenspezifische Ansprache
(Social Media sind insbesondere für weniger gebildete Schichten eine wichtige Informationsquelle)
- Kostenlos (kostet einfach Zeit und evtl. ein bisschen Werbegeld)
- Besonders interessant: Kontakt herstellen mit fremden und neuen Ansichten

Einzelne Kanäle

facebook:

- Ist noch nicht tot! Immer noch mehr Nutzer als Instagram
- Wird heute eher passiv genutzt für Veranstaltungen, News und Tipps
- Alter: Ab 25 aufwärts
- Paid Posts: super Tool, um spezifische Zielgruppen zu erreichen mit wenig Budget (bei lokaler Bewerbung spezifischer Zielgruppen reichen CHF 20 pro Beitrag)
- Wie kann ich eine Community aufbauen? -> eigene Freunde und Kolleginnen einladen, Beiträge anderer liken und kommentieren, paid posts
- Idee: Es gibt sehr viele themenspezifische geschlossene Gruppen, dort wird interagiert -> treten Sie themenrelevanten Gruppen bei und diskutieren Sie mit, teilen Sie passende Veranstaltungen oder Inhalte in den Gruppen

instagram:

- Zur Zeit stark genutzt, stiegende Nutzerzahlen
- Feelgood Kanal, schöne Bilder, Einblicke «hinter die Kulissen» über Stories
- Alter: 13-34
- Instagram Algorithmus setzt auf Regelmässigkeit, z.B. 2x pro Woche ein Post, 1x pro Woche eine story (stories eignen sich gut, um ein Community-Feeling aufzubauen)
- Fotos, aber auch Zitate oder Kurzvideos

Akademie der Naturwissenschaften Schweiz (SCNAT) • Plattform Naturwissenschaften und Region

Haus der Akademien • Laupenstrasse 7 • Postfach • 3001 Bern • Schweiz

Christian Preiswerk • Bereichsleiter Wissenschaft und Gesellschaft • +41 31 306 93 10

christian.preiswerk@scnat.ch • nwr.scnat.ch  [@scnatCH](https://twitter.com/scnatCH)

- Gleichzeitiges Posten auf facebook möglich
- Reichweite: andere erwähnen, viele hashtags setzen
- Stories verschwinden nach 24h wieder (z.B. Fragen abholen und von Experten beantworten lassen)
- Auch hier gilt: Interagieren Sie mit anderen, damit Sie sichtbar werden
- Idee: Überlegen Sie, welche Themen Sie in Ihrem Netzwerk besonders gut abdecken und machen Sie einen themenspezifischen Kanal (Artenvielfalt in der Region, nachhaltige Gartengestaltung, Kochen mit Wildkräutern...)

youtube:

- Ausprobieren und gucken, was passiert (gilt eigentlich für alle sozialen Medien)
- Mögliches Ziel von youtube (oder anderen Kanälen): developper un etat d'esprit, une identité
- Vorgehen: Thema für bestimmte Zielgruppe definieren, Authentisch sein, eine Geschichte erzählen, die Statistiken auswerten und den nächsten Beitrag aufgrund der Statistik-Analyse verbessern
- Dauer: so kurz wie möglich, so lange wie nötig
- Kosten: von null (Handyvideo) bis unendlich
- Mit anderen (erfahrenen/bekannten) youtubern zusammenarbeiten
- Idee: Kurzinterviews mit Gästen Ihrer Veranstaltungen, mit Handy aufnehmen, ppt Vorlagen für Video-Einleitung und -Ende für Wiedererkennung

Podcast:

- Produktion fast so aufwändig wie Video (20-24h pro Podcast).
- Dann sinnvoll, wenn Sie eine brauchbare Basis haben: Archiv-Aufnahmen, Partnerschaft mit Radio, technische Tools
- Alltagsbezug herstellen, Musik und Kultur integrieren
- Einbezug von anderen lokalen Playern (Maturandin, Ornithologen, Plastikrecycling)
- Hörerzahlen schwierig messbar
- Podcasts sind nicht sehr interaktiv, man sagt jedoch, die Leute hören immer mehr Podcasts
- Verfügbar auf spezialisierten Apps oder Plattformen wie spotify, soundcloud

Twitter:

- Kurznews, wenig Dialog
- Eher trockener und nüchterner Kanal, die meisten sind beruflich auf twitter unterwegs
- Kanal der Nerds, Journies und Politiker
- Hashtags sind wichtig für Verbreitung des Posts (können abonniert werden) und für die google Suche
- Im Gegensatz zu instagram können auf twitter hashtags nicht unlimitiert gesetzt werden -> gut auswählen
- Handles (@): andere erwähnen, die sehen dann den Beitrag sicher (wenn in den 240 Zeichen kein Platz ist, können Sie handles auch in einem Bild setzen)
- Bilder sind wichtig, bewegte Bilder funktionieren am besten
- Twitter ist auch ein tool, um Inhalte zu screenen und darauf zu reagieren -> Tweet deck
- Idee: Gast einladen, der eine Woche über den eigenen Kanal zu einem bestimmten Thema twittert und Fragen beantwortet

Bevor Sie starten, stellen Sie sich ein paar Fragen:

Was möchten Sie eigentlich erreichen mit dem Gebrauch sozialer Medien?

- Veranstaltungen bewerben?
- Wissen weitergeben?
- In Dialog treten mit jemand bestimmtem?
- Jemanden überzeugen?
- Auf aktuelles Geschehen reagieren?
- Sympathisch daherkommen?
- ...

Wen möchten Sie erreichen?

- Jung oder Alt?
- Private oder Organisationen?
- Bildungsgrad?
- Regional oder lieber schweizweit?
- Eine spezifische Interessensgruppe?

Wie viel Zeit haben Sie?

- Ein oder mehrere Kanäle?
- Zeit für Videos?
- Regelmässigkeit wichtig, mind. 2x pro Woche um auf dem Radar zu bleiben

Was kann der/die Social Media-BetreuerIn besonders gut?

- Fotografieren?
- Video?
- Selber im Rampenlicht stehen?
- Ernst oder lustig?

→ Soziale Medien sind dann am ansprechendsten, wenn man merkt, dass jemand mit Herzblut authentisch Wissen, Bilder und Infos teilt

→ Social Media? Ja – aber mit einem Plan!

Ein paar hilfreiche Links:

Vorlagen für schöne Posts und Veranstaltungsflyer:

- https://www.canva.com/de_de/

Beiträge planen, auch parallel auf verschiedenen Social Media Kanälen:

- <https://buffer.com/> (versch. Kanäle)
- <https://www.planoly.com/> (instagram, tiktok, stories)

Bilddatenbanken mit kostenlosen Bildern:

- <https://pixabay.com/de/>
- <https://unsplash.com/s/photos/kostenlose-bilder>

GIF Bilddatenbank (kurze Bewegtbilder, eher verspielt und witzig):

- <https://giphy.com/>