

# **Digital kommunizieren –**

## **Nur so kriegen und halten wir die Jugend**

Digitale Jugendarbeit ermöglicht jedem Verein nachhaltige, kulturelle und persönliche Potentiale junger Vereinsmitglieder zu nutzen und sich als Verein weiterzuentwickeln

Attraktive Kommunikationsformen

*Markus Schürmann –  
Jugendbildungsreferent und Jugendengagierter*

# Ziele für heute

- Transparenz sein  
(gehört werden)
- Freiräume schaffen  
(zuhören)
- Interaktion suchen  
(beteiligen)
- Kommunikationsideen
- Digitale Tools
- Jugendbeteiligung

# Warum bin ich hier?

Was möchte ich von heute mitnehmen?

Was möchte ich in meinem Verein voranbringen?

[menti.com](https://www.menti.com)

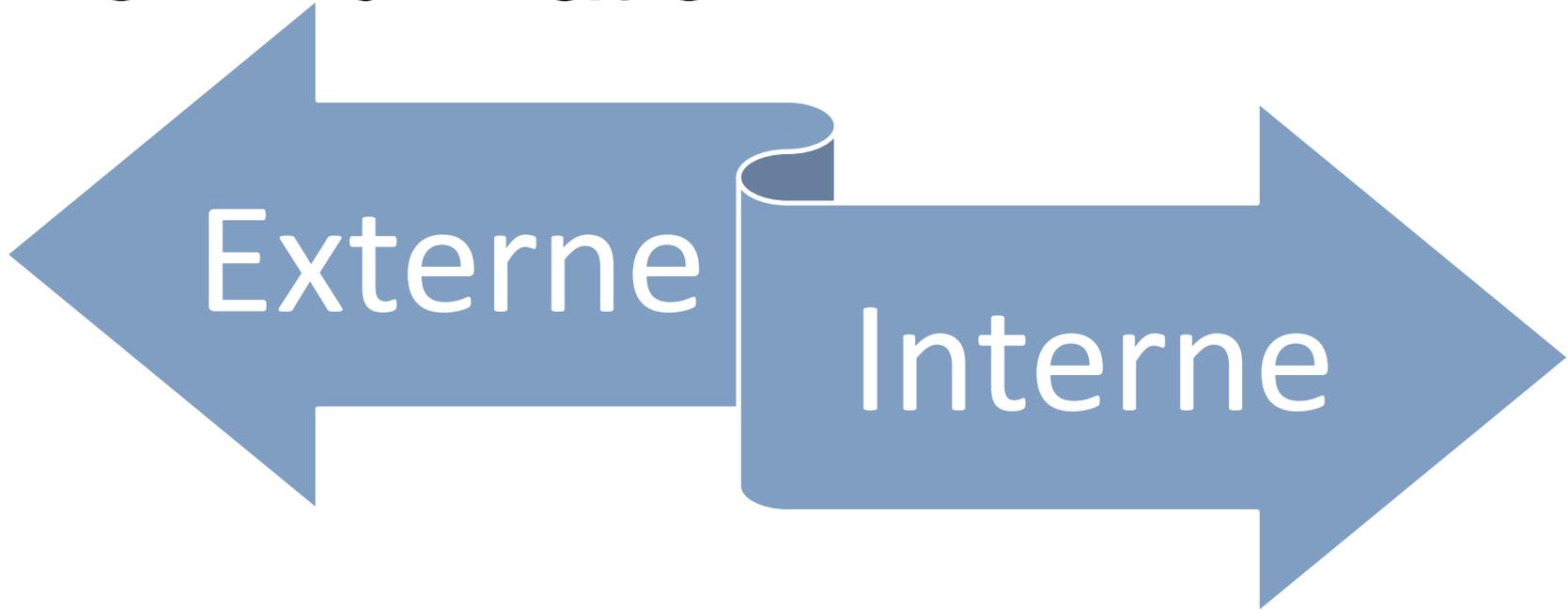
Code:

2087 9635



erlebnisse  
gemeinschaft neue medien  
zukunftsicherung  
mitgliedergewinnung  
selbstbestimmung  
partizipation  
freude  
werte

# Externe und interne Kommunikation



## **Gewinnung & Darbietung**

- Homepage
- Social Media

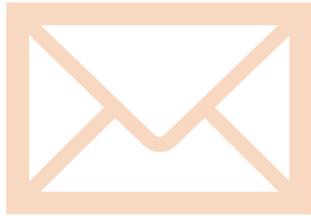
## **Bindung & Beteiligung**

- Events
- Plattformen

# Formelle vs. informelle digitale Kommunikation

	<b>Formell</b>	<b>Informell</b>
<b>Zeitgleich</b>	Digitale Versammlung	Digitales Teamevent
<b>Zeitversetzt</b>	Homepage-/Mail- Bericht	Social Media- Story/Post

# Alle mitnehmen mit digitaler Kommunikation



formeller, selten

**Mail**



schnell, häufig

**Chat**



schnell, einfach

**Voice-Chat**



überall, einfach

**Phone-Call**



persönlich, offen

**Video-Call**

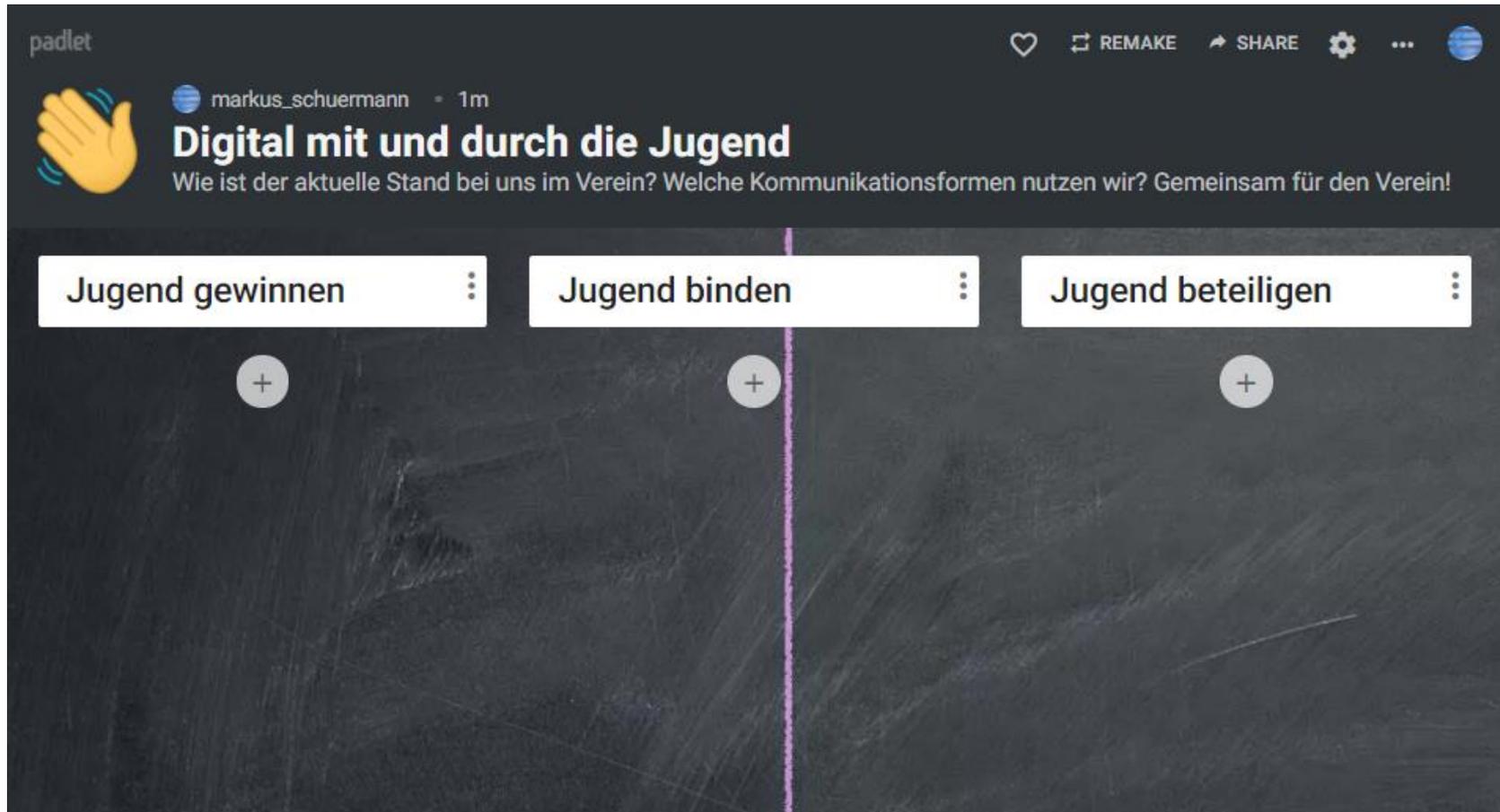
# Kommunizieren

Wie ist der aktuelle Stand bei uns im Verein?  
Welche Kommunikationsformen nutzen wir?

[padlet.com](https://padlet.com)



# Kommunizieren heißt interagieren



# Gewinnung junger Engagierter

## Informationen

- Wer sind wir, was machen wir!
- Bilder und Emotionen
- „Stellen-ausschreibungen“
- Online Aktionstag/ Challenge

## Ideen und Kontakt-möglichkeiten

- One-Klick auf der Homepage
- Eigene Rubrik auf der Homepage
- Social Media-Chats

# „Stellenausschreibung“

- Wer sind wir als Verein?
- Was kann ich bewirken?
- Wie viel Zeit benötige ich?
- Wo kann ich mich einsetzen?
- Wie werde ich (noch) wertgeschätzt?



Verein

Impact



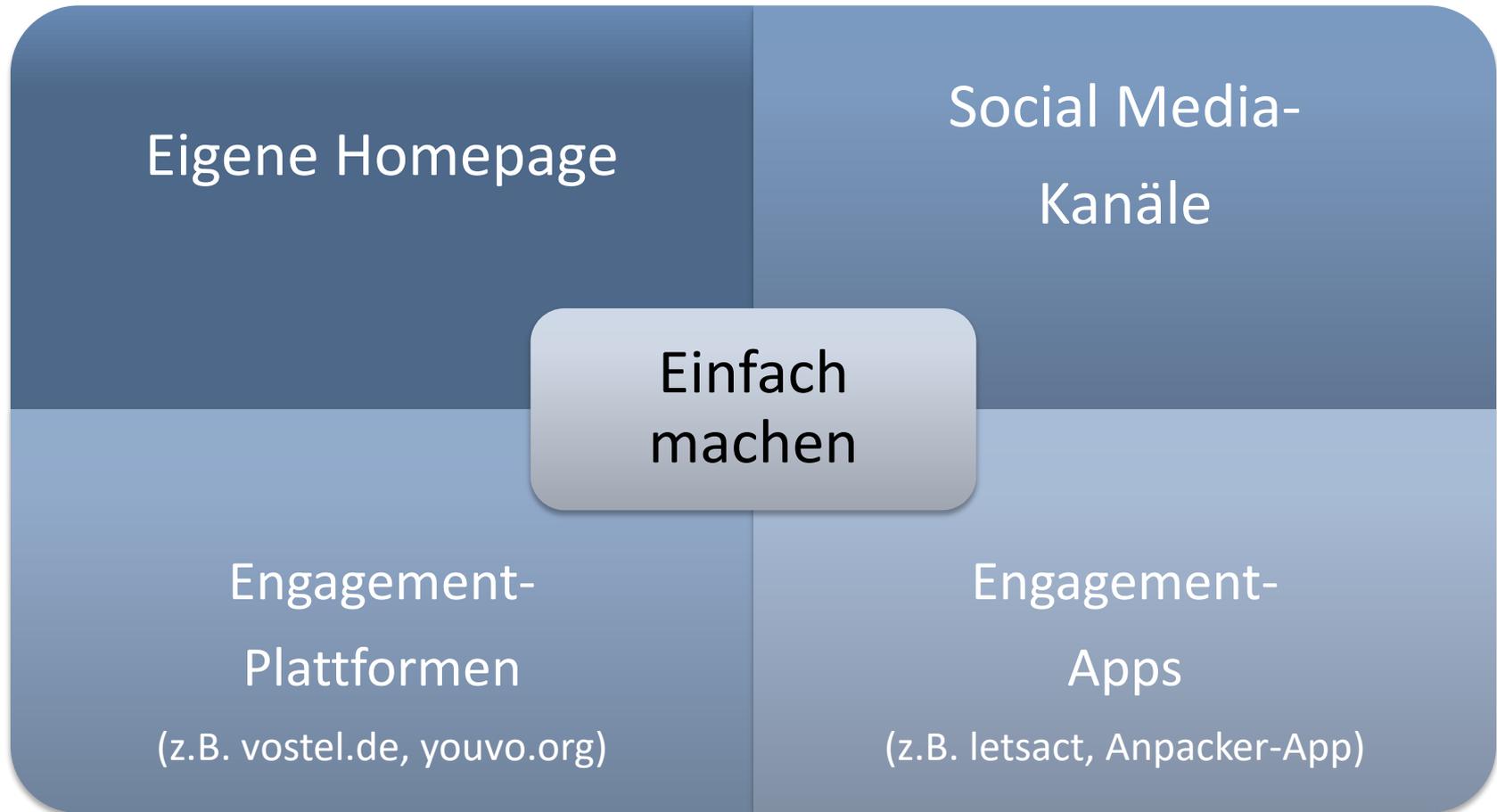
Zeit

Ort



Wert

# Gewinnung junger Engagierter



# Social Media-Kanäle in deinem Verein

Wo bist du aktiv?



Instagram



Facebook



TikTok



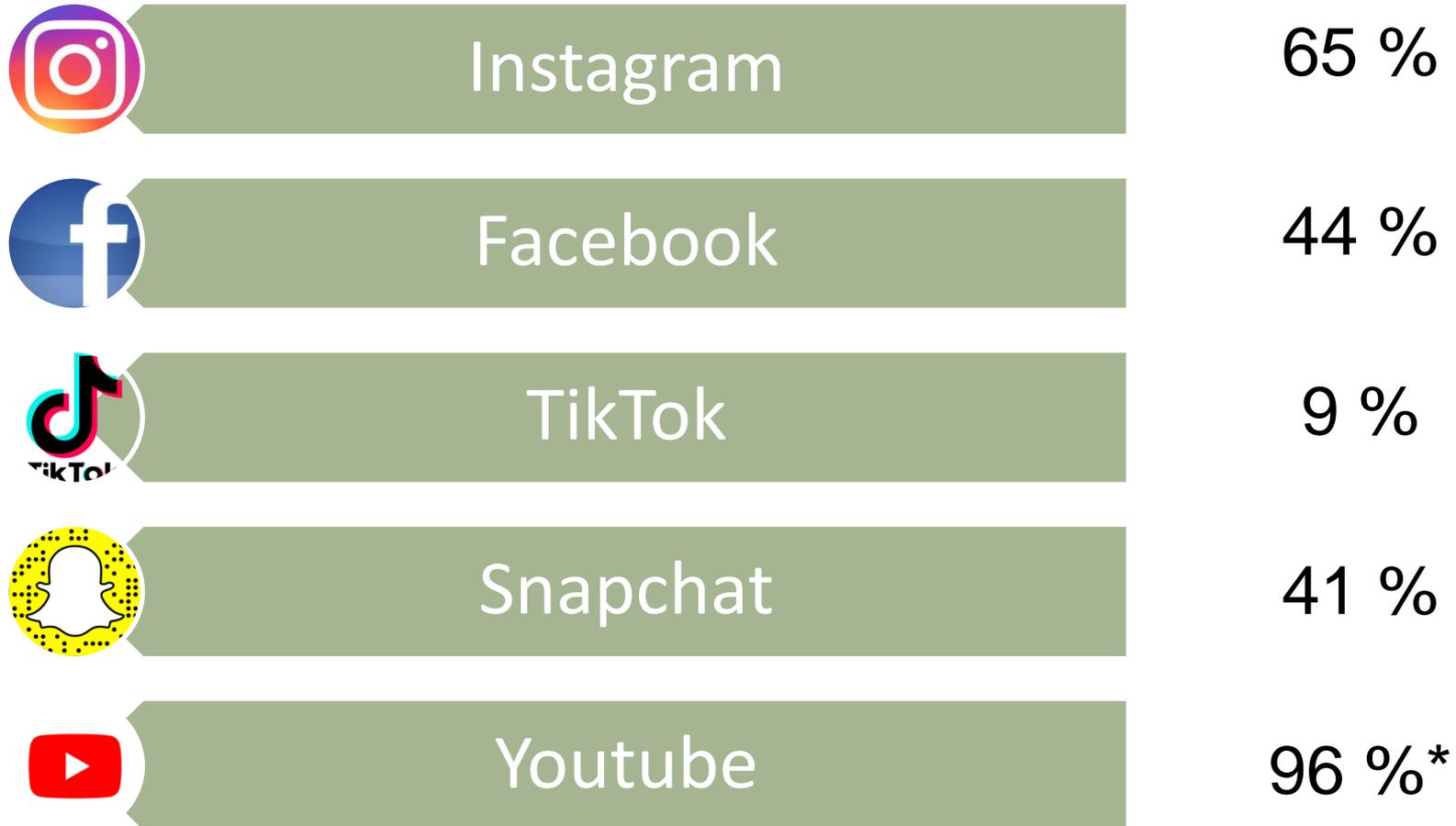
Snapchat



Youtube

## 14-29-Jährige

# Social Media-Kanäle und ihre Nutzer:innen



# Gedanken zum Content



Persönlichkeiten

Bilder



Emotionen

Videos



Interaktionen

# Content erstellen am Beispiel Canva



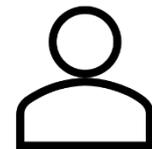
# Content erstellen am Beispiel Canva



# Vereins-Netzwerk



Wir wünschen uns ein soziales Netzwerk,  
doch es wird von Menschen benutzt  
und ist ein hervorragendes Instrument,  
um anonym alles im Menschen zu entfesseln.  
Das Problem ist nicht das Netzwerk,  
sondern der Mensch.



Karl Talnop



# Wertschätzung als Voraussetzung

**Sage jemandem  
aus deinem  
Verein Danke!**

# Vereinsteam online

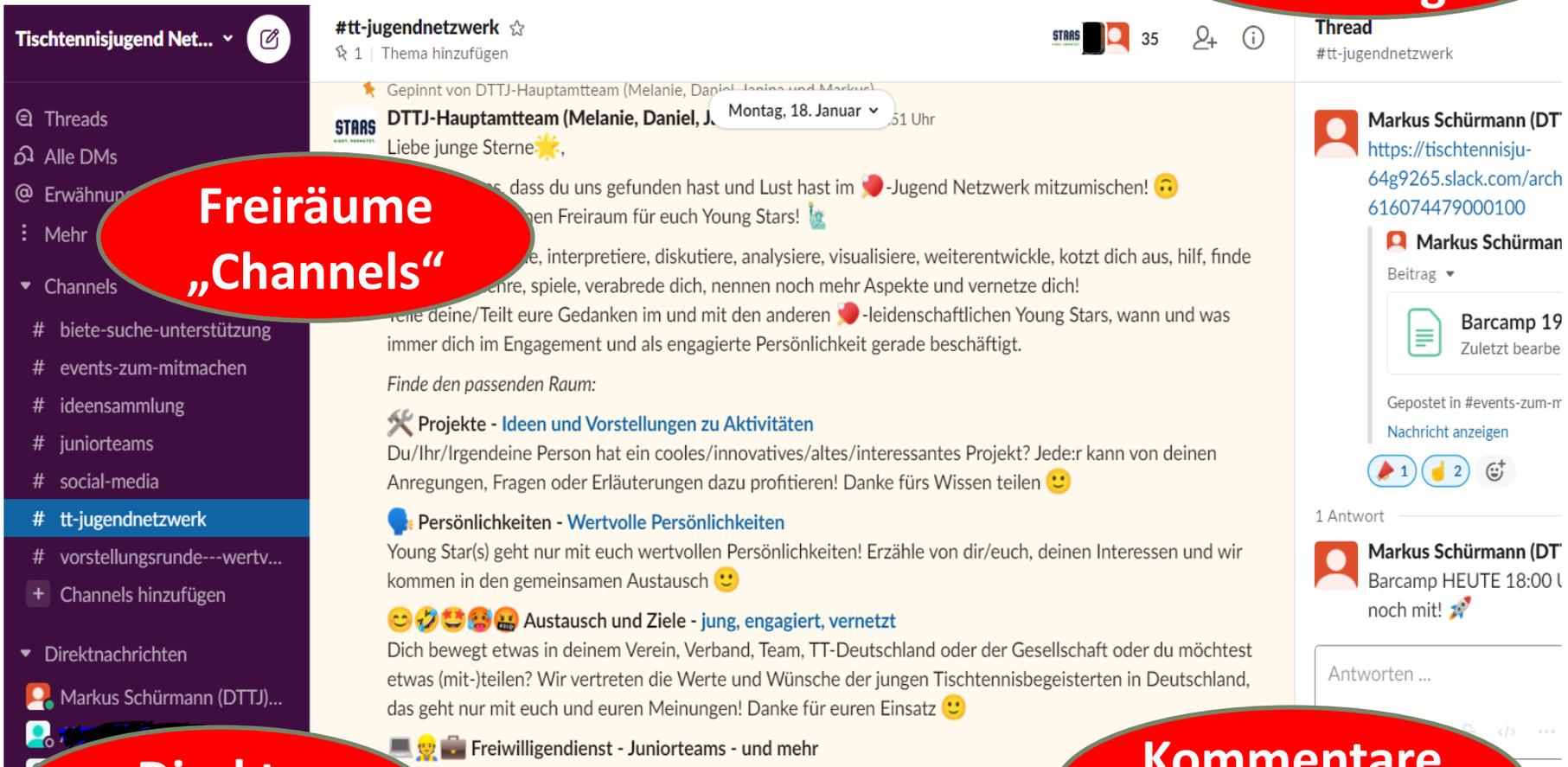


# Gemeinsame Vereinskultur mit Beteiligung



# Gemeinsam Vorankommen am Beispiel Slack

Infos teilen  
Ankündigen



The screenshot shows a Slack channel named "#tt-jugendnetzwerk". On the left is a sidebar with a list of channels, including "#tt-jugendnetzwerk" which is highlighted. A red oval with the text "Freiräume „Channels“" is placed over the channel list. The main content area shows a message from "DTTJ-Hauptamtteam (Melanie, Daniel, J...)" dated "Montag, 18. Januar" at "15:51 Uhr". The message text includes "Liebe junge Sterne", "Gepinnt von DTTJ-Hauptamtteam (Melanie, Daniel, J...)", and "Freiraum für euch Young Stars!". Below the message are sections for "Projekte - Ideen und Vorstellungen zu Aktivitäten", "Persönlichkeiten - Wertvolle Persönlichkeiten", and "Austausch und Ziele - jung, engagiert, vernetzt". A red oval with the text "Direkte Chats" is placed over the bottom left of the message area. On the right side, a "Thread" view is visible, showing a message from "Markus Schürmann (DT)" with a link to a Slack archive and a file named "Barcamp 19". A red oval with the text "Kommentare nutzen" is placed over the bottom right of the thread view.

Direkte  
Chats

Kommentare  
nutzen

# Beteiligung heißt Zuhören



**Das ist  
mein Thema**

# Freiraum „Barcamp“

#Barcampnpf March 2014

ROOMS	10-30-11:00	11:00-11:45	11:45-12:30	12:30-1:30	1:30-2:00	2:00-2:30	2:30-3:15	3:15-4:00	4:00-4:30	4:30-5:00	5:00-5:15	5:15-5:30	5:30-6:00
MAIN SPACE		storytelling risk media	feature swapshop	#Nom!	getting hackaday to desktop after lunch	Standing out - content marketing	Introduction - smart hacking	Senior/Agile - digital strategy	Start - case & - introduction				
LIBRARY		open source tech.	gov. webinars agile	U	Service users digital engagement	Energy games	Digital strategy - smart hacking	Community - case study with Tools					
SHINING PINK		social media + fundraising	email marketing optimization	C	Location Location NFC, being local RFID	Practical session - mobile video PRESENTATION SKILLS	Real time social + friends joining integration - bar campaigns	Internal case study + collaboration	How to host - down out				
RED ROOM		working with agencies + suppliers	conversion optimisation	T. & DXW	How to start an NFP? SEO	compagny + hackathon	top level domains	Online to offline					

#Barcampnpf March 2014

WRAP UP

TIDY UP

Bild CC: Howard Lake - Barcamp Nonprofits – timetable

# Eure Themen

**alpha**

**0001**

**WIR**

**DU**

# Interaktions-Kanäle



Social Media-Kanäle  
(z.B. Instagram)



Eigene Homepage



Team-Plattform  
(z.B. Slack, Microsoft-Teams)

# Interaktions-Tools



Gemeinsam Ideen, Ergebnisse, Meinungen sammeln  
(z.B. [padlet.com](https://padlet.com))



Gemeinsam Brainstormen, Abstimmen, Feedbacken  
(z.B. [mentimeter.com](https://mentimeter.com), [mindmeister.com](https://mindmeister.com))



Gemeinsam digital treffen  
(z.B. Break-Out-Rooms, [wonder.me](https://wonder.me))

Good

# Practices in der (digitalen) Jugendarbeit

## Mitglieder- gewinnung

- Wechsel in die Teilnehmenden-Perspektiv
- Neue Aktivitäten
- Kommunikationswege stärken
- Kooperationen mit Nachbar-Vereinen, Schulen
- Veranstaltungen (Ferienlager, Feste, Turniere)

## Mitglieder- bindung

- Neues Testen
- Vereinskultur leben
- „Jugend“-Werte anhören
- Beschwerde-management
- Aktivitäten regelmäßig überdenken

## Beteiligung

- Social-Media Präsenz durch Jugend verwaltet
- Jugendteam
- Jugendvorstand
- Junge Organisations-teams
- Interessens-abfrage (Dialog oder Online)

# Was nehme ich mit?

Was nehme ich von heute mit?

Was wünsche ich mir für das nächste Mal?

[menti.com](https://www.menti.com)

Code:

32 60 91



erlebnisse  
gemeinschaft neue medien  
zukunftsicherung  
mitgliedergewinnung  
selbstbestimmung  
partizipation  
freude  
werte

# Quellen – Bildquellen

- Howard Lake - Barcamp Nonprofits – timetable (CC BY-SA 2.0; flickr.com)
- Statista 2021  
<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/543605/umfrage/verteilung-der-nutzer-von-social-media-plattformen-nach-altersgruppen-in-deutschland/>
- Statista 2017  
<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/691565/umfrage/anteil-der-nutzer-von-youtube-nach-alter-in-deutschland/>