



# DAFÜR STEIGEN WIR IN DEN RING!

**Jugendpolitik für Hessen jetzt!**

**Leitfaden des Hessischen Jugendrings für die  
Öffentlichkeitsarbeit in Jugendverbänden im  
Vorfeld der Landtagswahl**



## : Leitfaden für die Öffentlichkeitsarbeit

### Social Media und Co in Deinem Verband, Verein oder einer Ortsgruppe

#### Grundlagen

Die jugendpolitische Kampagne soll öffentlich sichtbar sein – über die Öffentlichkeitsarbeit im Verband oder Verein zeigt ihr, dass ihr euch im Vorfeld der Landtagswahl für jugendpolitische Themen stark macht und erreicht damit interne und externe Zielgruppen.

Im Rahmen der Kampagne haben wir ein paar Tipps für euch zusammengestellt, die euch die **Öffentlichkeitsarbeit im Kampagnenzeitraum Mitte September bis Ende Oktober** erleichtern sollen. Außerdem stellen wir euch ein paar Materialien zur Verfügung, mit deren Hilfe ihr die Sichtbarkeit der Kampagne und eurer Aktion/en verbessern könnt.

#### Gute Vorbereitung ist alles.

Schreibt einen kleinen Redaktionsplan für die Bewerbung und den Bericht eurer Aktion und bezieht die Homepage, den Newsletter, euer Verbandsmagazin, die Facebook-Seite, Twitter oder Instagram etc. mit ein. Legt fest, wer wann was postet.

Das kann so aussehen:

Datum	Anlass	Aussage	Autor	Bild/Video	Zielgruppe	Medien
15.09.	Fotoaktion mit Wahlkreis-abgeordnetem	Politiker_in XY steigt für das Wahlalter ab 16 in den Ring	XY	Foto mit Sprechblase	Eigener Verband Ehrenamtliche Landespolitik	Facebook Instagram Pressemitteilung NL
20.09.	Videoaktion des Vorstands auf der Vorstandssitzung	Verband steigt für gute Jugendpolitik in den Ring	XY	Video mit 4 Sprechblasen und Aussage „Dafür steigen wir in den Ring“	Eigener Verband Ehrenamtliche Landespolitik	Facebook Homepage

Vorlagen für komplexere Redaktionspläne findet ihr im Internet.

#### Das Timing

Überlegt euch, wenn ihr die Möglichkeit dazu habt, wie ihr eine kontinuierliche Berichterstattung von Mitte September bis Ende Oktober hinbekommt. Dazu könnt ihr einen Mix aus Berichten von eigenen Aktionen und Aktionen von anderen Verbänden oder dem hjr verwenden. Der hjr wird in diesem Zeitraum regelmäßig auf Facebook berichten (ca. drei Mal pro Woche) – schaut doch einfach wöchentlich rein und teilt interessante Beiträge auf der eigenen Seite.



Wenn ihr soziale Medien nutzt lohnt es sich, die Beiträge zeitlich aufzuteilen. Eine Berichterstattung sollte mindestens einmal wöchentlich erfolgen, um die „Follower“ interessiert zu halten und nicht aus deren Timeline rauszufliegen.

Wenn ihr ein Event plant, könnt ihr daraus mehrere „Posts“ basteln: Die Vorbereitung des Events dokumentieren, vom Event am Tag selbst berichten und am Tag danach vielleicht ein Fazit ziehen. Es empfiehlt sich, nicht mehrere Beiträge pro Tag auf demselben Kommunikationskanal zu veröffentlichen. Es gilt: Qualität vor Masse!

### Zeitplan

Ihr könnt euch bei Bedarf an folgendem Zeitplan orientieren:

KW 37	Start der Kampagne. Bericht hjr-Fotoaktion.
KW 38	hjr-Posts zur Forderung „Mehr Freiräume für Ehrenamt“
KW 39	hjr-Posts zur Forderung „Mehr politische Bildung“
KW 40	hjr-Posts zur Forderung „Jugend-Check für jugendgerechte Gesetze“
KW 41	hjr-Posts zur Forderung „Wahlalter 16“
KW 42	Endspurt: Wahlaufuf 1 und Forderungen bekräftigen
KW 43	Endspurt: Wahlaufuf 2 und Forderungen bekräftigen

### Umgang mit Fotos/Videos

Personen des öffentlichen Lebens dürfen abgelichtet werden und sie wissen das ja vorab, wenn ihr sie eingeladen habt - klärt sicherheitshalber trotzdem vorab mit den fotografierten Personen, dass ihr die Fotos veröffentlichen und sie darauf verlinken/markieren dürft. Nennt die Namen der abgebildeten Politiker\_innen, denn nicht all euren Followern ist klar, mit wem ihr da so schön posiert und warum dies eine politische Relevanz hat / ein großer Erfolg ist.

Erinnert auch die abgelichteten/gefilmten Politiker\_innen und anderen Personen daran, das Foto/Video auf der eignen Facebook-Seite u.ä. zu posten, die Hashtags [#indenRing](#) und [#LandtagswahlHessen](#) zu verwenden und euch zu verlinken.

Im Übrigen gilt die DSGVO – orientiert euch an eurer Verbandspraxis und arbeitet in den eigenen Reihen, wenn nötig mit Einverständniserklärungen (besonders bei der Veröffentlichung von Fotos Minderjähriger, was das Einverständnis der Erziehungsberechtigten voraussetzt).

### Tipps für Soziale Medien

Inhaltlich könnt ihr euch bei euren Beiträgen gut an den Argumentationshilfen zu den Forderungen in unserer [Arbeitshilfe für die Kampagne](#) orientieren.

#### Facebook

Hier können Infos umfassend mit Text, Video, Bild, GIFS, Links etc. dargestellt werden. Es empfiehlt sich aber beim Text kurz und knackig die gängigen „W-Fragen“ zu beantworten und weniger als 400 Zeichen zu verwenden. Erster Satz sollte ein „Teaser“ für die Info sein (also zum Beispiel eure Aktion zur Wahl unter dem Dach der Kampagne) und die Ansprache zielgruppengerecht gewählt. Überlegt also kurz, welche Online-Community ihr habt und ob ihr eure eigenen Reihen oder auch Politik oder Fachwelt anspricht.

Und ganz wichtig für Facebook im Rahmen der Kampagne: Liken **und** TEILEN! Liken alleine reicht nicht: Das Teilen eines Posts auf Facebook multipliziert die Reichweite erheblich, also teilen, teilen, teilen! Mitte September bis zur Wahl sollten wir alle regelmäßig mit der Kampagne in (sozialen) Medien auftauchen. Bezieht die Posts der hjr-Facebookseite aktiv in eure Kommunikation mit ein. Mehr als zwei bis drei Hashtags werden für eine gute Lesbarkeit nicht empfohlen.



### Twitter

Vorteil ist eine hohe Reichweite, auch bei Politik und Medien, wenn ihr bereits gut vernetzt seid. Die Textlänge ist mit 280 Zeichen vorgegeben. Der Verlinkungsgrad ist wichtig, außerdem das zentrale Medium für die Verwendung von Hashtags. Die [#indenRing](#) [#LandtagswahlHessen](#) können von euch hier natürlich durch weitere Hashtags ergänzt werden.

### Instagram

Die Plattform eignet sich natürlich hervorragend, um die Fotoaktionen sichtbar zu machen und positive Emotionen zur Kampagne zu wecken. Wenn ihr also hierfür Ressourcen habt: go for it! Auch hier kommen Hashtags originär zum Einsatz. Die Anwendung ist mit Facebook verknüpft, so dass hier gegenseitig Inhalte geteilt werden können. Grundsätzlich eignet sich die Plattform eher zur Dokumentation eurer Aktionen als für Ankündigungen.

## Online-Materialien – Euer Support der Kampagne

### Mailbanner

Bitte unterstützt die Bekanntmachung der Kampagne ab dem 10. September bis zur Wahl mit der Verwendung unseres Mailbanners (Download unter [www.hessischer-jugendring.de/kampagne2018](http://www.hessischer-jugendring.de/kampagne2018), dass ihr in eure Mailsignatur als Grafik einfügt.

### Sophie Barth

Referentin für politische Bildung und Öffentlichkeitsarbeit

#### Hessischer Jugendring e.V.

Schiersteiner Straße 31 - 33

65187 Wiesbaden

Fon 0611 99083-14

Fax 0611 99083-60

[Website](#) | [Facebook](#)



Hessischer  
Jugendring



### Share-Pics und Share-GIFS

Kleine Bewegtbilder mit Text (GIFS) werden wir nach Bedarf zu den einzelnen Forderungen in der jeweiligen KW (siehe Zeitplan) auf Facebook posten, um die zentralen Forderungen bekannt zu machen und zu streuen. Teilen ausdrücklich erwünscht!

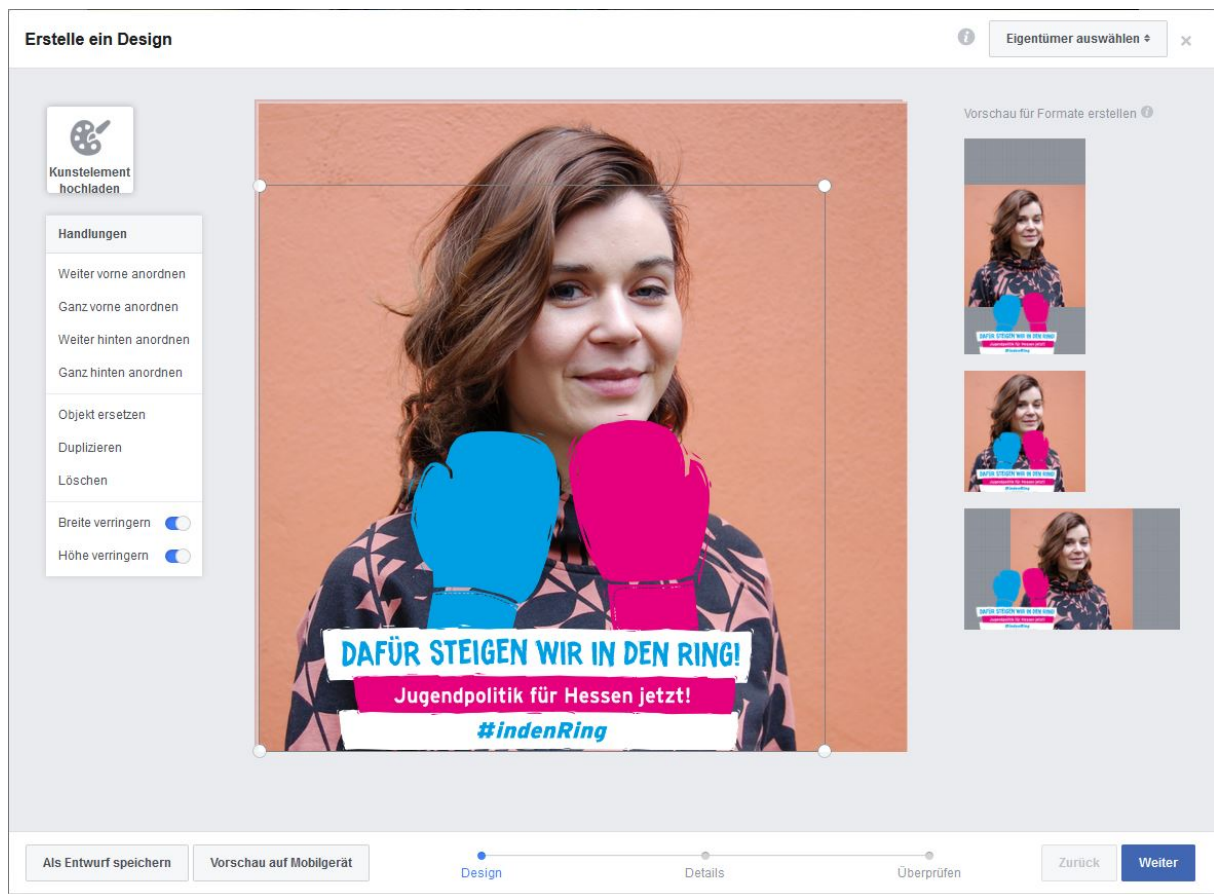
Es wird auch Share-Pics zum Wahlaufruf geben, die ihr ebenfalls teilen könnt. Die vier Sprechblasen mit den Forderungen sind ebenfalls als Share-Pics verfügbar.



## Facebook-Frame / Whats App-Profilbild

Wir haben einen Rahmen erstellt, mit dem sich Facebook-Nutzer\_innen der Kampagne virtuell unsere Boxhandschuhe anziehen können und damit ihren Support für die Kampagne ausdrücken. Dieser kann ganz einfach im [Facebook-Frame-Studio](https://developers.facebook.com/products/frame-studio) (<https://developers.facebook.com/products/frame-studio>) über das eigene Profilbild gelegt werden. Probiert es mal aus und vor allem – leitet die Info und Frame in euren Strukturen weiter!

Für die **Nutzung auf Whats App** kann das modifizierte Profilbild von Facebook heruntergeladen werden und wird einfach bei Whats App als Profilbild hochgeladen – fertig!



Beispielbild für das Erstellen eines Profilbild-Frames auf Facebook für die Kampagne

**...Dafür steigen wir in den Ring! Seid ihr bereit?**