



SOCIAL MEDIA & JUGENDHILFE

Nicola Orf & Romina Uhrlau

07.02.2024



ANSPRECHPARTNERINNEN

Romina Uhrlau

Social Media & Content Marketing Spezialistin

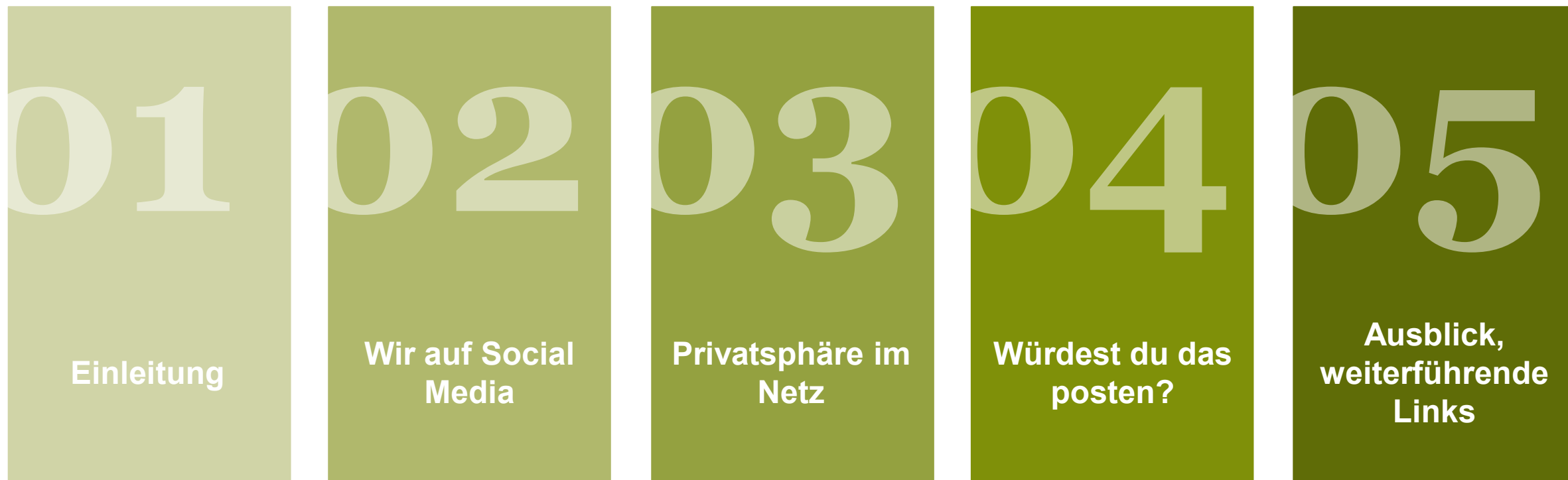


Nicola Orf

Online Marketing- & Social Media Managerin



SOCIAL MEDIA & JUGENDHILFE



01

Einleitung



EINLEITUNG

Was ist Social Media und wozu ist das gut?



Community

Social Media bildet Gemeinschaft (Community), vertritt Interessen, macht Spaß, bildet dich und verkauft



Algorithmus

So eine Bubble kann manchmal sehr einseitig eine Meinung beleuchten und deshalb sollte niemals kritisches Hinterfragen der Inhalte und der eigenen Meinung ausbleiben



Influencer*innen

Influencer*innen, Meinungsblogger*innen, Unternehmen und Privatpersonen – wo liegen die Gemeinsamkeiten und wo die Unterschiede in der Nutzung?



Stiftung

Auch als Unternehmen ist es wichtig, auf Sozialen Netzwerken vertreten zu sein

COMMUNITY

Eine Social-Media-Community ist eine Gruppe von Menschen, die sich online auf einer bestimmten Social-Media-Plattform versammelt, um gemeinsame Interessen, Ziele oder Aktivitäten zu teilen und zu verfolgen. Diese Gemeinschaften ermöglichen es den Mitgliedern, miteinander zu interagieren, Inhalte auszutauschen, sich gegenseitig zu unterstützen und sich über relevante Themen auszutauschen.

- virtueller Treffpunkt, an dem Menschen mit ähnlichen Interessen, Hobbys oder Zielen zusammenkommen, Beispiel: Fitness, Outdoor Camping, Gaming, Haustiere,...
- Ideen austauschen, sich gegenseitig unterstützen, neue Dinge lernen und sich unterhalten, Beispiel: DIY Projekte, Sprachen, Reisetipps
- Informationsquelle für verschiedene Themen, Beispiel: Aktuelle Nachrichten, Ernährung, Jobssuche, Wissenschaft, Technologie, Kunst,...
- Produkte oder Dienstleistungen entdecken, Beispiele: Mode, Kosmetik, Kochrezepte, neuste Technologien

Beispiele für Social Media Communities:

- LGBTQ+
- Gehörlosenkultur



ALGORITHMUS

Der Begriff Algorithmus beschreibt komplexe Rechengänge, die dafür sorgen, dass Suchmaschinen und Social Media-Plattformen Inhalte sinnvoll sortieren.

- Komplexes System, das Inhalte auf Plattformen wie Instagram, Facebook und TikTok organisiert und präsentiert
- Analysiert das Verhalten der Benutzer und Benutzerinnen, um persönliche Inhalte anzuzeigen, die ihren Interessen und Vorlieben entsprechen
- Gestaltet jeden Feed relevant für den individuellen Benutzer, indem er die wahrscheinlich interessantesten Beiträge priorisiert und so die Benutzererfahrung verbessert
- Will dafür sorgen, dass der Benutzer möglichst lange auf den Plattformen bleibt



INFLUENCER*INNEN

Influencer und Influencerinnen auf Social Media sind Personen, die eine große Anhängerschaft auf Plattformen wie Instagram, YouTube oder TikTok haben und Einfluss auf ihre Follower:innen ausüben können. Sie teilen regelmäßig Inhalte zu verschiedenen Themen wie Lifestyle, Mode, Schönheit, Reisen oder Fitness und können Produkte oder Dienstleistungen bewerben. Diese Influencer:innen nutzen ihre Plattform, um Empfehlungen auszusprechen, Trends zu setzen und ihre Meinungen zu teilen, was für ihre Anhänger:innen eine Orientierungshilfe und Inspirationsquelle sein kann.

Pros:

- Großes Sprachrohr für Minderheiten indem sie ihre Reichweiten nutzen
- Aufklärungsarbeit über verschiedene Themen
- Können ihre Follower:innen dazu inspirieren, ihre Ziele zu verfolgen, neue Interessen zu entdecken und ihr Leben auf positive Weise zu verändern
- Können wertvolle Informationen, Tipps und Ratschläge zu verschiedenen Themenbereichen bieten

Cons:

- Können unehrlichen Werbung oder des Sponsorings, bei dem Influencer:innen Produkte oder Dienstleistungen bewerben, ohne ihre echten Meinungen oder Erfahrungen damit zu teilen
- Können negative Auswirkungen (Selbstzweifel und sozialen Druck) auf das Selbstbild und das Selbstwertgefühl ihrer Anhänger:innen, insbesondere bei jüngeren Zielgruppen haben
- Können gefährliche oder ungesunde Verhaltensweisen fördern, indem sie riskante Trends oder Produkte bewerben, die nicht den Sicherheitsstandards entsprechen oder sogar schädlich sein können (Beispiel: Diäten, Fitness, Schönheit oder Lifestyle)
- Vermitteln ein unrealistisches Bild vom (Arbeits-)Alltag, immer mehr junge Leute wollen Influencer*innen werden



INFLUENCER*INNEN, MEINUNGSBLOGGER*INNEN, UNTERNEHMEN UND PRIVATPERSONEN

Influencer*innen, Meinungsblogger*innen, Unternehmen und Privatpersonen nutzen Social Media auf unterschiedliche Weise, weisen aber auch einige Gemeinsamkeiten auf.

Gemeinsamkeiten:

- **Präsenz auf Social Media:** Alle diese Gruppen nutzen Social-Media-Plattformen wie Instagram, YouTube, Facebook oder TikTok, um Inhalte zu teilen, sich mit anderen zu vernetzen und ihre Botschaften zu verbreiten.
- **Content-Erstellung und -teilung:** Sie alle produzieren und teilen regelmäßig Inhalte, sei es in Form von Fotos, Videos, Texten oder anderen Formaten. Dabei geht es darum, Aufmerksamkeit zu erregen, Interaktionen zu fördern und ihre Zielgruppe zu erreichen.
- **Interaktion mit der Community:** Sowohl Influencer*innen, Meinungsblogger*innen, Unternehmen als auch Privatpersonen interagieren mit ihrer Community, sei es durch das Beantworten von Kommentaren, das Liken und Teilen von Beiträgen oder das Durchführen von Umfragen und Q&A-Sessions.

Unterschiede:

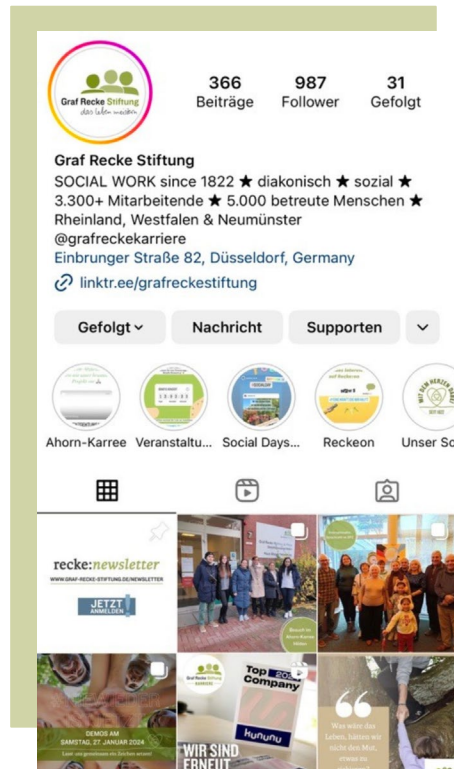
- **Ziel und Zweck:** Influencer*innen und Meinungsblogger*innen streben oft danach, ihre Meinungen und Erfahrungen zu teilen und eine treue Anhängerschaft aufzubauen. Unternehmen hingegen nutzen Social Media oft für Marketing- und Werbezwecke, um Produkte oder Dienstleistungen zu bewerben und den Umsatz zu steigern. Privatpersonen nutzen Social Media in der Regel für persönliche Kommunikation und den Austausch mit Freunden und Familie.
- **Inhalte und Stil:** Influencer*innen und Meinungsblogger*innen legen oft Wert auf Authentizität, Persönlichkeit und kreative Gestaltung, um ihre Anhängerschaft zu engagieren. Unternehmen konzentrieren sich hingegen häufig auf professionelle und markenkonforme Inhalte, die ihre Produkte oder Dienstleistungen in einem positiven Licht präsentieren. Privatpersonen teilen meist persönliche Erfahrungen, Fotos aus ihrem Alltag oder Neuigkeiten aus ihrem Leben.
- **Monetarisierung und Geschäftsmodelle:** Während Influencer*innen und Meinungsblogger*innen oft durch Partnerschaften, Sponsoring-Deals und Werbung auf Social Media Geld verdienen, nutzen Unternehmen Social Media oft als Verkaufsplattform und zur Kundenakquise. Privatpersonen haben in der Regel keine kommerziellen Absichten und nutzen Social Media eher aus persönlichen Gründen.

02

Wir auf Social Media

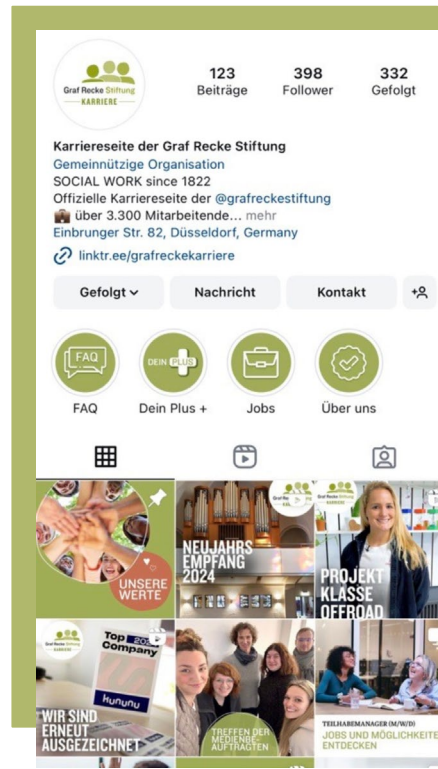


WIR AUF SOCIAL MEDIA



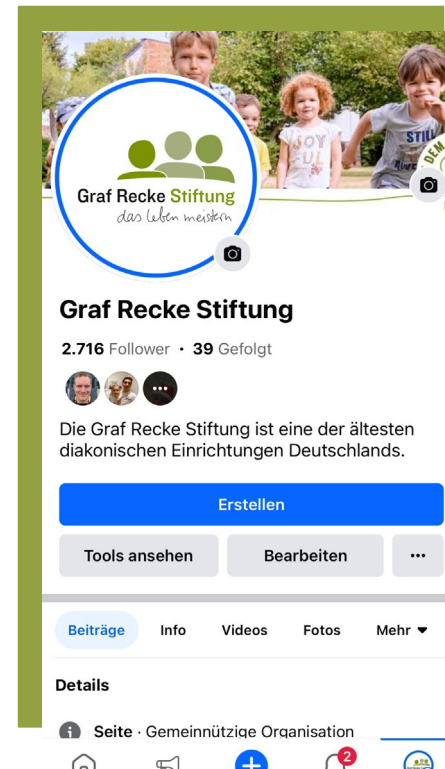
Instagram
@grafreckestiftung

990 Follower



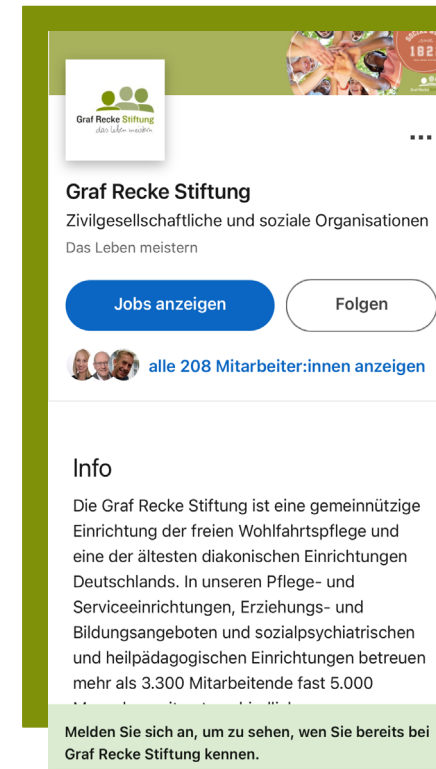
Instagram
@grafreckekarriere

398 Follower



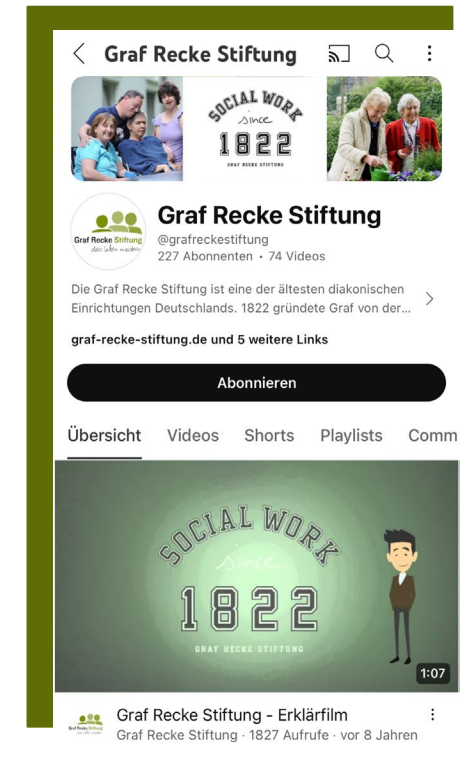
Facebook

2.716 Follower



LinkedIn

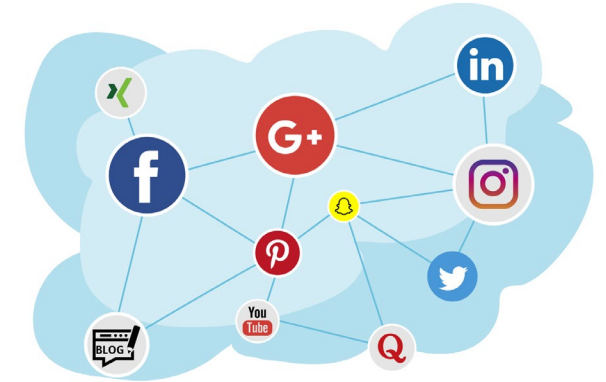
778 Follower



YouTube

227 Abonnenten

WARUM SIND WIR AUF SOCIAL MEDIA?



Die Öffentlichkeit über das Angebot und die Leistungen der Stiftung informieren

Die Stiftung nutzt ihre Präsenz auf Social-Media-Plattformen, um Informationen über ihre Dienstleistungen und Angebote einem breiten Publikum zugänglich zu machen. Durch gezielte Beiträge und Interaktionen schaffen wir Transparenz und möchten interessierte Personen über ihre Aktivitäten auf dem Laufenden halten.

Die Stiftung als attraktiven Arbeitgeber positionieren

Wir möchten uns als attraktiven Arbeitgeber positionieren, indem wir gezielte Maßnahmen ergreift, um potenzielle Mitarbeitende anzusprechen und zu überzeugen. Dazu können beispielsweise die Kommunikation von Mitarbeitendebenefits, Entwicklungsmöglichkeiten und ein positives Arbeitsumfeld gehören, um das Interesse an einer Mitarbeit zu steigern und talentierte Fachkräfte anzuziehen. Wir nutzen hierfür explizit unseren Social Media-Karriere Kanal, um die Wichtigkeit der Mitarbeitenden-Themen zu verdeutlichen.

Die Stiftung als Experten für spezielle Themen positionieren

Die Stiftung strebt danach, sich als führende Autorität auf spezifischen Themengebieten zu etablieren, indem sie ihre Fachkenntnisse und Erfahrungen in diesen Bereichen hervorhebt und teilt. Dies kann durch die Bereitstellung hochwertiger Inhalte, die Teilnahme an relevanten Veranstaltungen und die Zusammenarbeit mit anderen Experten und Expertinnen geschehen, um ihre Glaubwürdigkeit und ihren Einfluss in diesen speziellen Themenbereichen zu stärken.

Gespür für Stimmungen und mögliche Krisen bekommen

Das bedeutet, die Fähigkeit zu entwickeln, subtile Anzeichen und Signale zu erkennen, die auf sich verändernde Emotionen oder aufkommende Probleme hinweisen könnten. Dies umfasst die Sensibilität für zwischenmenschliche Dynamiken und externe Einflüsse, um frühzeitig auf potenzielle Herausforderungen reagieren zu können und präventive Maßnahmen zu ergreifen, um mögliche Krisen zu vermeiden oder zu bewältigen.

03

Privatsphäre im Netz



PRIVATSPHÄRE IM NETZ

Würdest du das posten?

01

Blick hinter die Kulissen –
was passiert mit Bildern, die
wir online stellen?

02

Unsere Rechte – Das Recht
am eigenen Bild

03

Ein Netz für Kinder und
Jugendliche –
Medienkompetenz in der
Jugendhilfe

BILDER IM NETZ

Was passiert mit unseren Bildern?





Poste ich ein Bild öffentlich auf Social Media, ist es für jeden Nutzer*in abrufbar, im Zweifel sogar herunterladbar.

Dies führt in einigen Fällen zu Missbrauch. Gerade Bilder, die Kinder und Jugendliche abbilden geraten oftmals auf Pädokriminellen Netzwerken und werden mit obszönen Kommentaren versehen.



RECHT AM EIGENEN BILD



Gesetz betreffend das Urheberrecht an Werken der bildenden Künste und der Photographie § 22

Bildnisse dürfen nur mit Einwilligung des Abgebildeten verbreitet oder öffentlich zur Schau gestellt werden. Die Einwilligung gilt im Zweifel als erteilt, wenn der Abgebildete dafür, dass er sich abbilden ließ, eine Entlohnung erhielt. Nach dem Tode des Abgebildeten bedarf es bis zum Ablaufe von 10 Jahren der Einwilligung der Angehörigen des Abgebildeten. Angehörige im Sinne dieses Gesetzes sind der überlebende Ehegatte oder Lebenspartner und die Kinder des Abgebildeten und, wenn weder ein Ehegatte oder Lebenspartner noch Kinder vorhanden sind, die Eltern des Abgebildeten.

WÜRDEST DU DAS POSTEN?

Unsere Verantwortung



Wo ist jetzt das Problem?

Veröffentlicht jemand ungefragt ein Bild von uns im Netz, fühlen wir uns in unseren Persönlichkeitsrechten verletzt. Doch genau wie Erwachsene haben Kinder ein Recht auf Privatsphäre. Vielen Kindern wird leider die Entscheidung abgenommen, ob und vor allem wie sie im Netz dargestellt werden.

WAS MEINT IHR?



04

Würdest du
das posten?



Interaktive Abstimmung mit Umfragen und Beispielen von Kinderfotos auf Social Media mit offener Diskussion (in der Präsentation nicht abbildbar)

05

Ausblick:
weiterführende
Links



EIN NETZ FÜR KINDER

Medienkompetenz in der Jugendhilfe

Aufklärung

Sensibilisierung

Partizipation



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend



2019/20

Familie · digital · stark
Kinderrechte im Netz

Infos und Tipps für Eltern und pädagogische Fachkräfte zur Medienerziehung

WEITERFÜHRENDE LINKS

[BMFSFJ - Familie - digital - stark - Kinderrechte im Netz](#)

[klicksafegermany – YouTube](#) –
Onlinekompetenz von Menschen
fördern

[Social Media | jugendschutz.net](#) –
Kompetenzzentrum von Bund und
Ländern für den Schutz von Kindern
und Jugendlichen im Internet.

[www.kinderrechte.digital](#) –
Kinderschutz und Kinderrechte in der
digitalen Welt

[Internet-ABC für Lehrkräfte | Internet-ABC](#) - für Kinder, Lehrkräfte und
Eltern

[Soziale Netzwerke: Sicherheit für Kinder – SCHAU HIN! \(schau-hin.info\)](#)

[Materialien für mehr Sicherheit im Netz \(klicksafe.de\)](#) – für die
pädagogische Praxis

**DANK FÜR DIE
AUFMERKSAMKEIT!**

Mit dem  dabei.

Nicht nur auf dem Papier, auch online.



 [linkedin.com/company/GrafReckeStiftung](https://www.linkedin.com/company/GrafReckeStiftung)

 [@GrafReckeStiftung](https://www.instagram.com/GrafReckeStiftung) | [@GrafReckeKarriere](https://www.instagram.com/GrafReckeKarriere)

 [facebook.de/GrafReckeStiftung](https://www.facebook.de/GrafReckeStiftung) | [facebook.de/GrafReckeKarriere](https://www.facebook.de/GrafReckeKarriere)


Graf Recke Stiftung
das Leben meistern