

## Quartiersarbeit - Social Media Strategie

Nutzen Sie dieses Arbeitsblatt, um eine Social Media Strategie für ihr Quartier zu entwickeln. Social Media Aktivitäten sollten immer in übergeordnete Zielstellungen eingebettet sein und müssen für eine erfolgreiche Umsetzung sorgfältig geplant werden.

### 1a) Sozialraumbeschreibung

Beschreiben Sie den Sozialraum, in dem Sie soziale Medien zur Quartiersarbeit einsetzen wollen (Raum, Bewohner, Angebote, Akteure etc.).

### 1b) Übergeordnetes Konzept der Quartiersarbeit

Beschreiben Sie die Konzeption des übergeordneten Quartiersprojektes, für die Sie die Social Media Strategie entwickeln. Wer ist Initiator / Träger der Quartiersprojekts? Welches sind Adressaten der Quartiersarbeit? Was sind die allgemeinen Zielstellungen des Projektes?

## 2. Zielgruppen der Social Media Aktivitäten

Benennen und beschreiben Sie die Zielgruppen, die Sie unter Nutzung von sozialen Medien erreichen wollen. Auch wenn Sie insgesamt alle Bürger im Quartier erreichen wollen, sollten Sie spezifische Gruppen benennen, die für die Ziele ihrer Gemeinwesenarbeit von besonderer Bedeutung sind. Neben direkten Adressaten ihrer Arbeit sollten Sie dabei auch über Ressourcengruppen oder Multiplikatoren nachdenken.

- 1.
- 2.
- 3.

## 3. Ziele der Social Media Aktivitäten

Was wollen Sie mit der Nutzung sozialer Medien oder anderer digitaler Angebote erreichen? Das kann z.B. eine Verhaltensänderung in Ihrer Zielgruppe sein, Zugewinn an Wissen oder Kompetenzen, etc. Typische Ziele können z.B. sein: Informieren, Angebote bekannt machen, positive Verhaltensweisen bestärken, Inanspruchnahme von Angeboten erhöhen, soziale Interaktion fördern, Engagement fördern, Feedback und Ideen einholen, Zusammenarbeit fördern.

- 1.
- 2.
- 3.

Versuchen Sie nun, ihre Ziele entsprechend der SMART-Regel umzuformulieren (Spezifisch, Messbar, akzeptiert, Realistisch, Terminierbar). Formulieren Sie die Ziele auf Ebene ihrer Zielgruppe.

*Beispiel: Bis Ende Mai 2020 sollen 5% der alleinstehenden älteren Menschen im Quartier das Nachbarschaftsportal nutzen und schon einmal auf Grund der Interaktion über diesen Kanal ein Angebot im Quartier (Veranstaltung, Unterstützung, etc.) in Anspruch genommen haben.*

- 1.
- 2.
- 3.

### 3. Integration in übergeordnete Ziele

Auf welche Weise sollen Ihre Online Aktivitäten zu beitragen, übergeordnete Ziele Ihrer Arbeit zu erreichen? Wie könnte das Zusammenspiel zwischen Online- und Offline-Aktivitäten sein?

### 4. Erreichbarkeit und Kommunikationsanforderungen ihrer Zielgruppen

Die Nutzung digitaler Angebote (Nutzungsverhalten, genutzte Medien, Zugangswege, Kompetenzen, etc.) variiert sehr stark. Versuchen Sie, die Kommunikationsbedarfe ihrer Zielgruppen soweit möglich zu beschreiben. Welche Online-Dienste nutzen Sie? Wann und wofür? Welche sozialraumbezogenen digitalen Angebote gibt es? Über welche Offline-Aktivitäten könnten Sie zur Nutzung von Online-Angeboten motiviert werden? Welche Unterstützungsangebote könnten eine Rolle spielen?

### 5. Ressourcen

Welche Ressourcen stehen in Ihrer Organisation für die Vorbereitung, Implementierung und Betreuung von Online-Angeboten zur Verfügung? Welche Personen wären dafür verantwortlich, wie viele Stunden pro Woche könnten Sie dafür einbringen? Welche Aufgaben könnten Netzwerkpartner und Multiplikatoren übernehmen? Wie können Engagierte einen Beitrag leisten?

## 6. Identifikation von Social Media Tools

Welche Social Media Werkzeuge passen zu Ihren Zielen, den Kommunikationsanforderungen ihrer Zielgruppen und ihren Ressourcen? Bewerten Sie dazu folgende möglichen Kanäle:

- Allgemeine soziale Medien (z.B. Facebook)
- Einfache Social Media Elemente auf Website der Institution (z.B. Diskussionsforum, Veranstaltungskalender)
- Kommerzielle Nachbarschaftsplattform (z.B. nebenan.de)
- Selbst betriebene Nachbarschaftsplattform

## 7. Planung von Aktivitäten

Sammeln und beschreiben Sie ausgehend von den bisherigen Überlegungen die wichtigsten Aktivitäten, die Sie durchführen wollen/müssen, um ihre Ziele zu erreichen:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.