



# Konzeptvorstellung: Präsenzmöglichkeit in sozialen Netzwerken

Kerstin Ochs, *Projektteam Öffentlichkeitsarbeit*  
Dr. Stephanie Morris-Piou, *Koordinationsbüro/IKW*



# Ausgangspunkt: Instagram-Profil „waschtipps“

# Instagram-Profil „waschtipps“



## Erstellung und Betreuung des Profils „waschtipps“

im Rahmen von Studienprojekten des Studiengangs Oecotrophologie der Hochschule  
Fulda (Frühjahr 2020 – Frühjahr 2023)

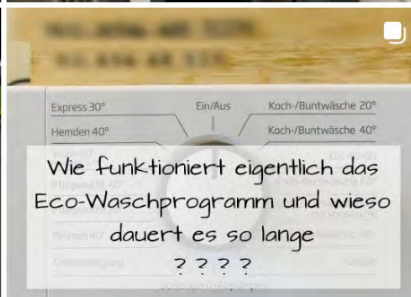
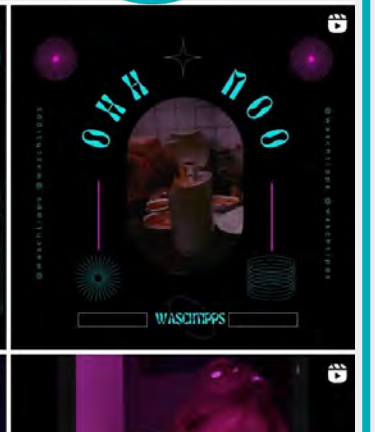
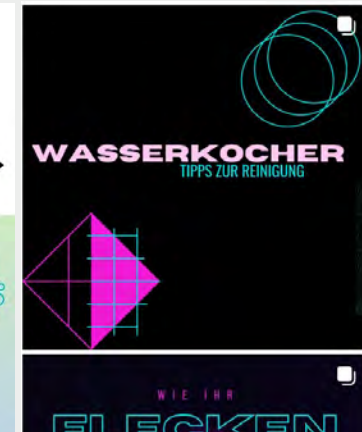
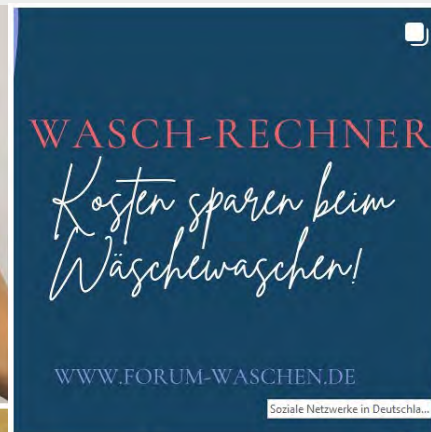
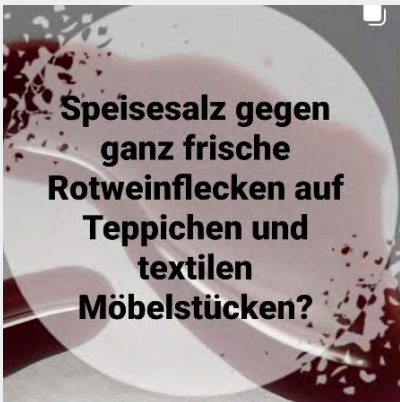
<https://www.instagram.com/waschtipps>

► Instagram-gerechte Aufbereitung (z. B. Video, Bildbeitrag) mancher Inhalte vom  
**FORUM WASCHEN**

► bis **August 2023 1.653 Follower** erreicht und **154 Beiträge** veröffentlicht

**Follower:** Nutzerinnen und Nutzer, die einem Benutzer- oder Unternehmensprofil als Abonnement folgen;  
die Beiträge werden auf der Startseite der Follower angezeigt.

# Eindrücke



1. Studienprojekt 2021/2022

2. Studienprojekt 2022

3. Studienprojekt 2022/2023



Keine weitere Betreuung des Instagram-Profiles durch Studierendenprojekte ab Herbst 2023



# Arbeitsauftrag





## Akteure vom **FORUM WASCHEN**:

Präsenz vom **FORUM WASCHEN** auf sozialen Netzwerken soll weiterhin etabliert werden.

→ Erreichung besonders der Zielgruppe „junge Erwachsene“



**Vorschlag des Projektteams Öffentlichkeitarbeit im **FORUM WASCHEN**:**  
Erarbeitung eines Konzepts zur Präsenzmöglichkeit z. B. bei Instagram



# Analyse: Funktionen und Nutzung sozialer Netzwerke in Deutschland



# Funktion sozialer Netzwerke (I)



**Soziales Netzwerk:** Möglichkeit im Internet, sich untereinander auszutauschen, unabhängig davon, ob die Menschen sich kennen.



## Beispiele für unterschiedliche soziale Netzwerke sind:

- Facebook
- Instagram
- X („Twitter“)
- TikTok
- Pinterest





# Funktion sozialer Netzwerke (II)



- Meinungen äußern und austauschen
- Bilder oder Videos hochladen und ansehen (z. B. vom Urlaub, Haustier...)
- Nachrichten schreiben oder auf Inhalte (z. B. Webseiten mit Rezepten) hinweisen
- Bilder, Videos, Beiträge bewerten und kommentieren



**Kann Spaß machen, aber auch Nachteile haben:**

**„Das Internet vergisst nie.“**

**Administrativer Aufwand**

**Erreichung der Ziele ggf. kaum bis gar nicht messbar**

# Nutzung sozialer Netzwerke in Deutschland

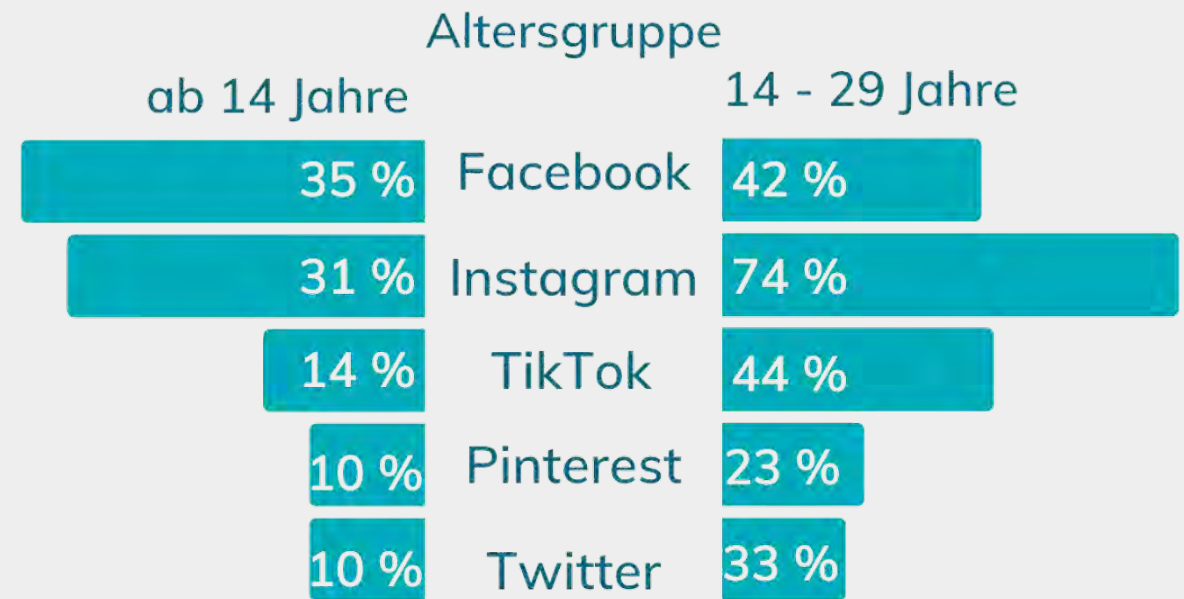


## Soziale Netzwerke sind sehr beliebt:

- Vier von fünf Menschen nutzen täglich das Internet
- Die Hälfte der Befragten ab 14 Jahren nutzen wöchentlich oder häufiger soziale Medien

## Nutzung sozialer Netzwerke im Jahr 2022

mindestens einmal wöchentlich



Quelle: <https://www.ard-zdf-onlinestudie.de/>

# Mögliche soziale Netzwerke





- seit 2004, Meta Platforms (USA)

**Zielgruppe:** (Privat-)Personen, Unternehmen, sonstige Organisationen

**Inhalte:** Texte, Bilder, Videos, eigener Messengerdienst, Live-Videofunktion, Kommentar- und „Gefällt-mir“-Option (u. a. als „Daumen hoch“).

Die Kommentarfunktion kann für einen Beitrag, mehrere oder alle Beiträge deaktiviert werden.

**35 % der Befragten einer ARD/ZDF-Umfrage (2022) nutzen Facebook mindestens einmal wöchentlich.**

**Facebook ist bei den 50–59-Jährigen mit 47 % das beliebteste soziale Netzwerk.**

# Instagram



- seit 2010, Meta Platforms (USA)

**Zielgruppe:** (Privat-)Personen, Unternehmen, sonstige Organisationen

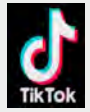
**Inhalte:** Bilder, Videos (max. 60 Minuten), Live-Videofunktion, Kommentar- und „Gefällt-mir“-Option als Herz.

Beiträge können automatisch auf Facebook geteilt werden. Die Kommentarfunktion kann für einen Beitrag, mehrere oder alle Beiträge deaktiviert werden.

**31 % der Befragten einer ARD/ZDF-Umfrage (2022) nutzen Instagram mindestens einmal wöchentlich.**

**Instagram ist bei den 14-29-Jährigen mit 74 % das beliebteste soziale Netzwerk.**





# TikTok



- seit 2016, ByteDance (Volksrepublik China)

**Zielgruppe:** (Privat-)Personen, Unternehmen, sonstige Organisationen

**Inhalte:** Videos, v.a. Kurzvideos (max. 60 Sekunden), Kommentar- und „Gefällt-mir“-Option als Herz.

Die Kommentarfunktion kann für einen Beitrag, mehrere oder alle Beiträge deaktiviert werden.

**14 % der Befragten einer ARD/ZDF-Umfrage (2022) nutzen TikTok mindestens einmal wöchentlich.**

**TikTok ist bei den 14-29-Jährigen mit 44 % das zweitbeliebteste soziale Netzwerk.**



- seit 2010, Pinterest Inc. (USA)

**Zielgruppe:** (Privat-)Personen, Unternehmen, sonstige Organisationen

**Inhalte:** Grafiken, Fotografien als Ratgeber. Kommentarfunktion. Beiträge können geteilt (repinnen) und mit Webseiten verknüpft werden.

Die Kommentarfunktion kann für einen Beitrag, mehrere oder alle Beiträge deaktiviert werden.

**10 % der Befragten einer ARD-/ZDF-Umfrage (2022) nutzen Pinterest mindestens einmal wöchentlich.**

**Pinterest bei den 14-29-Jährigen mit 23 % beliebter als bei den anderen Altersgruppen.**



**Welche Ziele können  
verfolgt werden?**

# Mögliche Zielsetzungen sind (I):



- Ausbau der Ansprache von Jugendlichen ab 14 Jahren und jungen Erwachsenen
- Erhöhung des Bekanntheitsgrads vom **FORUM WASCHEN**
- Erhöhung des Besucheraufkommens auf der **FORUM WASCHEN**-Webseite
- Kontaktstelle für Bloggerinnen und Blogger

# Mögliche Zielsetzungen sind (II):



- ▶ Kontaktstelle für „ratsuchende“ Medien
- ▶ Etablierung vom **FORUM WASCHEN** als Marke („Expertenstatus“)
- ▶ Weitere Ideen...?





# Fazit der Analyse:

## Facebook und Tiktok sind ungeeignet

► **Nutzungsverhalten:**  
v.a. Instagram, Pinterest und TikTok sind für die Zielgruppe („junge Erwachsene“) relevant

► **Facebook und TikTok sind nicht geeignet, da ...**

- zu schnelllebig,
- Fokus der Interaktionen eher auf persönlichen Austausch in Echtzeit und bei TikTok auf Videos

→ **Zu hoher Betreuungsbedarf, der derzeit weder finanziell noch personell geleistet werden kann**

# Fazit der Analyse: Instagram – abhängig von der Zielsetzung



## Instagram ist grundsätzlich geeignet, aber...

- sehr schnelllebiges Netzwerk im Vergleich zu Pinterest,
- die Weiterführung des Profils muss ggf. an die geplante Zielsetzung angepasst werden:
  - z. B. würde die Erhöhung der Reichweiten den Aufbau einer professionellen Infrastruktur bedeuten

# Fazit der Analyse:

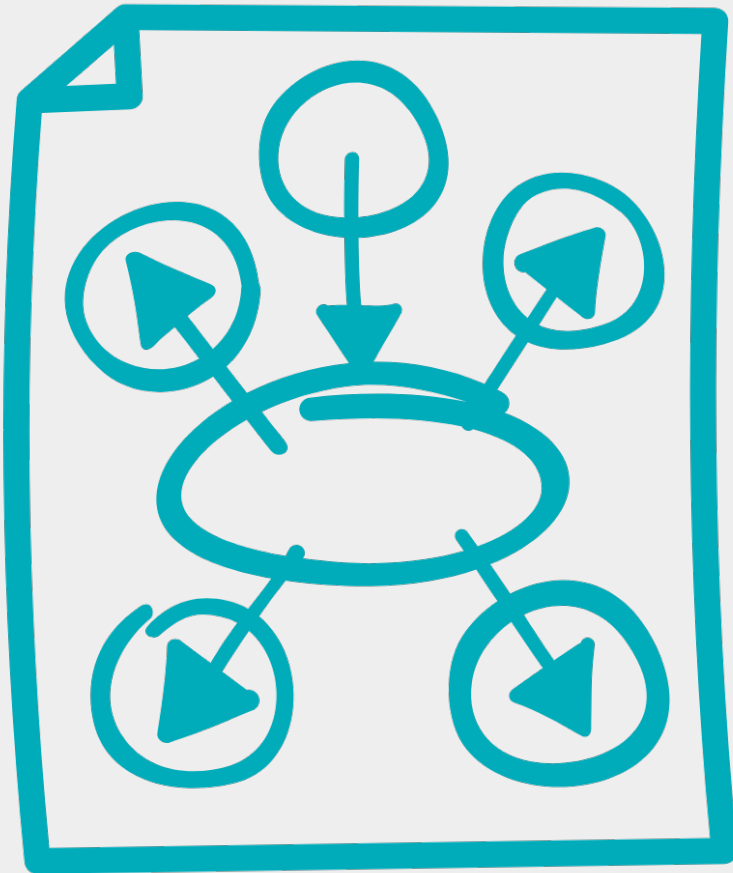
## Pinterest als soziales Netzwerk der Wahl



**Pinterest ist geeignet, da ...**

- weniger schnelllebig als Instagram,
  - virtueller Ratgeber: Mix aus sozialem Netzwerk und visueller Suchmaschine
  - Möglichkeit der Besetzung des Nischenthemas „Nachhaltige Haushaltspflege“
  - Beiträge können mit der Webseite verknüpft werden
- aber: weniger Menschen unter 25 Jahren sind dort aktiv

**→ Pinterest spiegelt Ratgebercharakter vom FORUM WASCHEN und  
Machbarkeit der Betreuungsintensität wider**



# Konzeptvorschlag zur Präsenzmöglichkeit

# Weiterführung Instagram-Profil „waschtipps“



Zielsetzung: Erreichte Nutzerzahl behalten

Erreichung durch:

Betreuung durch **Koordinationsbüro**,  
vorläufig für 1 Jahr

→ **Sofern sich eine ausreichende Zahl  
Akteure zur Unterstützung findet**

(z. B. Bildung einer „Newsgruppe“ bei einem  
Messengerdienst wie WhatsApp, Signal)

Veröffentlichung abgestimmter Inhalte, **FORUM WASCHEN**-Wiedererkennungswert





# Neu: Pinterest-Profil „FORUM WASCHEN“



- ▶ Erstellung und Betreuung vom Profil „FORUM WASCHEN“ durch Koordinationsbüro
- ▶ **Vorläufig für ein Jahr**, in regelmäßigen Abständen Analyse der Zugriffsdaten
- ▶ Circa ein- bis zweimal pro Woche Veröffentlichung eines Beitrags
- ▶ Beiträge: abgestimmte Inhalte aus dem **FORUM WASCHEN**, Berücksichtigung vom Wiedererkennungswert

Was wird  
gemacht?

Wer macht  
was?

Soziale Medien  
als Neuland

Neue  
Projektgruppe?

Wollen wir das  
grundsätzlich?

# Diskussionsanstoß

# Anstoß zur Diskussion:



► Themen (nicht nur) in den sozialen Medien sind schnelllebig, Abstimmungsprozesse zum Teil langwierig:

- Wie können wir künftig bedarfsgerechter auf aktuelle Themen reagieren und diese aufgreifen?
- Welche Möglichkeiten bestehen, Abstimmungszeiträume kürzer zu gestalten?

# Anstoß zur Diskussion:



## ► Was soll mit dem bestehenden Instagramprofil passieren?

- Welche Akteure unterstützen?

Vorschlag: Einrichtung einer „Newsgruppe“ (z. B. WhatsApp, Signal oder einem ähnlichen Messengerdienst), ggf. Subgruppe „Soziale Medien“

## ► Soll ein Pinterest-Profil erstellt werden?

- Welche Akteure unterstützen?

Vorschlag: Einrichtung einer „Newsgruppe“ (z. B. WhatsApp, Signal oder einem ähnlichen Messengerdienst), ggf. Subgruppe „Soziale Medien“

# „Think big“



► Braucht es eine weitergehende Strategie für die Öffentlichkeitsarbeit, um die „Marke“ **FORUM WASCHEN** bekannt zu machen?

Vorschlag: Einführung der Projektgruppe „Marketing“ / „Soziale Medien“ um bedarfsgerechter und gezielter Kommunikation voranzutreiben, Instagram/Pinterest mitzubetreuen

Subgruppe: Projektteam-Öffentlichkeitsarbeit oder Verbraucherkommunikation?



# „Wissensarchiv“ und dann...?



- ▶▶ Soll gezielter Kontakt zu Medien aufgenommen werden? Wenn ja, wie kann dieses realisiert werden?
- ▶▶ Brauchen wir ergänzende Schulungen, um Menschen noch professioneller anzusprechen (z. B. Workshop Rhetorik bei der Multiplikatorentagung)?

# Vielen Dank für die Aufmerksamkeit

