

A36 Öffentlichkeitsarbeit - Social Media

Antragsteller*in: Diözesanleitung

Text

1 **Unsere Ziele:**

2 Auf Instagram und Facebook sind wir gut vertreten. Unregelmäßig nutzen wir auch
3 YouTube, um Videos unkompliziert zu teilen. Um eine jüngere Zielgruppe zu
4 erreichen, erstellen wir mit dem Online-Tool Canva ansprechende Storys und
5 Posts. In Zukunft wollen wir auch verstärkt auf Bewegtbild setzen.

6 **Diese Fakten solltest du kennen:**

- 7 • Die Facebook Seite des KjG Diözesanverbandes Essen hat zurzeit 749
8 „Gefällt mir“-Angaben (Vorjahr: 749), 903 Abonnent*innen (Vorjahr: 841).
- 9 • Unserem Instagram-Account folgen 818 Menschen (Vorjahr: 575)

10 **Positives:**

- 11 • Die Kommunikation via Instagram läuft gut und ist ein niederschwelliges
12 Angebot, um Leute zu informieren.
- 13 • Gute Aufrufzahlen und gutes Feedback
- 14 • Mit Thomas Gies haben wir zeitweise Verstärkung bei den sozialen Medien
15 bekommen.
- 16 • Neue Formate wurden erfolgreich ausprobiert: Insta-Live, Konzert auf
17 Twitch, Umfragen usw.

18 **Negatives:**

- 19 • Facebook weiterhin wenig Interaktion. Allerdings ist Facebook wichtig für
20 Kontakte innerhalb der Jugendverbandsarbeit.

21 **So soll es weitergehen:**

22 Facebook und Instagram sollen uns ebenfalls weiter als nützliches
23 Kommunikationswerkzeug dienen, um KJGler*innen und potenzielle Neumitglieder
24 anzusprechen. Mehr Video-Content und neue, abwechslungsreiche Formate sollen
25 ausprobiert werden.

26 **Dafür stehen ein:**

27 Paul, Lukas