

# Mobilität für Menschen

**SOCIAL MEDIA – mit einfachen Mitteln  
eine breite Öffentlichkeit erreichen**

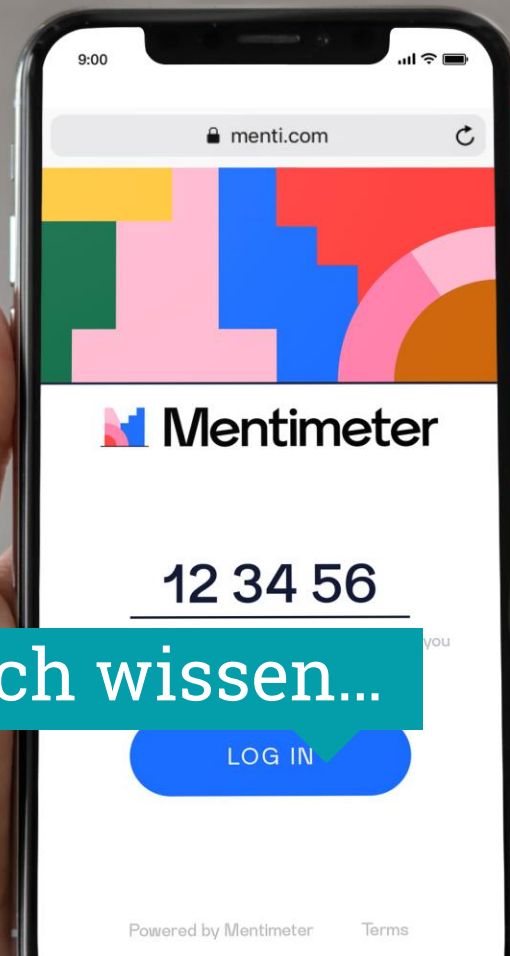
Magdalena Reiner, Vivienne Tobolt

# Agenda

---



1. Menti-Umfrage
2. Warum Social Media
3. Die gängigsten Kanäle
4. Erfolgreich auf Social Media
5. Aus der Praxis
6. Übung und Erfahrungsaustausch

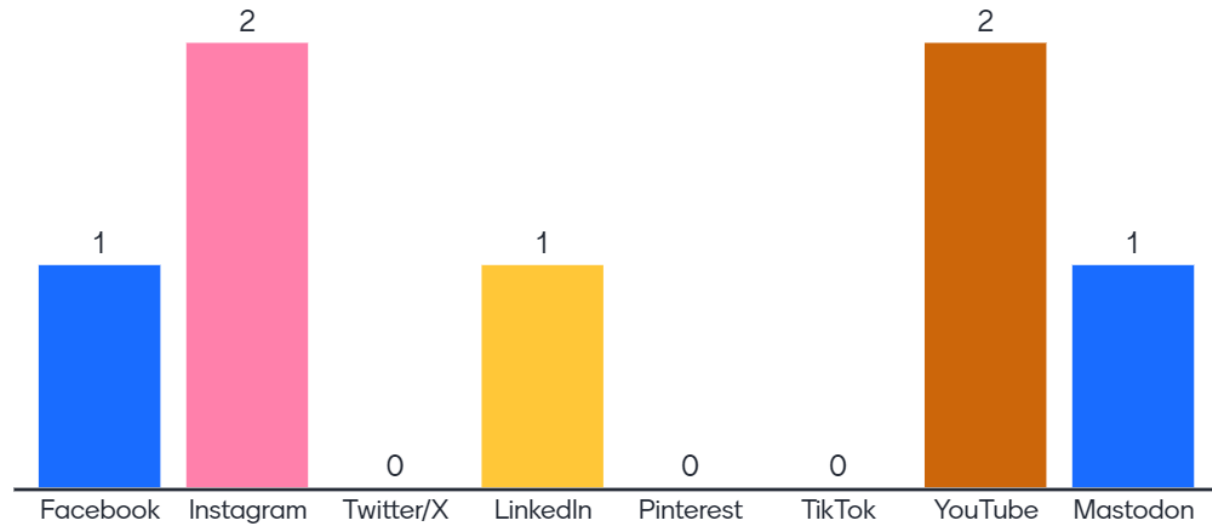


Wir wollen von euch wissen... you

### 3. Welche (Verkehrswende-)Themen sind für euch am spannendsten? 15 responses



## 2. Welche der folgenden Plattformen nutzt du am liebsten?



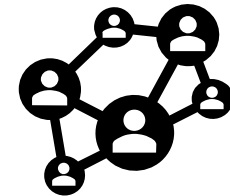
AUDIENCE

Warum Social Media?

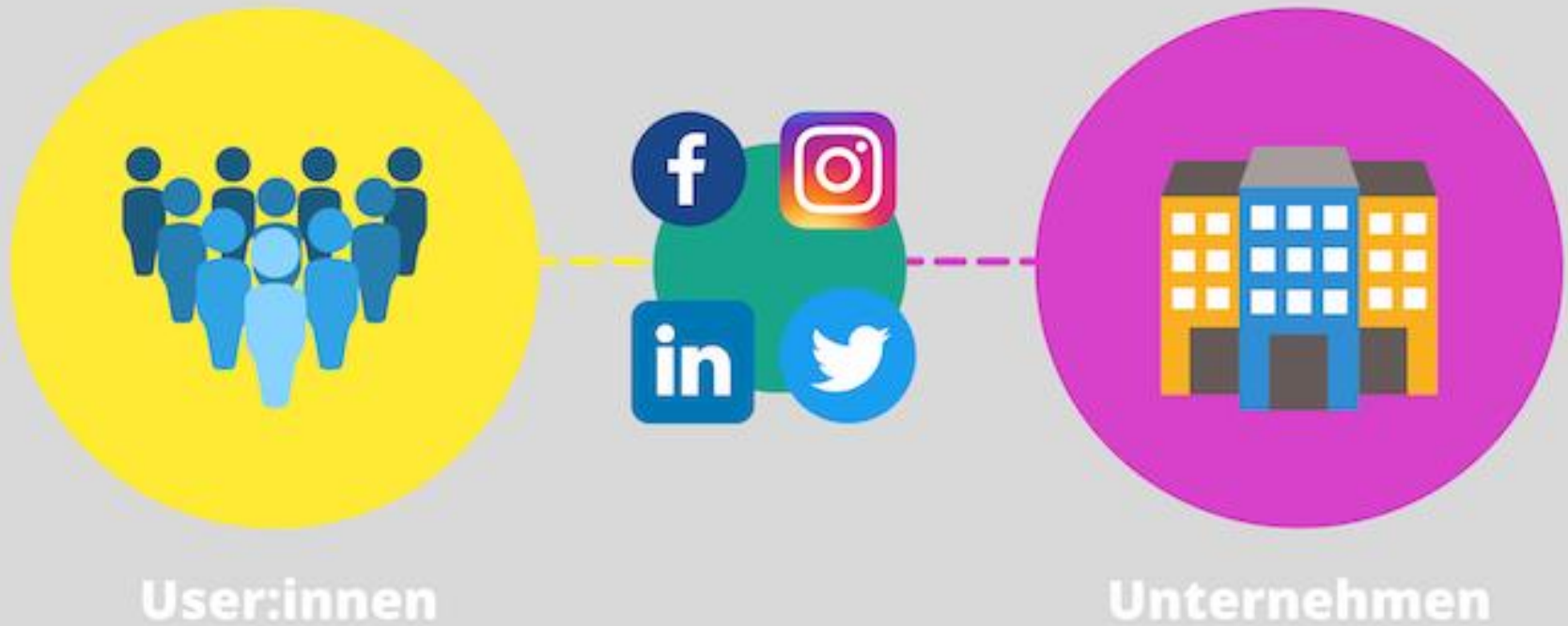
## Wozu nutzen wir Social Media?

---

- Reichweite vergrößern
- Positives Image
- Kontakt mit der Community
- Dialog & Diskussion
- Mitgliedergewinnung & Fundraising



## Touchpoint Social Media



Quelle: omr.com



## Vorteile

---

- Echtzeit-Kommunikation
- Besonders im Bereich Politische Kommunikation: Meinungsmacher und Meinungsführer
- Online-Kommunikation für offline-Events
- Kontakt mit Influencer\*innen
- Kostet erstmal kein Geld



## Aber...

---



- Große Reichweiten über die eigene Bubble hinaus oft nur mit bezahlter **Werbung**
- **Schnellebigkeit**
- Kurze **Aufmerksamkeitsspanne**
  - Kampf um Aufmerksamkeit
- Nachhaltige Mobilität ist kontroverses Thema
  - Trolle und **Hater**
- **Moderation** nimmt viel Zeit in Anspruch



## Die gängigsten Kanäle

## Kanal – Facebook

---

- Zielgruppe eher **männlich, 35-65** Jahre
- Mehrmals wöchentlich posten
- **Das läuft gut:** (positive) Nachrichten, Sharepics, ...
- **Das läuft schlecht:** Service-Posts (Werbung für eigene Arbeit), Videos, zu viele Link-Posts
- [Der VCD Bundesverband bei Facebook](#)



## Kanal – Instagram

---

- Zielgruppe: eher **weiblich**, **18-34** Jahre, aktivistisch
- Mehrmals wöchentlich (gern täglich) posten
- 1-2 Stories pro Woche
- **Das läuft gut:** interaktive Stories, ansprechende (!) Fotos, Videos und Sharepics, Nachrichten, Tipps, Faktenchecks, Reels, kontroverse Themen, Infos über euch, Erfahrungsberichte...
- Hashtags verwenden
- **Das läuft schlecht:** nicht ansprechende Bilder, Service-Posts
- [Der VCD Bundesverband bei Instagram](#)



## Kanal – LinkedIn

---

- Zielgruppe: **Fachpublikum** aus der Mobilitätsbranche, **20-39** Jahre
- Mehrmals wöchentlich posten
- **Das läuft gut:** Info-Sharepics, Nachrichten, Faktenchecks, Stellenausschreibungen, Veranstaltungen
- **Das läuft schlecht:** Veranstaltungen, Wettbewerbe, Verlosungen
- [Der VCD Bundesverband bei LinkedIn](#)



## Kanal – X, ehemals Twitter

---

- Zielgruppe: eher **männlich**, **30-65** Jahre, oft Fachpublikum (Medien)
- Mehrmals wöchentlichen (re-)tweeten
- Hashtags verwenden
- **Das läuft gut:** Aktuelles, Fakten, Hintergrundwissen, ...
- **Das läuft schlecht:** Veranstaltungen, Wettbewerbe, Verlosungen
- [Der VCD Bundesverband bei Twitter](#)



*Wichtige Info: zum Jahresende legen wir unseren Twitter-Account still und fokussieren uns auf Mastodon.*

## Kanal – Mastodon

---

- Zielgruppe: eher **männlich, 25-45** Jahre, netzpolitisch interessiert
- **Das läuft gut:** Aktuelles, Fakten, Hintergrundwissen, ...
- Noch gibt es wenig Content auf der Plattform (Das ist die Chance, aufzufallen!)
- Diskussionsfreudiges Publikum / viele Kommentare
- Kaum Bots, insgesamt positivere und produktivere Grundstimmung im Vergleich zu Twitter
- [Der VCD Bundesverband bei Mastodon](#)





## Kanal – TikTok

---

- Zielgruppe: Gen Z, **weiblich**, **14-19** Jahre (mehr als 50%)
- **Das läuft gut:** Humorvolles, Unterhaltsames, Komfort-Content, Influencer-Kooperationen, Hauls, Tipps, kurze Info-Videos, ...
- prognostizierte tägliche Nutzungsdauer: im Durchschnitt ca. 45,8 Minuten



## Kanal – YouTube

---

- Zielgruppe: **14-29** Jahre (mehr als 70%)
- **Das läuft gut:** Musik & Tanz, Let's-play-Videos (Videospiele), Rezensionen, Unterhaltsames, Tipps ...
- prognostizierte tägliche Nutzungsdauer: im Durchschnitt ca. 49 Minuten





Erfolgreich auf Social Media

## Tipps und Regeln

---

Menschen wollen sich in den Sozialen Medien austauschen. Das heißt für euch: Interaktionen, Fragen, Community-Betreuung dürfen nicht zu kurz kommen.

**Nicht nur posten, um zu posten! Ihr braucht eine Content-Strategie, einen Plan und ausreichend Ressourcen.**

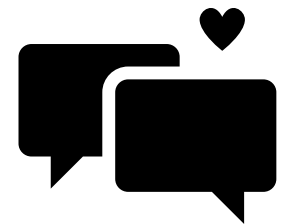
**Tipps:** Selbst ausprobieren, welche Themen und Content-Formate bei eurer Community funktionieren & sich bei anderen inspirieren lassen.



# Community Management

---

- Kommentare liken, beantworten, ggf. löschen
- **Netiquette**
- Anderen Kanälen folgen, Beiträge/ Stories liken, kommentieren, teilen
- Regelmäßig Nachrichten/DMs beantworten
- **Interaktion** fördern, z.B. durch Fragen, interaktive Story-Tools (Umfrage o.ä.)



## Tipps und hilfreiche Fragen

---

- Was würde ich selbst liken oder kommentieren?
- Was wünscht sich meine Zielgruppe?
- Wie machen es die anderen?
- Was ist der Zweck meines Posts?





Aus der Praxis

## Was macht der VCD auf Social Media

---

- **Politische Kommunikation**
  - **Kampagnen-Arbeit**
  - **Aktionen** begleiten
  - **Mitgliederwerbung** & Spendenaufrufe
  - **Community-Management**
- Teilen von eigenen Blogartikeln, Pressemitteilungen und Kommentaren, Bildern und Videos
- Teilen von Inhalten Dritter: Medien, andere Verbände
- Eigene Bild- und Text- bzw. Zitat-Sharepics





# Content: Sharepics

## Lange Wege

Ein Viertel der Auszubildenden braucht länger als 30 Minuten zu ihren Ausbildungsbetrieben.



Quelle: Deutscher Gewerkschaftsbund, Infografik: www.vcd.org

## Wir ziehen Bilanz: Verkehrspolitik der Ampel

Komm zum Fachgespräch!



## #Dienstwagenprivileg

### Einkommensstarke profitieren besonders

Bruttojahresgehalt	Dienstwagenverbreitung
> 80.000 Euro	bis zu 60%
< 30.000 Euro	weniger als 4%

Männer 60%  
Frauen 40%



Quelle: FÖS 2023

## The Arrogance of Space: Wie arrogant ist der Platz in deiner Stadt verteilt?



## Ihr wollt Schulwege sicher machen? Dann meldet euch zum VCD-Workshop an!



Quelle: Statistisches Bundesamt, Infografik: www.vcd.org

## MÄDCHEN SIND SICHERER IM VERKEHR UNTERWEGS ALS JUNGEN

Verletzte und Getötete	Unter 6 Jahre	6 bis 10 Jahre	10 bis 15 Jahre
<b>Jungen (2021)</b>	<b>2 671</b>	<b>3 468</b>	<b>6 956</b>
<b>Mädchen (2021)</b>	<b>2 076</b>	<b>2 424</b>	<b>4 663</b>

Die Gründe für die höhere Unfallgefährdung sind laut Statistischem Bundesamt vor allem die stärkere Verkehrsbeteiligung und die größere Risikobereitschaft von Jungen.



Quelle: Statistisches Bundesamt, Infografik: www.vcd.org

## Letzte Plätze sichern: 5. VCD-Mobilitätsforum online am 24. November



## Mobi-Tipps! Günstige Tickets für die nächste Bahnfahrt



## Content-Ideen

---

- Gute Beispiele aus der Praxis
- Aktuelle Nachrichten (z.B. mit Google Alert)
- Hintergrundinfos
- Lustiges
- Anleitungen / How to's
- Tipps
- Erfahrungsberichte
- Infografiken
- Umfragen



# Erfolgreiche Posts



VCD @VCDeV - 25. Okt. Sponsern

43 % der Eltern fahren ihre Kinder zur Schule, weil sie sich Sorgen um deren Sicherheit machen. Dabei sind es oft #Elterntaxis, die für Gefahr vor den Schulen sorgen. Wäre es nicht bequemer, wenn die Kinder sicher zu Fuß, dem Fahrrad oder dem ÖPNV zur Schule kommen könnten?

### Darum Elterntaxi

Diese Gründe nennen Eltern dafür, ihre Kinder mit dem Auto in die Schule zu fahren (Mehrfachnennungen möglich):

57 %	aus Bequemlichkeit
43 %	aus Sorge um die Sicherheit des Kindes
38 %	um mehrere Wege zu verbinden
26 %	um Zeit zu sparen
23 %	weil die Verkehrssituation auf dem Schulweg unsicher ist
22 %	weil eine ÖPNV-Verbindung fehlt

ALT: ic forsa, VCD Infografik: fahrte.de für vcd.org Layout: weareplayground.com



VCD Bundesverband  
2.856 Follower:innen  
1 Monat · 

Kinder brauchen Freiraum. Dazu gehört auch, eigenständig zur Schule, zu Freunden oder zum Sport zu kommen. Damit ihre Eltern dabei keine Angst haben müssen, fordern wir: StVO-Reform mit #Tempo30 innerorts und sichere Fuß- und Radwege für Groß und Klein!

#vcd #verkehrswende #STVO

## KINDER WERDEN IMMER HÄUFIGER MIT DEM AUTO GEFAHREN

Anteil der Hauptverkehrsmittel am Weg zur Grundschule

43 %	34 %	13 %	10 %
Pkw	zu Fuß	Fahrrad	öffentliche Verkehrsmittel



1976 liefen noch 92 % der Erstklässler\*innen allein zur Schule.

Quelle: MfD 2017 Infografik: fahrte.de für vcd.org Layout: weareplayground.com

- Tempolimit (Tempo 30)
- 49-Euro-Ticket
- Radverkehr (Sicherheit, Platz)
- Flächengerechtigkeit (Aktionen, Infos)

- Kindermobilität (Sicherheit, Platz)
- Good News
- Mobi Tipps
- Komplexe Themen einfach erklärt

# Weniger erfolgreiche Posts



- Service-Posts (Eigenwerbung)
- Veranstaltungsankündigungen

- Spendenaufrufe
- Content mit schlechten Bildern

# Bildsuche

---

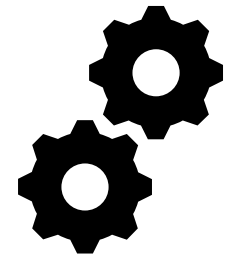
- **Unsplash:** <https://unsplash.com/de>
- **Pixabay:** <https://pixabay.com/de/>
- **QIMBY:** <https://qimby.net/search/images/>
- **Bildgeneratoren** (Künstliche Intelligenz)
- **VCD-Bilddatenbank** (für Mitglieder/Aktive)



## Nützliche Tools

---

- **Canva:** <https://www.canva.com/>
- Affinity
- Figma: <https://www.figma.com>
- **Meta Business Suite**
- **Insights** der verschiedenen Kanäle
- **Redaktionsplan**, z.B. über Asana, Google Docs
- Regelmäßige **Brainstormings**





# Übung: Gelerntes anwenden

## Jetzt seid ihr dran!

---

Erstellt einen **Redaktionsplan** (mit Excel, Word, oder anderem Tabellentool) für Kalenderwoche 49 mit insgesamt zwei Kanälen (z.B. Instagram und Facebook).



*Ihr habt 10 Minuten Zeit.*



## Jetzt seid ihr dran!

---

Erstellt ein **Sharepic** (z.B. mit Unsplash und Canva) zu einem der Themen:

- Anleitung „Einrichtung von Tempo 30“ bewerben: <https://www.strasse-zurueckerobern.de/anleitungen/tempo-30/>
- Aktuelle News zur Verkehrswende/ Mobilität
- Bewerbung eines Umweltfestes für Kinder in Bonn



*Ihr habt 15 Minuten Zeit.*

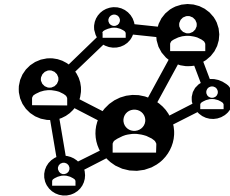


Erfahrungsaustausch

# Erfahrungsaustausch

---

- Welche Erfahrungen habt ihr gemacht?
- Gibt es Herausforderungen?
- Habt ihr Anregungen für uns?



**Wir beantworten gern eure Fragen!**

**Danke**

für eure Aufmerksamkeit