



## **Facebook für ADFC-Gliederungen**

(.. und andere, die Facebook erfolgreich nutzen wollen)

Inhalt:

#### Teil 1: Grundlagen

- Interessen des Vereins vertreten
- Aber wir haben doch schon eine Webseite - Wieso Facebook
- Ziele einer Facebookseite
- Welche Möglichkeiten bietet Facebook
  - Person
  - Seite
  - Gruppe
  - Veranstaltungen

#### Teil 2: Weiterführendes

- Zielgruppe
- Erwartungen
  - Selbstbild und Fremdwahrnehmung
  - Menschen mit Persönlichkeit
  - Bedürfnisse der Zielgruppe
- Der perfekte Beitrag
  - Eyecatcher
  - Einstieg
  - keine falschen Versprechungen
  - Emotionen wecken
  - Call to Action
  - Hashtags
  - Immer Positiv
  - Rechtschreibung
  - .. niemals von Vorwissen ausgehen
  - kurze oder lange Texte?
  - du oder sie?
  - Smileys und Emoticons
  - Rückmeldungen holen
- Und danach?
  - Aktion-Reaktion - Kommunikation auf Augenhöhe
  - Regelmäßigkeit
  - Themen finden
  - Negative Kommentare
  - Beiträge vorbereiten
  - Neue Abonnenten gewinnen
  - Verschiedene Autoren
  - Trends aufgreifen
  - Sich wiederholende Themen
  - Gruppen
  - Veranstaltungen

- Aus dem Internet in die reale Welt
- Weitere Social Media Plattformen

*Bevor wir starten, müssen wir uns über eines grundsätzlich klar sein. Mit unseren Beiträgen im Internet vertreten wir in allererster Linie den ADFC. Wenn also nach einer Meinung gefragt wird, dann müsst ihr die Meinung des Vereins widerspiegeln. Im besten Falle entspricht sie auch eurer eigenen. Dasselbe gilt für alle Beiträge, die Ihr im Namen eurer Gliederung verfasst.*

31 Millionen Deutsche nutzen Facebook derzeit aktiv (September 2017), 23 Millionen davon täglich. Die Tendenz ist steigend. Von deutschlandweit 82 Millionen Einwohnern verwenden 58 Millionen das Internet. Das bedeutet, dass über die Hälfte aller Internetnutzer auch aktiv Facebook verwendet. Das ist eine sehr große Menge an Menschen, die online erreicht werden können. Hinter diesen gewaltigen Zahlen verbergen sich echte Menschen, die vielleicht noch nie etwas vom ADFC gehört haben und denen wir auf diesem Wege ermöglichen können, den Verein kennen zu lernen. Mit etwas Glück treffen unsere Beiträge auf die richtigen Personen, die nun bewegt werden, sich näher mit dem Verein zu beschäftigen und vielleicht sogar aktives Mitglied zu werden.

#### **Aber wir haben doch schon eine Webseite:**

Ja, es ist auch gut und richtig eine Webseite zu haben. Je besser diese gepflegt wird, desto sinnvoller ist sie. Aber es stellt sich nicht die Frage ob das eine oder das andere existieren sollte. Beides ist wichtig und beides erfüllt seinen ganz eigenen Zweck, der sich stark unterscheidet.

#### **Wie stößt ein Internetnutzer auf eine Webseite oder auf eine Facebookseite?**

Eine Webseite wird dann aufgerufen, wenn jemand zum Beispiel den Link hat, weil er eine Visitenkarte erhalten hat und ein Bedarf besteht auf die Seite zu gehen oder ein Internetbeitrag auf die Webseite verlinkt. Eine andere Möglichkeit ist, dass der Nutzer eine Frage hat und über eine Suchmaschine auf die Webseite geleitet wird. Sucht jemand nach einer bestimmten ADFC-Gliederung oder anderen fahrradspezifischen Themen, wird er auf die entsprechenden Webseiten stoßen. Der Nutzer muss also entweder schon über den entsprechenden Link verfügen oder er muss eine Fragestellung mitbringen. Er muss selbst aktiv werden.

Bei Facebook ist das anders. Auf Facebook ist die Suche relativ eingeschränkt. Natürlich kann man auch dort nach einer ADFC Gliederung suchen und wird diese finden, wenn sie eine Facebookseite eingerichtet hat. Aber man wird beispielsweise keine Statements zum Thema Fahrradsicherheit finden. Facebook funktioniert anders. Es ist ein bisschen wie die reale Welt.

*Stell dir vor, du gehst durch die Innenstadt und begegnest einem Bekannten. Der erzählt dir, was ihn gerade bewegt. Vielleicht hat er gelesen, dass es Airbags für Radfahrer gibt und er findet das so beeindruckend, dass er allen Freunden und Bekannten davon erzählen möchte. Du findest das gut, zeigst ihm den Daumen nach oben als in dem Moment ein anderer Bekannter dazu stößt, den du zuvor gar nicht kanntest. Der findet das Thema auch spannend und teilt euch noch seine Meinung dazu mit, so dass ihr euch darüber auszutauschen beginnt. Anschließend geht er zu anderen Bekannten und berichtet ihnen von den Fahrrad-Airbags. Schließlich hältst du Ausschau nach einem Infoladen oder einem Stammtisch, wo du mehr über die Airbags erfahren kannst. Vielleicht sind dort ja Leute, die dir Ihre persönlichen Erfahrungen mitteilen können. Und gleich um die Ecke findest du auch genau das Richtige für dich. Du wirst dort informiert, lernst neue Leute kennen, kannst deine Fragen stellen und anderen von deinen Erfahrungen berichten. Und kaum freust du dich über die*

ganzen neuen Informationen und Eindrücke, da drückt dir auch schon jemand einen Flyer in die Hand und lädt dich zur nächsten Fahrradbörse sein.

Genauso funktioniert Facebook!

Der Nutzer muss gar keine explizite Fragestellung mitbringen. Er stößt mehr oder weniger zufällig auf Themen und kann sich entscheiden, sich damit zu beschäftigen oder auch nicht. Wenn wir eine Facebook Seite betreiben, können wir zumindest ein bisschen steuern, wie hoch die Wahrscheinlichkeit ist, dass wir entdeckt werden und dass die Leute eine Verbindung mit uns eingehen, um regelmäßig von uns zu hören.

Wir haben mit Facebook die Möglichkeit über die Hälfte aller deutschen Internetnutzer zu erreichen und auf uns aufmerksam zu machen. Das ist eine riesige Chance, die wir uns nicht entgehen lassen sollten.

Facebook	Webseite
Beiträge werden spontan entdeckt Kommunikation zu jedem Beitrag Beiträge werden den Abonnenten gezeigt Personen können gezielt eingeladen und angesprochen werden	Muss gezielt aufgerufen werden Kommunikation nur, wenn ein Nutzer die Kontaktdaten nutzt, um eine Frage zu stellen Besucher entdecken neue Beiträge nur zufällig Die Nutzer sind unbekannt.

### Welches Ziel verfolgen wir mit einer eigenen Facebook-Seite?

Facebook ist eine sehr gute Möglichkeit der Öffentlichkeitsarbeit. Durch gut formulierte Beiträge können wir es schaffen, möglichst viele Menschen auf den ADFC aufmerksam zu machen und in direkten Kontakt zu treten. Ein geschickter Beitrag kann unter Umständen Hunderte oder gar Tausende Menschen erreichen und uns ins Bewusstsein der Menschen bringen. Menschen, die vorher noch nie etwas vom ADFC gehört haben, nehmen ihn plötzlich wahr und im besten Falle wollen sie ihn sogar unterstützen.

Es könnten direkte persönliche Kontakte entstehen, Verbindungen zu engagierten Menschen und Vereinen entstehen und es kann auch einfach ein Bewusstsein dafür geschaffen werden, dass es den ADFC überhaupt gibt und für was er steht.

Und nicht zuletzt können wir selbst auch ganz viel von dem mitbekommen, was bei anderen gerade aktuell ist und für unsere Arbeit interessant oder relevant ist.

gezielte Öffentlichkeitsarbeit sich ins Bewusstsein der Leute bringen neue Kontakte herstellen Verbindung zu Menschen, Organisationen, Politik selbst auf dem Laufenden bleiben, was andere bewegt
--

### Welche Möglichkeiten habe ich auf Facebook?

Nun wird es ein bisschen technischer. Aber kein Grund zur Sorge - Facebook bietet unterschiedliche Varianten und orientiert sich dabei, wie eben beschrieben, am realen Leben.

**Person:** Ein persönlicher Account ist zwingend notwendig um andere Bereiche zu verwalten, selbst dann, wenn der persönliche Account nicht aktiv genutzt wird. Als Person ist es möglich, „Freundschaften zu schließen“, Beiträge zu verfassen, Beiträge zu teilen, zu kommentieren oder zu reagieren. Eine Person kann Veranstaltungen, Gruppen oder Seiten erstellen. Sie kann auch direkt Kontakt zu anderen aufnehmen und sich unterhalten.

*Du meldest dich nun also zum ersten Mal bei Facebook an und erstellst deinen persönlichen Account. Als nächstes wirst du vermutlich nach Freunden und Bekannten suchen, von denen du weißt, dass sie auf Facebook sind. Du findest viele Freunde und Bekannte und stellst Ihnen Freundschaftsanfragen, die diese annehmen. Nun erstellst du deinen ersten Beitrag. Dir ist am Morgen ein überaus schönes Foto deiner Katze gelungen. Du schreibst etwas Nettes, lädst das Bild hoch und bestätigst. Alle deine Facebookfreunde bekommen dein Bild mit dem kleinen Text nun angezeigt. Dein Kumpel Michael gehört dazu und drückt den „gefällt mir“ Button. Einige von Michaels Freunden werden nun auch dein Katzenfoto sehen. Wolltest du das? Eigentlich ist dir das Katzenfoto zu privat, deswegen wählst du aus, dass nur deine direkten Freunde das Bild sehen können. Wenn du aber Positives über den ADFC verbreiten möchtest, dann lässt du den Beitrag öffentlich zugänglich, damit jeder ihn sehen und weiter verbreiten kann.*

**Seite:** Seiten wirken deutlich offizieller, weshalb eine ADFC Gliederung in jedem Fall eine Seite einrichten sollte, anstatt als Person zu agieren. Stellt euch mal vor, ihr würdet selbst nach einem Verein suchen. Würdet ihr dann Kontakt zu jemandem aufnehmen, der irgendwie wie dieser Verein heißt, bei dem ihr euch aber gar nicht so sicher sein könnt was genau dieser Mensch mit dem Verein zu tun hat? Oder lieber zum Verein selbst?

Seiten haben außerdem den Vorteil, dass sie von verschiedenen Menschen gepflegt werden können. Es muss also nicht ein Mensch alleine verantwortlich sein, was mit und auf der Seite passiert. Ansonsten kann eine Seite all das, was ein persönlicher Account auch kann. Darüber hinaus gibt es Statistiken über Abonnenten, Beitragsreichweiten etc.

Andere können Seiten mit „gefällt mir“ markieren, teilen und abonnieren. Und das ohne Hürde, erstmal das Gegenüber um „Freundschaft“ fragen zu müssen.

**Gruppe:** Gruppen sind Bereiche, innerhalb deren einzelne Nutzer zusammenkommen. Gruppen können versteckt sein, so dass sie von außen nicht zu finden sind, wenn man das möchte. Der Zugang kann offen sein oder so, dass andere erstmal anfragen müssen um hereingelassen zu werden. Je nachdem was man beabsichtigt, kann eine Gruppe mit bestimmten Einstellungen sinnvoll sein. Möchte man einen abgegrenzten Bereich schaffen um interne Absprachen zu treffen? Beispielsweise einen abgeschlossenen Raum, in dem sich die regionalen Tourenleiter zusammenfinden und planen können. Oder einen offenen Bereich um eine Basis für eine bestimmte Personengruppe zu schaffen? „Lastenradfahrer und Freunde...“

**Veranstaltungen:** Sowohl eine Person als auch eine Seite können Veranstaltungen erstellen. Auch hier gilt das gleiche wie für Gruppen: Sie können offen oder verdeckt sein. Personen können einfach so teilnehmen oder müssen eingeladen werden. Auch hier bestimmt der Anlass die Einstellungen. Wer zu einer privaten Geburtstagsfeier einlädt, wird bestimmen wollen, wer die Informationen zur Veranstaltung sehen kann und wer dazu eingeladen wird. Für ein öffentliches Treffen, zur Critical Mass beispielsweise, wird der Veranstalter alles so offen wie möglich halten wollen.

Das ist doch schon eine ganze Menge. Facebook bis in jedes kleinste Detail zu erklären, würde ein Buch füllen, ist aber völlig unnötig. Hat man erstmal einen Account, den man eine Weile aktiv nutzt, erklärt sich sehr schnell vieles von selbst.

Personen Seiten Gruppen Veranstaltungen
--

### **Nun geht es in die Tiefe**

**Zielgruppe:** Als Betreiber einer Seite muss ich mir überlegen, wer meine Zielgruppe ist. Wenn ich das weiß, kann ich diese gezielt ansprechen. Als ADFC Gliederung möchte ich Menschen ansprechen, die fahradaffin sind oder deren Interesse am Radfahren man wecken könnte. Interessanter als diejenigen, die sowieso schon Mitglied sind, sind die, die Mitglied werden könnten oder die zu begeistern sind und dann andere dazu anregen Mitglied zu werden.

Das sind vielleicht politisch interessierte Menschen, freiheitsliebende Menschen, Männer und Frauen jeden Alters. Vielleicht ist es auch interessant, jüngere Menschen anzusprechen, da die Älteren den ADFC oft schon kennen. Menschen die das Rad im Alltag nutzen, aber auch Menschen, die das Rad für Ihre Freizeit verwenden wie Radreisende, BMX Fahrer, Mountainbiker, Rennradfahrer. Menschen, die überlegen ein Fahrrad zu kaufen, die E-Bikes oder Lastenräder interessant finden. Die angesprochenen Menschen wohnen in der Region, in der die Gliederung aktiv ist.

Es ist also wichtig, dass Beiträge verfasst werden, die genau diese Menschen ansprechen. Ein Beitrag über die tolle vierspurige Straße würde völlig an der Zielgruppe vorbeigehen. Rein interne Beiträge über den nächsten Stammtisch oder die nächste Vorstandssitzung geht genauso an den Menschen vorbei, die wir eigentlich erreichen wollen, da sie nur diejenigen betrifft, die bereits aktive Mitglieder sind. Bekanntmachungen der nächsten Radtour sind schön, aber wenn das der einzige Inhalt ist, werden auch viele potenzielle Interessenten vernachlässigt.

### **Bei jedem Beitrag muss ich mich also fragen: Für wen schreibe ich das jetzt und wen will ich erreichen?!**

Wenn ich schon einige Beiträge geschrieben habe und genügend Fans für die Seite gewinnen konnte, kann ich mir Statistiken für meine Seite ansehen. Wie viele Männer und wie viele Frauen betrachten meine Seite? Wie alt sind sie und woher kommen sie?

Das hilft zu beurteilen, ob ihr mit euren Beiträgen tatsächlich die erreicht, die ihr erreichen wollt. Wenn meine Statistik aufzeigt, dass zu 90 % Männer über 70 meine Seite abonniert haben, mache ich definitiv etwas nicht richtig und sollte mir Gedanken machen, wieso das so ist. Vielleicht kann auch ein Außenstehender einen Blick auf die Beiträge werfen oder du fragst mal die Landesgeschäftsstelle nach Tipps.

In diesem Zusammenhang steht auch die Sprache, in der ich schreibe. Ein Unternehmen, das international auftreten möchte, tut gut daran, seine Beiträge auf Englisch zu verfassen. Als deutscher Verein sollten ADFC Beiträge also auf Deutsch verfasst werden. Spreche ich eher jüngere Menschen an, greife ich Themen auf, die eher bei jüngeren Menschen ankommen. Spannende Designs, Erfindungen oder Gadgets rund ums Thema Rad sind für Jüngere eher interessant als Gesundheitsfragen und die schönsten Radwanderwege. Familien mit kleineren Kindern haben andere Interessen als Senioren. Natürlich gibt es aber auch Überschneidungen.

Und ebenfalls relevant: Zu welcher Tageszeit ist meine Zielgruppe am aktivsten? Das ist vermutlich zwischen 17:00 und 20:00Uhr, wenn die meisten Menschen Feierabend haben. Genaueres wird aber die Statistik verraten.

Auf jeden Fall ist es sinnvoll, seine Beiträge genau dann zu posten, wenn viele Abonnenten online sind und den Beitrag direkt lesen. Keine Angst, ihr müsst nicht um Punkt 18 Uhr am PC sitzen und euren Beitrag online stellen. Facebook verfügt über eine Funktion, mit der man Beiträge vorbereiten und zeitlich planen kann, so dass sie automatisch zur geplanten Zeit erscheinen.

#### Wer ist meine Zielgruppe?

- Menschen, die (noch) keine Mitglieder sind
- Menschen jedes Geschlechts
- jedes Alter, aber gerne auch "Jüngere"
- Fahrradaffin oder interessiert
- suchen Hilfe zum Thema Rad/Radfahren/Technik/Rechtsfragen
- Freizeitradler, sportliche Radler, Alltagsradler
- Menschen die politisch interessiert sind, sich engagieren wollen
- Menschen aus der eigenen Region
- Menschen, die Gleichgesinnte suchen

#### Zielgruppe ist relevant für:

- die Sprache der Beiträge
- Inhalte
- Uhrzeit

### **Was erwartet mein Gegenüber?**

#### **Selbstbild und Fremdwahrnehmung**

Wie du dich als aktives Mitglied der Gliederung siehst oder ihr als Gruppe, unterscheidet sich wahrscheinlich deutlich von dem, wie andere euch sehen und was sie von euch erwarten.

Du und deine Gliederung, ihr seid die Experten! Glaubst du nicht? Ist aber so!

Ihr seid die, die jede Abkürzung kennen, die StVO auswendig kennen, die innerhalb von Sekunden jedes Rad reparieren, beim Fahrradkauf perfekt unterstützen und die jedes Schlagloch entfernen.

Natürlich ist das sehr optimistisch und nicht jeder kann alles davon leisten. Aber du kannst trotzdem der Experte in deinem Gebiet sein, weil du als aktives Mitglied wahrscheinlich mehr Einblick in die Dinge hast als Menschen, die sich bisher noch nicht so damit beschäftigt haben. Wir möchten, dass die Zielgruppe uns als Experten wertschätzt. Das bedeutet auch, dass die Beiträge einer Gliederung genau dieses Bild geben sollten.

Um das zu erreichen sind Beiträge wichtig, die gute Tipps und Tricks geben. Das können Kleinigkeiten sein: „Die Halterung für Getränkeboxen“, „Achtung Baustelle“, „Neue tolle Fahrradständer“, „e-Bike Ladestation am nächsten Supermarkt“ oder „wie flicke ich meinen Platten“.

Die Liste kann endlos weitergeführt werden. Fakt ist, dass solche lehrreichen Beiträge den Lesern das Gefühl vermitteln, dass dort Leute am Werk sind, die wirklich Ahnung von ihrem Gebiet haben und

hilfreich sind. Und wenn sie das nächste eine radspezifische Frage haben, werden sie vermutlich gleich auf euch zukommen, weil ihr die Experten seid!

Bezogen auf Facebook ist es dann gut, wenn diese Leute Kontakt aufnehmen, die Seite abonnieren und Beiträge „liken“, kommentieren und teilen. Je mehr, desto besser.

### **Ihr seid nicht nur eine Gliederung, ihr seid Menschen mit Persönlichkeit**

Expertentipps sind super, aber das allein reicht nicht - die gibt es woanders auch. Mindestens genauso wichtig ist eure Persönlichkeit. Stell dir vor, du gehst in einen Baumarkt, weil du Holz kaufen möchtest. Aber welches das Beste für dein Projekt ist, weißt du eigentlich gar nicht und deswegen suchst du nach einem Verkäufer. Irgendwann findest du einen aber der macht den Eindruck, als ob er dich gar nicht beraten will. Er ist nicht wirklich unfreundlich, aber ein Lächeln kommt ihm nicht über die Lippen und er lässt sich nicht die Zeit die du brauchst, um die Unterschiede zu verstehen und zu entscheiden, welches das Richtige für dich ist.

Du beschließt, es lieber nochmal in einem anderen Baumarkt zu probieren und dort gerätst du an jemanden, der nicht nur Ahnung hat, sondern der sich Zeit nimmt, humorvoll ist und der dir rundum sympathisch ist.

Welcher Baumarkt wird dir positiv in Erinnerung bleiben und zu welchem wirst du bei deinem nächsten Projekt wieder gehen?

Genauso ist es mit Beiträgen im Internet auch. Wenn die Seite / die ADFC Gliederung einen rundum netten und sympathischen Eindruck macht, behält man sie in guter Erinnerung und kommt auch gerne wieder auf sie zu. Nur gute Inhalte reichen nicht - das passende Holz hätte man in beiden Baumärkten bekommen. Aber das positive und freundliche Gefühl dabei ist ausschlaggebend.

Das geht sogar so weit, dass Menschen ein freundschaftliches Gefühl zu euch entwickeln. Sie haben das Gefühl, euch gut zu kennen und sie mögen euch. Und genau das wollt ihr auch erreichen.

Für Beiträge bedeutet dies: Seid ruhig auch mal locker. Hin und wieder ein Smiley ist völlig ok. Ihr habt ein tolles Meme entdeckt, was ihr super witzig findet und zum ADFC passt? Super, dann teilt das ruhig. Es muss nicht alles stockernst sein und ihr seid Menschen die dann auch als solche wahrgenommen werden. Zeigt ruhig Fotos von euch, wenn ihr das gerne möchtet. Ein Selfie vor dem nächsten runden Tisch der Stadt oder ein Gruppenbild der letzten Fahrradtour. Habt ihr ein Maskottchen? Macht euch etwas speziell aus?

Begegnet den Menschen offen. Reagiert auf sie und lasst andere das Gefühl haben, dass sie nicht auf eine geschlossene Gesellschaft treffen, sondern dass ihnen alle Türen offen stehen.

- Offenheit
- Akzeptanz
- Bereitschaft zeigen
- Persönlichkeit zeigen
- Lächeln :)

## Der perfekte Beitrag

Wir wissen, für wen wir Beiträge verfassen wollen, aber wie stellen wir das am besten an?

### Der Eyecatcher

Als erstes brauchen wir etwas, das Aufmerksamkeit erzeugt. Das kann ein Bild sein, ein Video, eine Statistik, eine Verlinkung zu einem Artikel. Fotos von niedlichen Haustieren... ja im Ernst, es gibt kaum jemanden, der keine Tiere mag. Wieso sollte man dann nicht auch seine aktiven Mitglieder mitsamt ihrer kuscheligen Anhänge zeigen. Vielleicht passt Bello ja auf die gespendeten Räder für die Flüchtlingsaktion auf oder sitzt brav im neuen Hundeanhänger fürs Fahrrad. Hauptsache, ihr habt einen Blickfang. Ihr stellt euch als Gliederung des ADFC vor und so etwas kann dazu gehören, solange deutlich erkennbar bleibt, dass es sich um den Facebook Auftritt einer ADFC Gliederung handelt.

Das Bild sollte ansprechend sein. Die meisten Menschen reagieren dann auf Bilder, wenn das Bild ihre Gefühle anspricht. Dies ist besonders dann der Fall, wenn andere Menschen zu sehen sind, die in möglichst echten/realistischen Situationen zu sehen sind. Besonders lachende oder lächelnde Menschen wecken ein positives Grundgefühl. Traurige Blicke wecken eher Mitleid und Mitgefühl. Bilder wie aus einem Werbekatalog wirken künstlich und unrealistisch. Von so etwas fühlen wir uns eher nicht angesprochen und klicken weiter, ohne dem Text auch nur einen kurzen Augenblick zu widmen.

Versucht möglichst immer, einen Blickfang für das Thema zu wählen, über das ihr schreiben wollt. Es sollte thematisch mit eurem Beitrag in direktem Zusammenhang stehen. Eventuell greift es sogar einen Teil des Inhalts so stark auf, dass es sich erübrigt, über diesen Aspekt zu schreiben.

Wenn auf dem Foto zu sehen ist, wie jemand ein Fahrradschloss mit einem Bolzenschneider kaputt macht, suggeriert dies dem Betrachter einen Beitrag über Fahrraddiebstal. Dies sollte dann auch erfüllt werden. Ein Bild weckt beim Leser Erwartungen. Werden diese nicht erfüllt, bleibt Frustration zurück.

Die Bildgröße ist ebenso entscheidend. Bilder auf Facebook werden dem Leser oft auf einem Smartphone mit einer Bildbreite von 640 Pixeln (Bildpunkte) präsentiert. Wenn das Motiv so detailliert ist, dass es bei dieser Größe nicht mehr zu erkennen ist, ist es nicht geeignet. Es muss auf den ersten Blick sichtbar sein, was das Bild darstellt.

- Aufmerksamkeit erregen
- positiv emotional ansprechen
- Relevanz zum Beitrag
- Gut erkennbar

### Copyright:

Und zuletzt muss es sich um ein Bild handeln, das ihr auch verwenden dürft. Einfach ein schönes Bild aus der Google Bildersuche wählen und selbst hochladen ist keine Option. Ihr verletzt damit das Urheberrecht. Verwendet am besten Bilder, die ihr selbst gemacht habt oder solche, für deren Verwendung ihr die ausdrückliche Erlaubnis des Urhebers habt.

Der Urheber hat einen Anspruch auf Nennung, also schreibt ruhig dazu wer euch das Bild zur

Verfügung gestellt hat. Wenn eine direkte Verlinkung möglich ist, ist das nur gut für euch, da es neue Verbindungen herstellt und ihr damit auch neue Menschen auf euch aufmerksam machen könnt.

### **Die erste Zeile**

Habt ihr mit eurem Beitragsbild das Interesse einer Person geweckt, dann wird sie beginnen zu lesen. Hier ist der erste Satz ausschlaggebend dafür, ob die Person weiterlesen wird oder nicht. Versucht dabei möglichst spannend zu sein, Neugierde zu wecken und die Gefühle des Lesers anzusprechen. Wenn ihr schreibt „Unsere nächste Feierabendtour findet morgen Abend statt“, dann handelt es sich um eine reine Information. Die ist für einige hilfreich, holt aber kaum jemanden hinter dem Ofen hervor. Wie wäre es stattdessen mit: „Sich in traumhafter Kulisse den Wind um die Nase wehen lassen“ oder: „Gemeinsam den Alltag abschütteln“?

Diese Sätze beziehen den Leser ein. Er liest den Satz und versetzt sich gedanklich in die beschriebene Situation. Wie fühlt es sich an? Angenehm, entspannend, freudig. Dieses Gefühl setzt sich beim Leser und wird unweigerlich mit euch verknüpft.

Ein erster Satz ist wie ein erster Eindruck. Es gibt keine Chance für einen zweiten. Wenn ihr also in der ersten Zeile alles richtig gemacht habt, dann wird die Person weiterlesen.

- Ausschlaggebend dafür ob jemand weiterliest
- Muss Interesse wecken
- Soll Neugier wecken
- soll positiv emotional ansprechen

### **Haltet, was ihr verspricht**

Das Foto verspricht einen Beitrag über Diebstahl, dann sollte der Beitrag auch zum Thema Diebstahl sein. Ihr verlinkt auf einen Beitrag zu eurer Webseite und gebt bekannt, dass dort die 5 besten Tipps zu finden sind um Fahrraddiebstahl zu verhindern? Dann sollte der Leser genau das auch bei euch finden. Nicht weniger und auch keine zu allgemeinen Tipps, die absolut jedem bekannt sind. Denn schließlich geht es um die besten Tipps. Alles andere hinterlässt Enttäuschung und überträgt sich auch auf den Verein. Stellt euch vor, ihr nehmt an einer Radtour teil, die groß mit Pralinenverkostung wirbt. Wäre es dann nicht sehr enttäuschend statt hochwertiger Pralinen aus einer regionalen Manufaktur zwischendurch eine zerbeulte Packung längst abgelaufener Schnapspralinen unter die Nase gehalten zu bekommen?

Negative Erfahrungen prägen sich leider immer deutlich stärker ein als positive. Deswegen achtet darauf, nur Dinge anzukündigen, die auch so gehalten werden können.

### **Emotionen wecken**

Wie im Abschnitt über die erste Zeile und beim Eyecatcher bereits beschrieben, ist es wichtig Emotionen im Leser zu wecken - im besten Fall sind das positive. Nehmt den Leser mit und bringt ihm einen Aha-Moment, lasst ihn in schönen Erinnerungen schwelgen, mit euch träumen oder bringt ihn zum Lachen.

Dieses Gefühl lässt uns einen Moment innerhalten und macht Lust auf mehr. Es regt uns dazu an, eine Reaktion zu zeigen. In unserem konkreten Fall ist es ein wertvolles Mittel, um andere dazu zu bringen, mit uns Kontakt aufzunehmen und den ADFC bekannter zu machen.

Im konkreten Fall könnte das so aussehen: *Eine Gliederung verfasst einen Beitrag darüber, dass das hundertste Rad aus der Flüchtlingsaktion einen neuen Besitzer gefunden hat. Ein Bild von der Übergabe ist zu sehen. Die Freude der Beteiligten ist eindeutig zu erkennen. Im Hintergrund hängt ein ADFC Banner. Im Text wird dem Jubel und dem Erfolg der Aktion Ausdruck verliehen. Ein Zitat des neuen Eigentümers macht noch einmal deutlich, wie viel Gutes diese Aktion bewirkt.*

Der Leser sieht das Bild und wird neugierig auf die Situation. Das Lächeln spricht ihn an. Er lächelt unweigerlich zurück. Vielleicht ist er selbst aktiv im Bereich Flüchtlingshilfe oder es spricht ihn einfach generell an. Er beginnt den Text zu lesen und wird über das informiert, wofür das Bild den Grundstein gelegt hat. Die Beschreibung lässt ihn sich in die Situation hineinversetzen.

Nun kann er euren Beitrag kommentieren, er kann euren Beitrag teilen, weil er möchte, dass mehr Leute von eurer Aktion wissen oder er nimmt direkt Kontakt zu euch auf, weil er

## **Call to Action**

Das bedeutet: Der Aufruf, auf den Beitrag zu reagieren.

Unser Ziel ist es, dass möglichst viele Menschen mit uns in Kontakt treten und dass möglichst viele Menschen unsere Beiträge zu Gesicht bekommen. Um das zu schaffen, müssen wir dafür sorgen, dass möglichst viel Interaktion entsteht. Das heißt, dass in jedem einzelnen Beitrag der Leser angesprochen werden muss, etwas zu tun. Dazu gibt es unterschiedliche Möglichkeiten.

**Eine Frage stellen:** In der direkten Ansprache fühlen sich die Leser dazu aufgefordert die Frage zu beantworten. Sei es die Frage nach einer persönlichen Erfahrung oder eher triviale Sachen. Wann habt ihr Radfahren gelernt? Was macht für euch einen guten Fahrradhändler aus? Wohin ging eure letzte Radtour? Wer kommt zur nächsten Fahrradbörse? Freunde der Leser sehen dadurch eventuell euren Beitrag und werden aufmerksam.

**Abstimmen lassen:** Eine simple Art der Interaktion ist die Abstimmung. Dabei wird meistens ein Bild verwendet, auf dem verschiedene Emoticons den einzelnen Objekten zugeordnet sind. Habt ihr zum Beispiel als Thema Falt- und Klappräder, könntet ihr zum Beispiel danach fragen, welches von den Lesern bevorzugt wird. Brompton, Tern oder doch ganz was anderes? Dazu ein Herz, ein Wow und ein Haha.. und schon können eure Leser sich mit einem einzelnen Klick beteiligen.

**Aufforderungen, etwas zu posten:** Ihr könntet zum Beispiel nach den schönsten Fotos aus dem letzten Radurlaub fragen, nach schön dekorierten Rädern oder nach Bildern vom Familienhund mit Rad. Diese Bilder erzeugen noch mehr Interaktion, da andere sich interessieren und vielleicht auch auf diese Bilder reagieren. Ihr seid bei dieser Frage aber nicht nur auf Bilder begrenzt. Ihr könnt auch nach Video, Facebookseiten, Webseiten, Instagram Profilen etc. fragen. So etwas wird gerne angenommen, weil die Reagierenden damit auch ihre eigene Reichweite erhöhen können.

**Aufforderung, Personen zu verlinken:** Sei es bei Gewinnspielen oder bei kleinen Spielereien, wer auf Facebook unterwegs ist, wir solche Beiträge schon oft gesehen haben. Ein Bild in dem Buchstabenpaare verlinkt sind oder eine einfache Frage gestellt wird: wer muss mit euch demnächst eine Radtour machen? Welcher eurer Freunde sollte das Auto mal wieder stehen lassen? Wer soll mit euch zusammen ein Team bei "Rad zur Arbeit" bilden? Hier wird die Verbreitung eures Beitrags

nicht dem Zufall überlassen. Eure Leser markieren aktiv ihre Freunde, die so direkt auf euch stoßen. Grundsätzlich funktioniert dieses Prinzip gut, sollte aber auch in einen sinnvollen Zusammenhang verpackt werden. Wollt ihr zum Beispiel auf den Fahrradklimatest aufmerksam machen, ist diese Methode eine gute Möglichkeit, weil die Interagierenden direkt auf euer Thema stoßen. Sie haben die Möglichkeit das zu lesen, was ihr mitteilen wollt, gehen vielleicht auf eure Seite, um weitere Beiträge von euch zu lesen und abonnieren euch eventuell sogar.

Wird einfach nur lustig danach gefragt, wer immer bei einer Radtour verloren geht, findet zwar auch Interaktion statt aber es wird kein Interesse an der Sache geweckt. Gleichzeitig bleibt der ADFC mit so etwas entweder gar nicht in Erinnerung oder sogar negativ. Vermeidet das!

**Auffordern, den Beitrag zu teilen:** Mal ehrlich, Beiträge wie: „Teilt diese Kerze, wenn ihr auch findet, dass Krieg doof ist...“ sind nicht grade das Gelbe vom Ei. Es gibt aber auch Beiträge, die es wirklich wert sind aktiv geteilt zu werden. Ihr sucht neue Aktive für euren Vorstand, ihr möchtet, dass Leute auf eure Veranstaltung aufmerksam werden: Das eignet sich gut, da ihr einen wirklichen Nutzen davon habt und die Personen, die dieser Beitrag dann erreicht, euch mit etwas Positivem in Verbindung bringen... ADFC, das sind die, die sich aktiv um Mitstreiter bemühen. Das sind die, die tolle Veranstaltungen planen.

**Wählt eure Fragen und Beiträge mit Bedacht:** So schön das mit der Interaktion auch ist, es gibt immer wieder Themen, die so kontrovers sind, dass wir uns gut überlegen sollten, ob wir dieser Aufgreifen sollten. Ein gutes Beispiel dafür ist beispielsweise das Tragen von Fahrradhelmen. Die Meinungen hierzu gehen stark auseinander und bringen regelmäßig das Blut in Wallungen. Ihr solltet euch dabei immer wieder ins Gedächtnis rufen, dass ihr die Meinung des ADFC vertretet - auch wenn eure persönliche Meinung dem vielleicht nicht entspricht. Überlegt auch, was so eine Frage bei den Lesern bewirkt: Streit, Ärger und Diskussionen, bei denen jeder den anderen von seiner eigenen Meinung überzeugen will. Und diese Emotionen bleiben den Lesern gegebenenfalls im Zusammenhang mit dem ADFC in Erinnerung.

- Andere zur Interaktion aufrufen
- Beiträge nutzen um Meinungen zu erfahren, In Kontakt zu treten, auf Beiträge auf anderen Webseiten aufmerksam zu machen
- Durch Interaktion die Reichweite erhöhen
- Je mehr Reaktionen, desto besser

### Hashtags:

Hashtags (gesprochen: Häschtag) sind Begriffe, die für euren Beitrag stehen und an ein Rautesymbol angehängt werden. Zum Beispiel #deutschlandperradentdecken, #Fahrraddeutschlandjetzt, #Fahrradliebe oder #Rückenwind. Die Groß- und Kleinschreibung ist dabei nicht relevant. Aber mit solchen sogenannten Hashtags könnt ihr euren Beitrag markieren und auffindbar machen.

Angenommen, ihr und andere Gliederungen bringen zum Fahrradklimatest diverse Beiträge und setzt jedes Mal den Hashtag #Fahrradklimatest, dann haben alle Menschen, die nach Fahrradklimatest suchen, die Möglichkeit, alle dazugehörigen Beiträge zu finden. Das Thema ist auf Instagram und Twitter sehr wichtig, funktioniert aber ebenfalls auf Facebook. Behaltet dies im Hinterkopf und setzt, wenn es geht, im unteren Abschnitt eures Textbereiches relevante Hashtags. Das wird euch helfen gefunden zu werden.

### **Positiv bleiben:**

Wie in diesem Leitfaden immer wieder erwähnt wird, sind die Emotionen die beim Betrachter ausgelöst werden, alles entscheidend. Das bedeutet für euch: Bleibt immer positiv. Verfasst keine Beiträge, die allzu bedrückend sind oder die Gemüter aufheizen. Es wird immer wieder dazu kommen, dass Leute negativ reagieren, gerade bei politischen Themen ist das nachvollziehbar. Es gibt aber Themen, die sinnvoll sind und trotzdem veröffentlicht werden sollten. Und es gibt Themen mit denen ihr einfach nur Öl ins Feuer gießt. Macht euch das im Vorhinein bewusst.

Vielleicht lasst ihr einfach Meldungen über Unfälle etc. weg - auch wenn sie euch selbst beschäftigen und ihr etwas bewegen wollt: das schafft ihr nicht über Facebook. Es ist besser sich darauf zu konzentrieren, mit positiven und konstruktiven Beiträgen die Menschen für euch zu gewinnen und gebt nur dann Platz für nicht so erfreuliche Dinge, wenn Themen aktuell und bewegend sind, weil etwas vor Ort durch die Medien geht.

### **Rechtschreibung:**

Hierzu ist nicht viel zu sagen. Mit eurer Rechtschreibung hinterlasst ihr einen bleibenden Eindruck bei euren Lesern. Je besser der Text, desto besser der Eindruck. Dazu gehört auch die übermäßige oder nachlässige Verwendung von Satzzeichen sowie Groß- und Kleinschreibung. Kommata sind wichtig und können den Inhalt ganzer Sätze verändern. Ausrufezeichen und Fragezeichen bekommen auch dann nicht mehr Bedeutung, wenn mehr als eines verwendet wird. Und ganze Wörter oder Sätze groß zu schreiben, sollte generell vermieden werden. Im Internet wird dies als "Schreien" wahrgenommen. Ihr wirkt damit aggressiv und wie jemand, der nochmal extra mit dem Fuß aufstampft, um seiner Meinung Nachdruck zu verleihen. Tut dies lieber mit gut formulierten Texten - eure Leser werden dankbar dafür sein.

### **Niemals von Vorwissen ausgehen!**

Wenn ihr einen Beitrag verfasst, dann stellt euch immer vor, dass ihr mit jemandem sprecht, den ihr grade zum allerersten Mal trifft. Ihr könnt nicht davon ausgehen, dass eure Leser genauso tief in der Materie stecken, wie ihr es tut. Vermeidet deshalb auch Abkürzungen. KV, LV, ERA: damit kann ein Außenstehender nichts anfangen. Schreibt es lieber aus und erläutert gegebenenfalls noch die wichtigen Details, die man wissen sollte, um euren Beitrag zu verstehen.

Weiterhin könnt ihr nicht davon ausgehen, dass alle eure vorherigen Beiträge gelesen wurden. Vielleicht nimmt die Person euch grade in diesem Moment zum ersten Mal wahr. Oder er hat euch schon abonniert, aber den letzten Beitrag verpasst.

Ihr wollt über eine spezielle Veranstaltung informieren? Super, dann macht euren Lesern den Mund wässrig und gebt ihnen alle wichtigen Informationen mit. Ihr wollt sie nochmal erinnern? Sehr gut, ihr macht ihnen nun am besten wieder den Mund wässrig und gebt alle wichtigen Infos in euren Text. Aber man konnte doch schreiben, dass im Beitrag von letzter Woche schon alles drin steht und sich den Aufwand sparen? Nein, das ist keine gute Idee. Die Nutzer von Facebook lesen hauptsächlich die Dinge, die aktuell angezeigt werden. Noch einmal extra auf eine bestimmte Seite gehen um dort selbst nach den Informationen zu suchen ist unangenehm.

Was ihr machen könnt, ist euren eigenen Beitrag noch einmal zu teilen und am besten einen kleinen Text vorab zu schreiben, der den Lesern sagt, wieso sie den geteilten Beitrag lesen sollten.

Der Beitrag kann zum Beispiel geteilt werden mit der Frage ob der Leser sich den Termin schon in den Kalender eingetragen hat, ob er zur Veranstaltung kommt, ob er schon mal dabei war oder wie er die Veranstaltung findet. Praktischerweise haben wir hier direkt die Möglichkeit, den Leser zur Interaktion aufzufordern (Call to Action). Jedes "Like", jeder Kommentar und jeder geteilte Beitrag sind gut und das, was wir wollen.

Einfach nur so einen Beitrag zu teilen ist weniger schön. Es wirkt deutlich relevanter, wenn noch ein Hinweis dazu kommt, wieso grade dieser Beitrag geteilt wird. Es ist persönlicher und gibt einen kleinen Extra-Anreiz, sich mit dem Beitrag zu beschäftigen.

- jeder Beitrag muss so sein, dass ein vollkommen Fremder ihn versteht
- würde ein Kind den Beitrag verstehen?
- Betrachter müssen nicht im Archiv nach relevanten Informationen suchen müssen.
- Keine Abkürzungen
- In jedem Beitrag zur Interaktion aufrufen

### **Lange Texte oder kurze Texte?**

Die Antwort darauf lautet: Es ist egal.

Die einen Menschen lesen gerne lange Texte, die anderen haben lieber alles so kurz und knapp wie möglich. Vielleicht sind Texte, die über mehrere DinA4 Seiten gehen würden dann doch zu lang für einen Beitrag auf Facebook - aber selbst sowas ist nicht ausgeschlossen. Ihr könntet so lange Texte auch auf eurer Webseite präsentieren und mit einer deutlich kürzeren Zusammenfassung von Facebook aus auf eure Webseite verlinken.

### **Du oder Sie?**

Das kommt immer ein bisschen auf die Situation an. Grundsätzlich ist Facebook etwas, das viele Leute in ihrer Freizeit verwenden und diejenigen, die sich nicht aus rein politischen oder beruflichen Gründen für das Thema Radverkehr und Fahrrad interessieren, sondern aus privaten, werden die Mehrheit bilden. Außerdem war es im ADFC immer Usus intern einfach beim Du zu starten.

Manchmal ist es aber auch ratsam, einfach die direkte Ansprache innerhalb eines Beitrages zu vermeiden oder zu umgehen.

Wenn es dann zur Kommunikation innerhalb der Beitragskommentare kommt, ist immer etwas Feingefühl gefragt. Lässt jemand einen netten Gruß oder ein Späßchen da, dann ist ein Du absolut ok. Aber manchmal kommt es vielleicht zu eher unschöneren Kommentaren, wo dann eventuell das Sie doch die nötige Distanz bringt.

### **Smileys und Emoji**

Das sind kleine Bilder, die symbolisch für Gemütszustände stehen aber auch alles Mögliche bildlich unterstreichen können. So kann zum Beispiel zu Weihnachten ein Stern, eine Tanne und ein Geschenk als Emoji in den Beitrag eingefügt werden. Die Betrachter assoziieren damit dann direkt

eine weihnachtliche Stimmung. Natürlich sollten die Emoji auch irgendwie in einem sinnhaften Zusammenhang mit dem Inhalt des Textes stehen.

Die Bildchen haben ihre Vor- und ihre Nachteile. Einerseits lockern sie einen Text auf - sie bilden einen Blickfang. Es liegt in der Natur des Menschen, einen gewissen Tunnelblick zu haben und sehr viele Dinge einfach auszufiltern. So wird der Leser einen Text erstmal ignorieren, wenn er gerade nicht in der Laune ist, zu lesen. Er wird dann aufmerksam, wenn er etwas Ungewöhnliches wahrnimmt und das ist der Fall, wenn in einem Text Elemente auffallen, die dort normalerweise nicht zu finden sind. In diesem Fall sind es die kleinen bunten Emoji.

Dennoch sollten sie nicht im Übermaß verwendet werden - allzu viele dieser kleinen Bildchen nehmen den doch hin und wieder notwendigen Ernst aus der Sache. Wenn der Text plötzlich wie ein Bilderbuch aussieht, war es sicherlich zu viel.

Akzente setzen oder Emoji zum Stilmittel erklären, indem man sie zum Beispiel immer in die Überschrift setzt und ähnliche Verwendung, ist da schon eher das Mittel der Wahl. Und möchte man mal über etwas Trauriges Berichten, dann lässt man sie vielleicht besser weg. Wir wollen ja nicht den Eindruck erwecken ein bedrückendes Ereignis zu verniedlichen.

### **Rückmeldungen holen:**

Ihr habt nun eure ersten Beiträge verfasst, die Sache kommt so langsam ins Rollen. Wie wäre es, sich nun einmal Rückmeldungen zu holen? Wie wirken meine Beiträge auf die Außenwelt? Was könnte man noch verbessern? Entsprechen eure Beiträge überhaupt dem, was der Verein vertritt? Jedem geht mal was durch und ohne zweite Meinung lässt sich das schlecht abschätzen.

Deswegen bittet doch hin und wieder jemanden um Rückmeldung. Das sollten möglichst keine engen Freunde oder Familienangehörige sein, denn die neigen dazu euch eher Positives zu sagen. Eure Landesgeschäftsstelle unterstützt euch zum Beispiel sicher gerne. Auch Nicht-ADFCler sind gute Ansprechpartner, schließlich sind genau diese unsere Zielgruppe. Jemand, für den der ADFC nicht zum Alltag gehört, kann euch viel besser sagen, wie ansprechend eure Beiträge sind, als jemand, der täglich damit umgeht.

### **Und danach..?**

Ihr habt nun spontan einen Bericht geschrieben, euch an den Wegweisungen orientiert, ein tolles Bild mit eingebracht und euren Beitrag online gestellt. Nun können die Füße hochgelegt werden und der PC wird erst wieder angemacht, wenn der nächste Beitrag online gehen soll? Nein, denn damit würden wir viele Chancen vertun. Ziel einer Facebookseite ist, mit möglichst vielen Menschen in Kontakt zu treten und eine möglichst hohe Reichweite zu erzielen. Dazu bedarf es noch etwas mehr Aufwand.

### **Aktion-Reaktion - Kommunikation auf Augenhöhe**

Unser Ziel ist es, möglichst viele Menschen mit unseren Beiträgen zu erreichen und uns bei möglichst vielen Menschen bekannt zu machen. Das nennt man im Internetjargon "Reichweite erzeugen".

Aber wie mache ich das nun am besten? Über die Qualität eines Beitrags haben wir im letzten Abschnitt schon ausführlich gesprochen. Nun geht es darum das Beste draus zu machen und möglichst viel zu interagieren.

Im besten Fall werden Leute von sich aus auf euch aufmerksam und kommentieren euren Beitrag. Dann zeigt, dass ihr kein Roboter seid, der einfach nur Beiträge hochlädt und ansonsten nicht zu erreichen ist, sondern tretet mit diesen Menschen in Kontakt. Es gibt manchmal Beiträge, die man besser unkommentiert lassen soll, aber generell ist es positiv, wenn ihr so oft wie möglich auf die Kommentare eurer Leserschaft eingeht. Zeigt ihnen eure persönliche Seite und zeigt Wertschätzung für sie. Sie werden euch umso mehr treu bleiben, je häufiger sie persönlich mit euch kommunizieren und je häufiger sie miterleben, dass auch andere von euch Antworten bekommen.

Diese Menschen entwickeln ein freundschaftliches Gefühl für euch. Man hat das Gefühl sich zu kennen. Genau das wollen wir.

Zu schweigen ist dabei sehr negativ. Wenn jemand euch etwas fragt und überhaupt keine Reaktion bekommt, dann wird dies stark in seinem Gedächtnis bleiben. Er wird es auch verallgemeinern und glauben, dass der ganze ADFC ihn ignoriert hat und im schlimmsten Fall wird er dies noch weiter erzählen.

- auf Kommentare reagieren
- zeigen, dass Menschen am anderen Ende der Leitung sitzen, keine Maschinen
- freundlich bleiben
- Gefühl von Freundschaft wecken

### **Regelmäßigkeit**

Je regelmäßiger Ihr Beiträge verfasst, desto häufiger werden diese auch bei euren Abonnenten angezeigt. Am besten wäre es, wenn ihr jeden Tag einen Beitrag habt. Das klingt aufwändig, muss es aber gar nicht sein. Ihr könnt Artikel von Webseiten oder aus Facebook heraus teilen und auf Veranstaltungen aufmerksam machen. Damit habt ihr schon viele Inhalte, ohne euch selbst welche überlegen zu müssen. Und je mehr Beiträge vorhanden sind, desto mehr Interaktion kann stattfinden.

Ich könnt euch auch vornehmen jeden zweiten Tag oder zweimal die Woche aktiv zu werden. Die Hauptsache ist, dass die Leser den Eindruck haben, dass ihr aktiv seid. Wenn ein Leser im Internet den Eindruck bekommt, dass ihr aktiv seid und euch engagiert, dann wird er dies ebenfalls auf eure politische Arbeit übertragen.

### **Themen finden**

Über was soll ich denn nun schreiben? Woher nehme ich die Ideen?

Zum einen ist es immer wichtig, aktuelle Themen aufzugreifen. Sei es ein neues Gerichtsurteil, eine Debatte, interessante Themen zum Radverkehr in eurer Region oder bevorstehende Veranstaltungen aber auch Berichte über Aktionen, bei denen ihr dabei wart. Da gibt es vieles, was tagesaktuell ist und auch genau dann gebracht werden sollte. Ihr könnt aber auch planen und euch mittels einer Mindmap eine riesige Liste an Themen erstellen, die es euch immens erleichtert, neue Beiträge zu formulieren.

Überlegt euch mal 12 Themen rund ums Thema ADFC. Was fällt euch dazu ein? Das kann sein: ADFC-Aktive, Radtouren, Technik, Politik, Verkehrsregeln, Radbekleidung, Fahrradhistorie.

Nun überlegt ihr euch zu jedem Oberthema vier Unterthemen. Zum Beispiel bei Technik: Wie funktioniert eigentlich eine Nabenschaltung, wie wechsle ich einen Reifen, wie muss ein Rad optimal für eine Person eingestellt sein und wie mache ich mein Rad fit für den Herbst?

Wenn ich dies bei jeder der zwölf Überschriften mache, habe ich schon für ein ganzes Jahr ein Thema pro Woche überlegt.

Dazu kommen dann noch die geplanten Veranstaltungen. Jubiläumsfeiern, Bike-Night, Critical Mass, Stammtische, Radbörsen und was sonst noch so passiert. Auf diese Veranstaltungen könnt ihr ruhig mehrfach aufmerksam machen. Ihr erstellt eine Veranstaltung, je nachdem was ihr für sinnvoll erachtet, macht ihr dann vielleicht 2 Wochen vorher, eine Woche vorher und am selben Tag noch einmal darauf aufmerksam - zum Beispiel bei einer Radbörse. Bei einem Jubiläumsfest kann die Ankündigung auch gut und gerne zwei Monate im Voraus stattfinden oder mit noch größerem Abstand. Je nachdem, was ihr glaubt, wie notwendig es ist, dass sich eure Leser einen Termin freihalten.

Damit habt ihr zusätzlich zu den 48 Themen noch einmal für jede einzelne Veranstaltung zwischen einem und 4 weitere Beiträge. Bei 15 Touren, 3 Fahrradbörsen, 3 Aktionstagen, einem monatlichen Stammtisch und einer extra Feier macht das 68 weitere Beiträge. Damit wäre dann auch schon ein Drittel des Jahres mit Beiträgen abgedeckt. Gar nicht schlecht, oder?

Dazu kommen die tagesaktuellen Sachen, die ihr einfach aus den Medien aufgreifen könnt und alles, was für euch nicht planbar war.

Schnappt euch einen Kalender mit Jahresübersicht und beginnt bei den festen Terminen, notiert als nächstes die zusätzlichen Ankündigungen. Anschließend geht ihr in euer Mindmap und verteilt eure Themen auf jeweils eine Kalenderwoche. Schön bunt durcheinander, damit es nicht einen Monat lang nur um ein Thema geht. Ihr könnt dabei euch ein bisschen die Jahreszeiten im Auge behalten: Tourenplanung eher für Frühjahr und Sommer, Licht und Sicherheit eher für den Herbst und Interessantes rund ums historische Fahrrad vielleicht im Winter, wenn wetterbedingt weniger gefahren wird.

So habt ihr auf einfache Art schon jede Menge Vorarbeit geleistet und müsst diese dann nur noch in ansprechende Beiträge umsetzen.

- Aktuelles aus der Presse
- Aktuelle Fahrradveranstaltungen
- Aktuelle Veranstaltungen eurer Gliederung
- Geplante allgemeine Themen rund ums Rad

### **Negative Kommentare**

Ja, sie kommen immer mal wieder vor. Die Leute sind vor allem was politische Themen angeht, oft sehr reizbar und sehen dann gerne auf das Negative. Unter eurem Beitrag lassen sie dann die Luft raus.

Solange sie nicht beleidigend werden oder euch persönlich angreifen, lasst es einfach so stehen. Ihr könnt euch auch für den Kommentar bedanken und einen positiven Aspekt hervorheben.

Wenn zum Beispiel ein Zeitungsartikel geteilt wird, bei dem über die Öffnung von Einbahnstraßen für den Radverkehr gesprochen wird kann es sein, dass jemand daraufhin kommentiert, dass das ein Witz sein und sowieso viel zu wenig für die Radler getan werde. Ihr könnt es entweder so stehen lassen oder ihr bedankt euch für seine Meinung, gebt ihm Recht, dass noch viel zu tun ist und ladet ihn ein, euch kennenzulernen um gemeinsam Einfluss auf die örtliche Politik zu nehmen. Im besten Fall gewinnt ihr jemanden, der tatsächlich zu euch passt und mit euch gemeinsam politisch aktiv wird.

Fangt aber auf keinen Fall mit ihm ein Streitgespräch an. Ihr müsst euch nicht rechtfertigen und dieser Mensch ist nicht positiv auf das Thema zu sprechen. In diesem Fall bringt es nichts, ihm klar zu machen, dass es zumindest ein guter Schritt in die richtige Richtung war und nicht von einem Tag auf den anderen alles so wird, wie man sich es im besten Fall wünscht. Lasst euch nicht auf Diskussionen ein.

Im schlimmsten Fall wird jemand wirklich ausfällig. Ihr habt dann die Möglichkeit diesen Beitrag einfach zu löschen. Gerade am Anfang, wenn sich noch nicht viele Menschen mit euch verbunden haben, fällt so etwas negativ auf. Solltet ihr später aber mal viele Menschen haben, die euch folgen und die zu euch stehen, werden die auch für euch einspringen und diesen Menschen in deine Schranken weisen.

- auch auf negative Kommentare positiv reagieren und die Meinung wertschätzen
- keine Rechtfertigungen
- Engagierte Menschen für euch gewinnen
- Lieber nicht reagieren statt einen Streit anzuzetteln
- Im schlimmsten Fall den negativen oder beleidigenden Kommentar löschen

### **Beiträge vorbereiten**

Wenn ihr eine Facebook-Seite verwaltet, bietet diese für euch die praktische Möglichkeit, Beiträge zu planen und zu verwalten. So müsst ihr euch nicht jeden Tag hinsetzen um einen kleinen Artikel zu schreiben, sondern ihr könnt auch mehrere Artikel vorab verfassen und sie dann entweder auf Knopfdruck veröffentlichen oder automatisch zu den von euch angegebenen Daten und Uhrzeiten veröffentlichen lassen. Das ist grade dann hilfreich, wenn ihr zum Beispiel wisst, dass euer Urlaub bevorsteht.

### **Neue Abonnenten gewinnen**

Im Internet sprechen wir auch von Followern - also Menschen, die einem folgen, bzw. eure Beiträge verfolgen. Je mehr wir davon haben, desto besser. Schließlich ist es dem ADFC ein Anliegen, möglichst bekannt zu sein und dem helfen wir mit der Präsenz auf Facebook auf die Sprünge. Tatsächlich braucht es viel Zeit und Beständigkeit, damit die Follower-Zahl wächst.

Je häufiger Interaktion mit euren Beiträgen passiert, desto mehr Menschen werden erreicht. Jeder Kommentar, jedes "Gefällt mir" jedes Teilen, sorgt dafür, dass mehr Leute den Beitrag sehen als diejenigen, die euch abonniert haben. Dadurch wird Aufmerksamkeit auf euch gelenkt. Und je interessanter der Beitrag, desto mehr von diesen neuen Menschen, werden bei euch hängen bleiben. Wenn ihr in eurem Beitrag noch dazu auffordert zu kommentieren oder euch zu folgen (Call to action), wird die Anzahl derer die das auch tun, noch ein wenig mehr wachsen.

Am besten ist es, wenn ein Beitrag "viral geht" (Noch so eine Internet-Redewendung...) Das bedeutet, dass unglaublich viele Menschen den Beitrag so gut finden, dass sie ihn ansehen und mit ihren Freunden teilen. Nahezu täglich gibt es neue Beiträge, die die Menschen so sehr ansprechen. So etwas ist meist klein, einfach zu konsumieren und einprägsam. Es kann ein Video oder auch ein Meme sein (ein Bild mit kurzem Text der in das Bild eingefügt wurde) und manchmal auch nur einzelne Fotos. In seltenen Fällen klappt das auch mit einzelnen Texten, aber die müssen dann schon sehr stark dem Zeitgeist entsprechen, da reine Texte weniger häufig gelesen werden.

So ein viraler Beitrag ist aber auch nur dann richtig gut für euch, wenn er zum einen dem ADFC entspricht und zum anderen die richtige Zielgruppe anspricht. Derzeit sind Memes modern, auf denen Buchstabenpaare abgebildet sind und wo steht, dass jemand wen anders zur Pizza einladen soll. Solche Beiträge haben zum Teil Tausende Kommentare. Wenn ihr so etwas verfasst, dann könnt ihr davon ausgehen, dass viele Menschen darauf reagieren, aber diese Menschen interessieren sich für Pizza und nicht fürs Fahrrad. Sie werden euch also nicht erhalten bleiben. Achtet auch eure Zielgruppe, bringt kurze prägnante und auffällige Beiträge, die sympathisch und ansprechend sind, dann werden die richtigen Leute von ganz allein bei euch bleiben.

### **Verschiedene Autoren**

Zu viele Köche verderben den Brei, sagt man. Zu viele Autoren auch die Facebookseite?

Ihr habt die Möglichkeit mehrere Personen zu befähigen, Beiträge innerhalb eurer Facebookseite zu verfassen. Wenn das unstrukturiert passiert, kommt ihr euch vielleicht in die Quere. Achtet darauf, Leute dafür zu wählen, die das auch können, die einen guten Schreibstil haben und deren Texte ansprechend und möglichst fehlerfrei sind. Teilt vielleicht eure Bereiche ein: Der eine ist zuständig für alles zum Thema Veranstaltungen, jemand anders bereitet die grundsätzlichen Themen vor und eine dritte Person schaut nach aktuellen Geschehnissen. So könnt ihr die Arbeit auf mehrere verteilen und euch die Arbeit erleichtern.

### **Trends aufgreifen**

Immer wieder gibt es Trends im Internet. Sie gehen wie eine Welle durch die digitale Welt und verschwinden irgendwann wieder. Es lohnt sich dabei diese im Auge zu halten und wenn möglich aufzugreifen.

Ein Beispiel dafür ist die sogenannte "Vong-Sprache". Jemand hat diesen Sprachduktus erschaffen als er krankgeschrieben und ihm langweilig war. Das fanden so viele Menschen so witzig, dass dies zum Phänomen wurde. Selbst das Mainzer Bistum hat dies aufgegriffen (Remember: halo Schüler! Au weng du 1 Larry bimst so vong Noten her: Gott (herz) di vong Niceigkeit her! Halo I bims deem Bistum M1! [#Schulstart](#))

Das hat dem Bistum eine Menge Aufmerksamkeit beschert. Auch wenn nicht jeder diese Art von Sprache nachvollziehen kann, es entspricht dem Zeitgeist. Also achtet darauf, welcher Trend gerade zu bemerken ist und schaut ob ihr diesen nutzen könnt. Die Aufmerksamkeit ist garantiert.

### **Sich wiederholende Themen**

Wie nervig ist es, wenn Themen sich immer wiederholen. Und die Einladung zur nächsten Börse steht doch auch schon auf der Seite. Die Leute können doch gucken, was alles geschrieben wurde! Richtig? Falsch!

Die wenigsten Menschen werden das tun. Und grade die, die ihr grade ganz neu erreicht habt oder die jetzt in diesem Moment das allererste Mal etwas von euch lesen, die sehen nur das, was jetzt grade verfasst wurde. Vielleicht werden sie euch sogar abonnieren aber die Chance, dass sie auf eure Seite gehen um dort alles nochmal nachzulesen, was ihr jemals verfasst habt, ist sehr gering. Geht immer davon aus, dass der Leser euch grade zum ersten Mal sieht. Ihr wisst nämlich nie, wer sich gerade neues zu euch gesellt oder wer vielleicht nicht einfach einen der letzten Beiträge verfasst hat.

Es ist also total sinnvoll, gerade Ankündigungen und Einladungen mehrfach zu wiederholen und genauso könnt ihr Inhalte zu bestimmten Themen auch wiederholen. Nur weil ihr im Frühjahr schon über optimale Beleuchtung geschrieben habt, spricht nichts dagegen, dies im Herbst erneut zu tun.

Wiederholungen sind also ausdrücklich erlaubt und sinnvoll!

## **Gruppen**

Gruppen bieten euch die Möglichkeit Leute für euch zu gewinnen, mit denen ihr zuvor noch keinen Kontakt hattet, die sich aber für euer Thema interessieren.

Gruppen sind Kreise in denen sich Menschen zu einem bestimmten Thema austauschen können, das sie interessiert. Nun wäre es doch sinnvoll, genau solche Gruppen zu erstellen, zu denen ihr selbst besonders wertvolle Beiträge liefern könnt, die aber gleichzeitig auch eine spezielle Sorte Menschen anspricht, nämlich eure Zielgruppe. Oder zumindest einen Teil davon.

Ein Beispiel: Ihr erstellt als Kreisverband eine Gruppe zum Thema „Die schönsten Radtourenstrecken unserer Region“. Ihr sorgt für eine gewisse Aktivität, indem ihr selbst immer mal neue Beiträge einbringt und Tipps gebt. Und völlig unabhängig vom Verein werden sich Menschen dieser Gruppe anschließen, weil sie Interesse an diesem Thema haben und sich wertvolle Tipps erhoffen. Pflügt ihr diese Gruppe gut und stellt immer mal wieder den ADFC in ein gutes Licht, habt ihr genau das Richtige gemacht. Vielleicht ergeben sich daraus neue Kontakte, neue Mitfahrer bei euren Touren oder neue Aktive. Und wenn nicht, habt ihr vielleicht dafür gesorgt, dass demnächst die eine oder andere Fahrradtour stattfindet statt ein Ausflug mit dem Auto.

Macht euch mal Gedanken, an welchen Gruppen die Menschen Interesse hätten. Themen könnten sein: Touren, Stadtradeln, Critical Mass, Reparatur-Selbsthilfwerkstatt, Mit dem Rad zur Arbeit, Kaufberatung, Radwandern, Fahrradflohmkt.. und das jeweils immer mit regionalem Bezug. Euch fällt aber sicher noch viel mehr ein.

Je nach Art der Gruppe ist es sinnvoll, sie vielleicht versteckt zu halten, wenn keine neuen Mitglieder erwünscht sind und vielleicht eher interne Absprachen getroffen werden. Für Gruppen wie „Radfahrertipps Mainz und Umgebung“ ist das Verstecken nicht notwendig. Allerdings ist es sehr sinnvoll die Gruppe geschlossen zu halten, so dass Interessenten erstmal eine Anfrage stellen müssen, die ihr dann bestätigt. Es gibt häufiger gefälschte Konten, hinter denen sich keine echte Person verbirgt und die in Gruppen dann überall unerwünschte Werbung posten. So etwas könnt ihr auf diese Art einfacher eindämmen. Zusätzlich bekommen die Gruppenmitglieder, das Gefühl zu einem erlesenen Kreis zu gehören.

## **Veranstaltungen**

Auch Veranstaltungen gibt es wie Gruppen in diversen Varianten. Öffentlich, versteckt, so dass jeder Einladungen aussprechen kann oder auch so, dass nur der Ersteller dies kann. Es ist für jeden Zweck das passende möglich. In eine Veranstaltung notiert ihr dann alle notwendigen Informationen, das Datum, den Treffpunkt und die Zeit.

Mit Veranstaltungen habt ihr die Möglichkeit, zu planen und euch intern auszutauschen. Ihr wollt euren Radlerstammtisch organisieren und die Teilnehmer sind zum großen Teil auf Facebook? Prima, ihr könnt für den nächsten Stammtisch eine geschlossene Gruppe erstellen und gezielt eure Teilnehmer einladen. Vorab kann sich ausgetauscht werden, Bilder und Beiträge geteilt werden; und vor allem können die Eingeladenen auswählen, ob sie teilnehmen wollen, keine Zeit haben oder ob sie Interesse an der Veranstaltung haben aber noch nicht sicher zusagen.

Bei öffentlichen Veranstaltungen, wie etwa der Bike Night, bei der möglichst viele Teilnehmer erscheinen sollen, erstellt ihr dafür eine öffentliche Veranstaltung. Ihr ladet alle möglichen Interessenten ein und gebt sie in den Einstellungen so frei, dass jeder einladen kann. Nun bewerbt ihr die Veranstaltung noch kräftig. Teilt die Veranstaltung immer wieder und fordert eure Leser auf teilzunehmen und die Veranstaltung zu teilen. Ihr erhöht dadurch die Anzahl der Personen, die von eurer Veranstaltung erfahren, um ein Vielfaches.

## **Aus dem Internet in die reale Welt**

Nun habt ihr euch so sehr ins Zeug gelegt, Beiträge geschrieben, kommentiert, Gruppen erstellt und gepflegt und wozu das alles? So anonym diese Internetwelt auch manchmal ist; hinter jedem Kontakt steckt ein echter Mensch. Ihr habt mit Facebook nicht nur die Möglichkeit zu den Leuten Kontakt zu halten, die ihr schon kennt, sondern ihr könnt neue Menschen kennen lernen und umgekehrt. Facebook bietet euch die Chance, nicht nur neue Mitglieder und Aktive zu gewinnen, indem sie euch von eurer besten Seite kennenlernen, sondern auch Kontakte zu Politik, Firmen, Vereinen, Geschäften und allem Möglichen herzustellen und zu pflegen. Diese Chance sollte nicht vertan werden.

Nutzt die Gelegenheit, so oft es geht, euch auch mal im Leben außerhalb des Internets kennenzulernen. Kommuniziert mit den Menschen, die auf euch reagieren und ladet sie ein.

## **Andere Social Media Plattformen**

Neben Facebook gibt es noch diverse andere Plattformen: Instagram, Twitter, YouTube und mehr.

All diese Plattformen bieten euch die Möglichkeit in der Öffentlichkeit wahrgenommen zu werden. Dieser Leitfaden lässt sich in den meisten Bereichen auch auf alle anderen übertragen. Haltet euch an eine Hand voll Grundsätze und ihr seid auf einem guten Weg:

- Regelmäßige Beiträge
- Qualitativ hochwertige Beiträge
- Vorwiegend positive Beiträge
- Beiträge, die den Betrachter emotional ansprechen

- Kommunikation mit den Menschen, die eure Beiträge kommentieren
- Nicht konstruktive Kritik nicht zu Herzen nehmen und ignorieren
- Und nicht zuletzt: habt Spaß dabei!

Viel Erfolg!

**Impressum:**

ADFC Rheinland-Pfalz e.V.  
Zitadelle 1F  
55131 Mainz

Inhaltlich verantwortlich: Christina Wassenberg

Webseite: [adfc-rlp.de](http://adfc-rlp.de)

Stand: Dezember 2018