

GEWONNENE ERKENNTNISSE- BERICHT



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI PALERMO



Diese Veröffentlichung wurde aus dem Fonds für die innere Sicherheit der Europäischen Union - Polizei unter der Grant Agreement Nummer 867019 finanziert.

[HTTPS://COMMITPROJECT.EU/](https://commitproject.eu/)

7 IDEEN FÜR DIE ERSTELLUNG VON KAMPAGNEN- BEITRÄGEN

01 BEZIEHE DIE 'RICHTIGEN' LEUTE EIN



Wenn sich die Kampagne an Jugendliche richtet, solltest du sie in die Gestaltung der Beiträge einbeziehen, sie ansprechen und ihre Ideen einfließen lassen: Sie wissen besser, was Gleichaltrige mögen und woran sie interessiert sind. Lass auch Influencer*innen deine Botschaften unterstützen.

02 VERWENDE REELS & VIDEOS

Reels und Videos helfen, deine Botschaft ganzheitlicher zu vermitteln und mehr Informationen zu präsentieren. Außerdem erhältst du so mehr Likes und Aufrufe!



03 VERWENDE EINPRÄGSAME BILD- UNERSCHRIFTEN



Füge immer eine einprägsame und simple Bildunterschrift mit einem Aufruf zum Handeln ein, um das Thema näher zu beschreiben.

04 PRÜFE UND SUCHE HASHTAGS '#'

Suche nach aktuellen Themen und dem entsprechenden #, um den Trends zu folgen. Das bringt mehr Follower*innen und Likes, da die Leute diesen # folgen könnten, z.B. # zum Thema Covid-19, Klima und Fake News.



05 ACHETE AUF DIE MISCHUNG DER FORMATE



Denke über die Kombination von Formaten nach, die du verwendest. Sorge für mehr Abwechslung auf deinem Profil, z. B. durch Reels, Standbilder und Infografiken. Sie solltest unterschiedliche Beiträge für Instagram, Facebook und andere soziale Medien erstellen.

06 FÜGE TRENDIGE MUSIK ZU REELS UND VIDEOS HINZU

Mit Musik kannst du deine Videos und Reels aufpeppen. Du kannst dabei auch Musik verwenden, die zum jeweiligen Thema passt.



07 VERWENDE GIFS

GIFs sind für die Augen interessanter als einfache Bilder und bringen mehr Bewegung in deinen Content. Du kannst GIFs verwenden, um mehr Publikum anzuziehen und deine Botschaft auf spielerische Weise zu vermitteln!





DIE **GEWINNPUNKTE**



AUSSAGEN UND ERSTELLUNG VON
VIDEOS

VERWENDUNG VON
UNTERTITELN

ZUSAMMENARBEIT,
EXPERTISE UND ENGAGEMENT
DER PARTNER

DIE VERWENDUNG VON
CANVA

SCHNELLES LERNEN UND PROBLEMANALYSE WÄHREND DES PROZESSES, REGELMÄSSIGES
ERSUCHEN UM HILFE UND DAS ERLERNEN NEUER DINGE, DIE FÜR COMMIT VERWENDET
WERDEN KÖNNEN

PRÄSENZ IN DEN SOZIALEN
MEDIEN UND IM MARKETING

LEHRMATERIAL

AUSTAUSCH VON
PUBLIKATIONEN,
MATERIALIEN, ÜBUNGEN

NUTZUNG VON MEMES
UND TIKTOK

PARTIZIPATORISCHER ANSATZ:
CO-CREATION MIT
JUGENDLICHEN

TEAMARBEIT DES
KONSORTIUMS

FLEXIBILITÄT IN BEZUG AUF PROBLEME UND LÖSUNGEN - NICHT AUFGEBEN, WENN ES
PROBLEME GIBT

 **TAKE
ACTION**



GEWONNENE ERKENNTNISSE- BERICHT

Die #COMMIT COMMunication campaign against exTremism and radicalisation Vorschläge

**Planung ist das A & O:
Erstelle einen Content-
Plan & einen
Redaktionskalender..**

Vermeide zu wissenschaftliche
Analysen und zu lange Beiträge:
Stelle Artikel auf deine Website,
um ein Thema zu vertiefen. In den
sozialen Medien solltest du dich
kurz halten: weniger ist mehr.

Die Einbeziehung junger Menschen in die Mitgestaltung und -
erstellung der Kampagne ist der Schlüssel zum Erfolg! Es kann
jedoch eine Herausforderung sein, sie langfristig aktiv
einzubinden: Offline-Kampagnen sind genauso wichtig wie
Online-Kampagnen! Organisiere Workshops, Veranstaltungen,
Flashmobs, Festivals, Wettbewerbe und andere Aktivitäten, um
die Menschen auf sie aufmerksam zu machen und sie zu
weiterem Engagement zu motivieren!

Wenn die Kampagne europäisch ist,
arbeite in Gruppen oder Tandems, um
den Austausch und das Brainstorming zu
erleichtern, aber behalte immer den
nationalen und lokalen Kontext im Auge,
um die Zielgruppe effektiv zu erreichen.
Übersetze und bearbeite allgemein
gehaltene Themen zu spezifischem
Content!

Sei dir darüber im
Klaren, dass die
Unterstützung von
Social-Media-
Unternehmen und
das nötige Budget zur
Förderung der
Beiträge
entscheidend, aber
nicht immer einfach
zu bekommen sind.

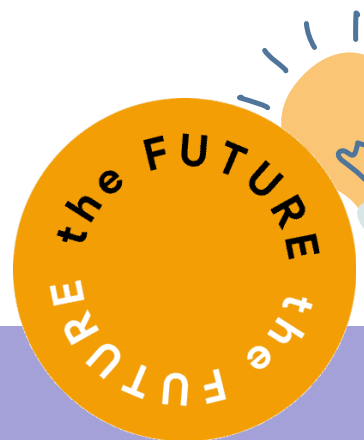
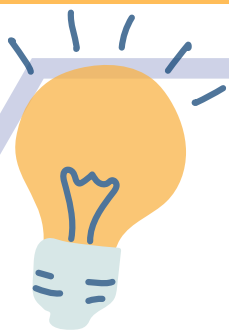
[HTTPS://COMMITPROJECT.EU/](https://commitproject.eu/)



Diese Veröffentlichung wurde aus dem Fonds für die innere Sicherheit der Europäischen Union -
Polizei unter der Grant Agreement Nummer 867019 finanziert.

Erkenntnisse aus der - Kampagne

- 1 Musik** in den Posts verwenden, wenn möglich
- 2 Unterschiedliche Social-Media-Plattformen** haben unterschiedliches Zielpublikum
- Beiträge mit Bezug zu **aktuellen Themen** lösen Diskussionen aus
- '*Weniger ist mehr*': Erstelle **simple Beiträge**
- Die Kampagnen sollten **im Voraus geplant** werden, insbesondere hinsichtlich der Videoproduktion
- Der Content-Plan sollte klar und flexibel sein; es sollte ein **Co-Creation-Verfahren** mit allen Teammitgliedern angewendet werden
- 7 Vermeide lange Beiträge**
- Beziehe **echte Menschen** und mehr Influencer*innen in Videos ein
- Hole **Feedback** von allen Teammitgliedern ein

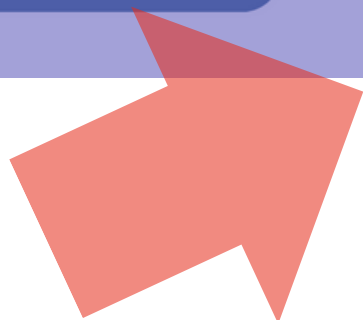


Ideen für die Zukunft

Aus der -Kampagne lernen

- 1 Mehr Offline-Kampagnenarbeit
- 2 Mehr Facebook Lives für die Diskussion der Kampagnenthemen
- 3 Verwendung des GAMMA+ Modells für die Ausarbeitung der Strategie, die Beobachtung und Bewertung der Kampagne
- 4 Von Anfang an mit Werbemaßnahmen beginnen, um die Anzahl der Follower*innen und die Reichweite der Beiträge zu erhöhen.
- 5 Eine klare Botschaft vermitteln, Beiträge so planen, dass sie eine Geschichte erzählen
- 6 Schulen stärker einbeziehen, einschließlich Schüler*innen, Lehrkräfte und Eltern
- 7 Nützliche Tools, wie CANVA (Pro), finden

<https://commitproject.eu/>



[HTTPS://COMMITPROJECT.EU/](https://commitproject.eu/)



Diese Veröffentlichung wurde aus dem Fonds für die innere Sicherheit der Europäischen Union - Polizei unter der Grant Agreement Nummer 867019 finanziert.



GEWONNENE ERKENNTNISSE- BERICHT

+ Follow



EUROPE



[HTTPS://COMMITPROJECT.EU/](https://commitproject.eu/)



LA BENEVOLENCIA



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI PALERMO

Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung trägt allein der Verfasser;
die Kommission haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen
Angaben.