

Handreichung – seriöses Social Media

Nutzt diese Hashtags unbedingt bei euren Projektbezogenen NextGenE Posts:

#silberneserzgebirge

#NextGenE

#neulandgewinner

#Sachsen

1. Social Media ist digitale Öffentlichkeitsarbeit

Social Media ist heute kein zusätzlicher Kommunikationskanal, sondern ein zentraler Bestandteil der Öffentlichkeitsarbeit. Viele Menschen informieren sich zuerst online über Projekte, bevor sie teilnehmen, kooperieren oder Unterstützung anbieten.

Gerade bei geförderten Projekten zeigt Social Media:

- eure Projektarbeit
- eure Professionalität
- eure Haltung
- den Umgang mit Fördermitteln

Wichtig:

Beiträge bleiben dauerhaft auffindbar. Jede Veröffentlichung ist öffentlich – auch wenn sie „nur für Follower“ gedacht ist.

Besonders bei Förderprojekten gilt

Ihr repräsentiert nicht nur euer Projekt, sondern auch:

- das Förderprogramm
- die Region
- junges Engagement
- zukünftige Antragstellende

Professionelle Kommunikation stärkt Vertrauen und Reputation.

2. Was bedeutet „Seriosität“ auf Social Media?

Seriosität bedeutet, **bewusst, transparent und verantwortungsvoll zu kommunizieren**, um Vertrauen aufzubauen.

Typische Merkmale seriöser Social-Media-Accounts:

- klare Positionierung (Wer sind wir?)

- transparente Projektinformationen
- konsistentes Design
- sorgfältige Sprache
- professioneller Umgang mit Kritik

3. Privataccount vs. Projektaccount

| Privataccount | Projektaccount |
|----------------------------------|---------------------------------|
| Persönlich | Repräsentativ |
| Emotional | Öffentlich |
| Spontan | Strategisch geführt |
| Ohne Rechenschaftspflicht | Dauerhaft dokumentierend |

➔ Ein Projektaccount spricht nicht als „ich“, sondern als „wir“.

4. Der professionelle Social-Media-Auftritt

4.1 Profil & Bio

Ein professionelles Profil beantwortet sofort:

- Wer seid ihr?
- Was macht ihr?
- Für wen?
- Wo?

Wichtige Elemente

- Projektname
- kurze Beschreibung
- Förderhinweis
- Kontaktmöglichkeit

4.2 Visuelles Erscheinungsbild

Professionalität wird stark über Gestaltung wahrgenommen.

Wichtig sind:

- einheitliche Farbpalette
- konsistente Typografie
- klare Bildsprache

- wiedererkennbare Gestaltung

Vermeiden

- chaotische Gestaltung
- zu viele Schriftarten
- unscharfe Bilder
- überladene Grafiken

4.3 Content-Qualität

Ein guter Beitrag beantwortet immer:

- Was wurde gemacht?
- Warum ist das relevant?
- Wer war beteiligt?
- Was folgt als nächstes?

5. Rechtliche Grundlagen

5.1 Urheberrecht

Geschützt sind u. a.: Fotos, Videos, Musik, Grafiken, Texte

Erlaubt ist nur:

- eigenes Material
- Inhalte mit Nutzungserlaubnis
- lizenzierte Bilder

5.2 Recht am eigenen Bild

Fotos oder Videos von Personen dürfen **nur mit Einwilligung** veröffentlicht werden.

Besonders wichtig:

- Zustimmung der Sorgeberechtigten bei Minderjährigen
- transparente Information über Nutzung
- Möglichkeit zum Widerruf

5.3 Datenschutz

Nicht veröffentlichen:

- Telefonnummern

- Adressen
- Teilnehmerlisten
- private Nachrichten
- sensible persönliche Daten

5.4 Impressumspflicht

Sobald ein Social-Media-Account **nicht rein privat** ist, besteht Impressumspflicht.

Das betrifft:

- Vereine
- Initiativen
- Förderprojekte
- Organisationen

6. Kommunikation & Community-Management

Ein professioneller Account:

- reagiert auf Kommentare
- beantwortet Fragen
- moderiert Diskussionen
- bleibt sachlich bei Kritik

Grundregeln

- respektvoll
- ruhig
- lösungsorientiert
- keine Ironie bei Konflikten

7. Strategische Planung

Typische Ziele

- Projekt sichtbar machen
- Teilnehmende gewinnen
- Fördertransparenz zeigen
- Veranstaltungen bewerben

Empfehlung für Jugendprojekte

Pro Monat:

- 1 Projekt-Update
- 1 Einblick hinter die Kulissen
- 1 Community- oder Dankespost
- Stories bei Veranstaltungen

8. Nutzung von KI für Social Media

KI kann helfen bei:

- Textformulierung
- Redaktionsplanung

KI ersetzt **nicht**:

- echte Projekterfahrungen
- Authentizität
- Verantwortung für Inhalte

Wichtig:

- keine personenbezogenen Daten eingeben
- Inhalte immer prüfen

9. Typische Fehler bei Projektaccounts

Häufige Probleme:

- fehlender Förderhinweis
- Gruppenfoto ohne Einwilligung
- Screenshots aus Chats posten
- emotionale Diskussionen im Kommentarbereich
- unregelmäßiges Posten
- Trends ohne Bezug zum Projekt

10. Checkliste für seriöses Social Media

Prüft regelmäßig:

1. Ist sofort klar, wer ihr seid und was ihr macht?

2. Ist die Förderung transparent sichtbar?
3. Wirkt das Profil visuell konsistent?
4. Sind eure Bilder hochwertig?
5. Sind Texte klar und verständlich?
6. Sind Bildrechte und Datenschutz geklärt?
7. Reagiert ihr respektvoll auf Kommentare?
8. Gibt es klare Zuständigkeiten im Team?
9. Postet ihr regelmäßig statt impulsiv?
10. Denkt ihr bei jedem Post an eure Repräsentationsrolle?

Der optimale NextGenE-Post

Social Media als Projektdokumentation

Bei geförderten Projekten ist ein Social-Media-Post mehr als nur Öffentlichkeitsarbeit. Er ist auch **öffentliche Projektdokumentation** und zeigt transparent, wie Fördermittel eingesetzt werden.

1. Klare Darstellung der Maßnahme

Der Beitrag zeigt konkret:

- welche Veranstaltung oder Aktivität stattgefunden hat
- wann sie stattgefunden hat
- wie viele Personen beteiligt waren

2. Projektbezug deutlich machen

Der Beitrag sollte erklären, **in welchem Projektkontext die Aktivität steht.**

3. Förderung transparent nennen

Die Förderung muss klar erkennbar sein.

Zum Beispiel:

- im Text
- über Hashtags
- durch Förderlogos im Bild

4. Reale Projektsituation zeigen

Die Bilder sollten:

- echte Projektsituationen zeigen
- Umsetzung oder Ergebnis dokumentieren
- Beteiligte (mit Einwilligung) zeigen.

Nicht geeignet sind:

- reine Symbolbilder
- KI-Bilder
- generische Stockfotos.

5. Ergebnis oder Wirkung zeigen

Ein guter Post macht sichtbar:

- was erreicht wurde
- welche Fortschritte es gibt
- was als nächstes passiert

Hashtags

#silberneserzgebirge

#NextGenE

#neulandgewinner

#Sachsen

Fazit

Seriöses Social Media bedeutet nicht Perfektion –
sondern **Bewusstsein für Wirkung und Verantwortung**.

Jeder Beitrag ist Teil der öffentlichen Projektdokumentation und prägt:

- die Glaubwürdigkeit des Projekts
- das Vertrauen in die Förderstruktur
- die Wahrnehmung von jungem Engagement in der Region

Professionelle Kommunikation entsteht durch:

Planung · Transparenz · Verantwortung