



Social media campaign
"Vielfalt vor der Haustür"



Erasmus+

INHALT

Zielgruppen

Lernziel des Tools

Lerninhalte

Technische Beschreibung → Handlungsschritte

1. Schritt: Ein Konzept entwerfen
2. Schritt: Recherche und Textvorbereitung
3. Schritt: Veröffentlichen des Textes auf fb, insta, twitter, etc.

Impressum



Zielgruppen



Generell: global2000 Follower auf Facebook (46.000) und Instagram (7.100)

Die Ermöglichung von sozialen Interaktionen und Kooperationen in sozialen Netzwerken gewinnt an Bedeutung und verwandelt Medienmonologe (einer zu vielen) in Social-Media-Dialoge (viele zu vielen). Die Nutzer werden von Konsumenten zu Produzenten und beziehen sich durch Kommentare, Bewertungen und Empfehlungen aktiv auf die Inhalte und bauen so eine soziale Beziehung zueinander auf.

Das Tool richtet sich insbesondere an Gärtner:innen und Bewohner:innen von Häusern mit Garten, aber auch an Menschen, die bei Spaziergängen in der Natur

Wildkräuter entdecken und etwas über diese nützlichen Pflanzen lernen wollen.

Lernziel des tools



Wildkräuter sind ein wesentlicher Beitrag zur Artenvielfalt in den Gärten. Wildkräuter entdecken, erkennen, erleben und genießen - das sind die Inhalte dieses Werkzeugs.

Viel Wissen über diese wertvollen Pflanzen ist in den letzten Jahrzehnten verloren gegangen, die Menschen haben oft keine Ahnung, welche Naturschätze am Wegesrand, im Wald oder sogar im eigenen Garten wachsen und welchen Beitrag sie zur Biodiversität leisten.

Lernziel des Tools ist es, Wissen über Wildkräuter zu vermitteln und auf die vielfältigen Verwendungsmöglichkeiten hinzuweisen.



Lerninhalte



Mit der Social-Media-Kampagne soll es nicht nur möglich sein, Wissen zu vermitteln. Die Nutzer:innen werden ermutigt, ihre Tipps, ihre Erfahrungen mit der Facebook-/Instagram-Community zu teilen:

Wildkräuter in der Küche

Als Snack für unterwegs oder für die nächste Mahlzeit zu Hause: Die Welt der Wildkräuter bietet viele Formen, Aromen, Farben und steckt voller wertvoller Inhaltsstoffe, wie Vitamine, Spurenelemente, Antioxidantien.

Altes Wissen über Wildkräuter wiederentdecken und bewahren

Das Bestimmen und Sammeln von Wildkräutern ist kein moderner Trend, seit Jahrtausenden begleiten Wildpflanzen den Menschen in der Ernährung und Medizin. Dieses uralte Wissen ist etwas Besonderes, das Erlernen und Weitergeben dieses Wissens trägt zur Erhaltung eines alten Kulturgutes bei.

Was bei Wildkräutern zu beachten ist

Naturschutz ist sehr wichtig und eng mit dem Sammeln von Kräutern verbunden, denn Wildpflanzen sind für unsere Artenvielfalt von großer Bedeutung. Eine Wiese voller Wildkräuter ist Heimat und Futterplatz für viele Insekten, Säugetiere und Vögel.



Technische Beschreibung → Handlungsschritte



Jeden Monat gibt es einen

Facebook/Instagram/Twitter-Post zu einem Wildkraut:

- Was ist typisch für sie: wie erkennt man sie, Beschreibung, Besonderheiten
- Standort: wo kann man die Pflanze finden
- Erntemonat: wann kann man welche Teile der Pflanze ernten
- Essbare Teile: was man daraus zubereiten kann, Rezepte
- Spaßfaktor: eine lustige und/oder historische Geschichte
- Einladung an die Nutzer, ihre eigenen Tipps zu posten bzw. ihre Tipps mit der Gemeinschaft zu teilen
- Foto

1. Schritt: Entwerfen Sie ein Konzept

Um einen roten Faden zu haben, sollten Sie sich im Vorfeld ein Konzept überlegen. Je konkreter das Konzept ist, desto genauer wird die Zielgruppe erreicht. Dabei sollten folgende Prämissen berücksichtigt werden:

- Authentizität der Kommunikation: sie muss zur Organisation passen
- Wählen Sie ein Thema, das das ganze Jahr über verwendet werden kann.
- Benennen Sie Pflanzen, die in der Umgebung der Zielgruppe vorkommen.
- Kreativität und Humor, um sich von der Masse abzuheben



2. Schritt: Formales

Ihre Präsenz in den sozialen Medien sollte auf den ersten Blick erkennbar sein. Um dies zu erreichen, ist es wichtig, dass Sie das Erscheinungsbild der Beiträge auf den verschiedenen Plattformen konsistent halten. Verwenden Sie z. B. auf allen Kanälen das gleiche Vorschaubild, passen Sie den Text nur so weit an, wie es die jeweilige Plattform erfordert (Textlänge usw.) und verwenden Sie Ihre Markenschriftarten und -farben.

Social Media schläft nie und macht keinen Urlaub. Stellen Sie also sicher, dass Sie Ihre Kanäle auch regelmäßig mit neuen, interessanten Inhalten füllen, damit Ihre Marke nicht einmal für eine Woche aus dem Gedächtnis Ihrer Nutzer verschwindet.

Planen Sie Ihre Beiträge am besten einige Wochen im Voraus und nutzen Sie Planungstools und -funktionen, um regelmäßig und ohne Unterbrechung zu posten.

Es ist auch wichtig, zur richtigen Tageszeit zu posten. Ein Beitrag, der mitten in der Nacht geteilt wird, findet in der Regel weit weniger Beachtung als ein Beitrag, der zwischen 6 und 8 Uhr morgens online geht.

3. Schritt: Nachverfolgung und Berichterstattung

Vergessen Sie nicht, laufende und abgeschlossene Kampagnen zu überwachen. Was funktioniert, was nicht? Welche Stellschrauben haben welche Wirkung? So lernen Sie für die nächste Kampagne.



Impressum

Das Projekt Inspiring for Biodiversity (Inspiring4Biodiversity) wurde mit Unterstützung der Europäischen Kommission finanziert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung trägt allein der Verfasser; die Kommission haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben.



Project code: 2019-1-DE02-KA204-006510

Herausgeber:

GLOBAL 2000 - Friends of the Earth Austria

Neustiftgasse 36 / A-1070 Wien/ Austria

<https://www.global2000.at/>

Partnerorganisationen:

MITTETULUNDUSUHING PEIPSI KOOSTOO KESKUS (Estonia)

Ekopolis Foundation (Slovakia)

Global Nature Fund (Deutschland)

Stowarzyszenie Ekologiczne "Etna" (Poland)

Balaton Integrációs és Fejlesztési Ügynökség Közhasznú Nonprofit Kft. LBDCA (Hungary)

Rechtlicher Hinweis:

Dieses Werk von Inspiring for Biodiversity ist lizenziert unter einer Creative Commons, Namensnennung 4.0 Internationale Lizenz.

