

## TIPPS FÜR DIE SOZIALEN MEDIEN WIE GEWINNE ICH IM LÄNDLICHEN RAUM JUNGEN NACHWUCHS FÜR KULTURFÖRDERVEREINE?

Noch schnell den neuesten Rezepttipp auf Facebook hochladen oder den letzten Do-it-yourself-Trick auf Instagram liken – Junge Erwachsene in der Stadt oder in ländlichen Regionen sind täglich in den sozialen Netzwerken unterwegs, um sich über Sport, Umweltschutz, Bildungs- oder Freizeitangebote zu informieren und auszutauschen. Schnell, einfach und immer aktuell Zugang zu Informationen zu haben – das macht den großen Vorteil der sozialen Medien aus. Ehrenamtliche Aktivitäten, gerade in ländlichen Regionen, zeichnet dagegen ein oftmals starker sozialer Zusammenhalt aus, die administrativen Wege sind kürzer und gemeinnützige Erfolge werden rascher sichtbar. Wie können also gerade die oftmals kleinen Kulturfördervereine im ländlichen Raum die Vorteile aus beiden Welten nutzen und neue junge Mitglieder für sich gewinnen?

### Nutzung von Social Media für Ehrenamt und Engagement

Soziale Medien erfüllen für junge Menschen eine wichtige Funktion im Engagement: Für 58,1 Prozent von 1.006 befragten Jugendlichen und jungen Erwachsenen sind sie für Organisationszwecke wichtig. Die Vorteile der sozialen Medien und des Internets für das Engagement sehen die Befragten vor allem darin, freier entscheiden zu können, wofür (72,7 Prozent) und wann (71,9 Prozent) man sich engagiert. Ein großer Anteil gab zudem an, dass sich durch das Internet und Social Media neue Themenfelder für soziale Aktivitäten auch jenseits des eigenen Wohnortes ergeben (65,3 Prozent). Online-basierte Engagementangebote scheinen insbesondere für einen Teil der Jugendlichen in ländlichen Regionen eine Ersatzfunktion innezuhaben, die ihnen ein für ihre persönlichen Interessen sowie zeitlichen und sozialen Ressourcen individuelles Engagement ermöglicht.

Mit den folgenden Tipps möchten wir Wege aufzeigen, wie Sie soziale Medien einsetzen können, um mit jüngeren Zielgruppen in Kontakt zu treten und diese für ehrenamtliches Engagement in ihrem Kulturförderverein zu begeistern.

#### CHECKLISTE: BEVOR ES LOSGEHT

- Ziele feststecken: Was soll mit dem Social Media-Account erreicht werden?
- Zielgruppe(n) ausmachen: Wer soll mit den Vereinsinhalten angesprochen werden?
- Inhalte lokalisieren: Welche Vereinsthemen könnten junge Menschen interessieren?
- Soziale Netzwerke auswählen: Welche Plattform passt zu den Bedarfen und Zielgruppen des Vereins?
- Ressourcen bestimmen: Wer kann mit welchem zeitlichen Aufwand die Accounts betreuen?

## 1. Junge Menschen für die Vereinsarbeit motivieren? Die Mischung macht's!

Junge Menschen wollen lernen und sich entwickeln. Daher sollte das kulturelle Förderprogramm eines Vereins möglichst beides bieten. Ob ein Kulturfestival mit Grillabend oder eine Pyjama-Party in der örtlichen Bücherei – eine gute Mischung aus Wissensvermittlung, Gemeinschaftsgefühl und Spaß zieht junge Leute an, – das gilt auch für Social Media. Bietet sich zudem die Möglichkeit, eigene Fähigkeiten, wie zum Beispiel Techniksports, in die Projektarbeit selbstständig einzubringen oder zu verbessern, motiviert das junge Erwachsene umso mehr, sich langfristig in einem Verein in der Nähe zu engagieren.

10 Tipps zur Gewinnung junger Mitglieder hat der DAKU bereits in einem handlichen FAQ zusammengestellt: [https://kulturfoerdervereine.eu/app/uploads/2021/03/FAQ\\_Mitgliedergewinnung-Junge.pdf](https://kulturfoerdervereine.eu/app/uploads/2021/03/FAQ_Mitgliedergewinnung-Junge.pdf)

## 2. Nichts muss, alles kann!

Individualität spielt bei jungen Generationen eine wichtige Rolle. Die meisten jungen Menschen haben konkrete Vorstellungen, was sie interessiert, sind viel unterwegs und haben immer irgendein „Projekt“ im Kopf. Unverbindlichkeit und Flexibilität beherrschen auch die sozialen Netzwerke, lassen sich aber teils nur schwer mit der traditionellen Vorstellung von Vereinsarbeit und -mitgliedschaft im ländlichen Raum vereinbaren. Trotzdem müssen neue Wege eingeschlagen werden, um die besonderen Wünsche nach individuellen Freiräumen mit den Pflichten einer Mitgliedschaft in Einklang zu bringen. Dass für ein Ehrenamt nicht genügend Zeit sei, sollte nicht länger ein Hindernisgrund für eine Vereinsmitgliedschaft sein.

*„Es gibt nicht mehr ‚die‘ Landjugend, sondern jede:r macht sein eigenes Ding in einer Welt unendlicher Möglichkeiten. Diese Vielfältigkeit muss man einfangen und im Kultur(förder)verein umsetzen.“*

Marie Golüke, Vorstandsmitglied Festival Für Freunde e. V.

## 3. Kontaktaufnahme über Instagram, Facebook & Co

Durch die Digitalisierung sind Kultureinrichtungen nicht länger an physische Räume oder analoge Medien gebunden. Doch nicht jeder Verein muss überall medial „mitmischen“. Entscheidend ist, welche Zielgruppe erreicht werden soll und welcher Content dafür produziert werden kann. Während für Instagram schöne Fotos und Stories Voraussetzung sind, sollte ein Tweet kurz und knapp auf den Punkt kommen. Für die Ansprache von jungen Menschen im ländlichen Raum über Social Media müssen deren Sprache, Ästhetik sowie junge Interessensgebiete berücksichtigt werden, ohne dabei zu übertreiben. Zudem sind Kooperationen mit anderen regionalen Vereinen sinnvoll, denn je kleiner der Ort, desto größer die Schnittmenge an Mitgliedern und umso eher besteht die Notwendigkeit, Mitgliedschafts- und Zusammenarbeitsformate zu entwickeln.

**Beispiele:** Zeigen Sie mit Fotos oder kurzen SoMe-Clips, in welchen Bereichen Ihres Vereins Individualität und Kreativität gefragt sind. Muss für ein kommendes Event eine Website gestaltet werden? Brauchen Sie jemanden, der schöne Fotos vom Jahrestreffen macht? Benötigen Sie Verstärkung bei der Kinderbetreuung beim nächsten Dorffest? Zeigen Sie, dass auch temporäre Unterstützung willkommen ist.

## 4. Welcher Content darf's sein?

Um eine junge Zielgruppe über Social Media zu erreichen, und dabei bestehen kaum Unterschiede zwischen Stadt- und Landkindern – sollte der Content vor allem kreativ und abwechslungsreich sein. Es geht nicht nur darum, über die eigene Vereinsarbeit zu berichten, sondern die jungen Follower aktiv anzusprechen und einzubeziehen. Wiederkehrende Serien und Posting-Routinen können Montagsmotivationen oder Kulturtipps zum Wochenende sein und die Community für einen Moment um das „virtuelle Lagerfeuer“ versammeln. Mittels Stories, Videos und Live-Talks können den Followern Einblicke „hinter die Kulissen“ gewährt werden und über Quizze oder kleine Gewinnspiele lassen sich weitere Kontakthürden abbauen.

*„Je klarer das Narrativ ist, mit dem man kommunizieren möchte, desto einfacher ist es, den roten Faden zu verfolgen.“*

Anke von Heyl, Social-Media-Expertin und Kulturberaterin

**Beispiele:** Treten Sie über Social Media mit Jugendclubs, Kirchengruppen, Schüler- und Studierenden-Initiativen (z.B. Fridays for Future) oder Vereinen mit hohem Anteil junger Eltern ihrer Region in Kontakt. Die meisten haben die Social Media-Auftritte inzwischen auf ihren Webseiten eingebunden. Suchen Sie nach gemeinsamen Schnittmengen. Teilen Sie zum Beispiel Events im Veranstaltungskalender auf Facebook oder in der Instagram-Story. Oder verabreden Sie einen gemeinsamen Live-Talk auf Instagram (inzwischen mit bis zu 4 Personen möglich) zu einem vereinbarten Thema.

## 5. Ohne Fleiß kein Preis

Um ansprechende Fotos und Videos für einen modernen Social Media-Auftritt zu erstellen, ist heutzutage kein teures Equipment notwendig. In den meisten Fällen reicht ein gutes Smartphone für eine einheitliche, ästhetische Bildsprache. Zudem stärken regelmäßig gepostete Beiträge und beantwortete Kommentare das Vertrauen und die Bindung in der Community. Der richtige Einsatz von Hashtags sowie des Taggens von Orten und anderen Accounts erhöhen zudem im Optimalfall die eigene Reichweite. Der Aufwand, einen oder mehrere Social Media-Accounts zu betreuen, sollte nicht unterschätzt werden. Aber auch hierfür schlummern unter den jungen Vereinsmitgliedern (in spe) vielleicht bislang unentdeckte Talente. Talente, die durch Weiterbildungen, wie z.B. einen Fotografie-Workshop, oder Do-it-yourself-Projekte gefördert werden sollten.

## 6. Regelmäßige Reflexion

Likes und Abonnentenzahlen sind ein guter erster Anhaltspunkt, wenn es um den Erfolg von geposteten Themen und Inhalten geht. Allerdings bieten die verschiedenen Social Media Plattformen darüber hinaus noch weitere kostenlose Auswertungsmöglichkeiten an, sog. Insights, die zum Beispiel Aufschluss über die Reichweite des Contents oder die Follower-Zusammensetzung nach Wohnort, Alter und Geschlecht bieten. Anhand dieser Daten kann noch besser auf die Interessen und Vorlieben der Zielgruppen eingegangen werden. Hat man in Erfahrung gebracht, welche For-

### CHECKLISTE: WORAUF ACHTEN?

- gute Qualität des Contents und ansprechende Optik
- Copyright für Fotos und Videos sowie die Persönlichkeitsrechte der Abgebildeten/Gefilmten
- verständliche Texte und passende Hashtags
- andere Accounts und Orte verlinken
- regelmäßiger und thematisch abwechslungsreicher Content
- Kommentare und Direct Messages zeitnah beantworten

mate und Inhalte auf positive Resonanz stoßen, kann in einem nächsten Schritt über vereinzelt beworbene Posts nachgedacht werden. Die Kosten für Werbung hängen von verschiedenen Faktoren ab, können aber für eine größere Reichweite und die Erschließung neuer Interessengruppen von Nutzen sein.

**Beispiele:** Gute Anregungen für Hashtags oder zielgruppengerechte Sprache und Ästhetik können andere erfolgreiche Accounts bieten, z.B. junge Radiosender oder Kultureinrichtungen der Region.

## Vorschläge für Instagram-Serien

**Behind-the-Scenes:** Stellen Sie in mehreren Posts verschiedene Bereiche Ihrer Vereinsarbeit vor. Lassen Sie dabei Vereinsmitglieder zu Wort kommen, die spannend und unterhaltsam „aus dem Nähkästchen plaudern“.



**Insta-Takeover:** Es ist bereits eine Gruppe junger engagierter Kulturförder:innen bei Ihnen aktiv? Dann lassen Sie diese für eine paar Tage (max. eine Woche), den „offiziellen“ Vereinsaccount übernehmen. Diese können aus ihrer Sicht von ihren Motivationen und ihrer Arbeit berichten.

**Motivation-Monday:** Jede:r braucht regelmäßig Motivation, die an ehrenamtliche Ziele und Vorsätze erinnert. Teilen Sie Ihre Motivation mit Ihren Followern und posten Sie einen schönen Spruch oder ein Zitat.

**Rate mal:** Jeder mag Spiele – je interaktiver und spannender eine Instagram-Story ist, umso besser! Starten Sie regelmäßig einfache Umfragen mit dem Instagram Umfrage-Sticker oder ein Wortspiel bzw. Rätsel, das in der weiteren Story aufgelöst wird.



**Freebies und Goodies:** Ob interessante Grafiken, schöne Hintergrundbilder, Buchtipps oder Checklisten – all das lässt sich einfach über die Instagram-Stories teilen bzw. verschenken, indem die Follower diese Inhalte einfach screenshotten. Natürlich können als Highlights Eintrittskarten für Events (für Nichtmitglieder) oder andere exklusive Coupons verlost werden.

*„Ehrenamt nicht als bloße Mitgliedschaft verstehen, sondern als eine Form der gezielten kreativen und flexiblen Zusammenarbeit für Projekte und Veranstaltungen des Vereins.“*

Christopher Vila, 1. Vorsitzender,  
Kultur- und Heimatverein Egling e.V.

**Fotowettbewerbe:** Welche jungen Themen gibt es, die zum einen Bezug zu Ihrem Verein, zum anderen Raum für fotografische Experimente bieten? Überlegen Sie sich einen kreativen, bislang nicht genutzten Hashtag und fordern Sie Ihre Follower auf, Fotos unter diesem Hashtag zu posten und Ihren Account zu taggen. Aus diesem „Pool“ kann dann zum Beispiel einmal in der Woche oder im Monat ein Foto gefeared werden. Um größere Anreize zu schaffen, kann für den/die Sieger:in am Ende einer Posting-Frist auch ein kleiner Preis winken.



### Mitwirkende:

Dachverband der Kulturfördervereine e. V. mit seinem *Jungen Think Tank im DAKU*  
Christopher Vila, Kultur- und Heimatverein Egling e. V.  
Marie Golüke, Festival für Freunde e. V.  
Eric Klausch, das Power On e. V.  
Artemis Toebs, Referentin Digitale Nachbarschaft  
Anke von Heyl, Social-Media-Expertin und Kulturberaterin  
Romina Becker, Social-Media-Expertin

### Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages