

# SOCIAL MEDIA FÜR HOCHSCHULAKTIONEN

## LEITFADEN

### TUE GUTES UND REDE DARÜBER!

Facebook und andere Social-Media-Kanäle haben sich mittlerweile zu wichtigen Kommunikationswegen in unserer Arbeit entwickelt. Allein im Jahr 2016 haben sich zum Beispiel mehr als 260.000 Menschen über unsere Social-Media-Kommunikation ein Registrierungsset bestellt.

Um Menschen einzubeziehen und sie zu aktivieren, müssen wir gemeinsam zeigen, was wir geschaffen haben. Hier lautet das Motto ganz klar: **TUE GUTES UND REDE DARÜBER!**

Ob Snapchat, YouTube, WhatsApp oder Pinterest – es gibt viele Möglichkeiten, um auf euer Engagement hinzuweisen. Nutzt das, was ihr auch privat gerne verwendet, und setzt euren Kampf gegen den Blutkrebs kreativ um!

### TIPPS UND TRICKS ZU SOCIAL MEDIA

#### TIPPS UND TRICKS

- Gebt euch als Absender zu erkennen
- Markiert Personen und Orte in euren Beiträgen
- Beste Zeit zum Posten: mittags, abends
- Schnappschüsse sind willkommen
- Fotos/Videos sind sehr wichtig
- Seid authentisch und emotional
- Fordert immer zum Handeln auf
- Setzt Emojis ein
- Nutzt #studis4dkms
- Postet regelmäßig

ICH BIN  
STAMMZELL-  
SPENDER!  
DU AUCH?

GIVE THE  
MONEY!

MACH  
MAL  
AAAA ... !

## WELCHE SOCIAL-MEDIA-KANÄLE KÖNNT IHR NUTZEN?

Ideal ist es, wenn ihr privat (in eurem Namen) postet, aber vor allem auch eure Hochschule einbindet. Informiert eure Hochschulzeitung, die Social-Media-Manager beim AStA, das Uni-Radio, um innerhalb eurer Hochschule intensiv auf eure Registrierungsaktion aufmerksam zu machen.

Ihr wollt Beispiele haben, was und wie ihr auf den einzelnen Kanälen kommunizieren könnt? Hier sind sie!

## FACEBOOK

### VOR DER AKTION

- Erstellt eine Veranstaltung.
- Ladet Freunde ein, die bereits Stammzellspender sind, und bittet sie darum, eure Veranstaltung zu teilen.
- Kündigt die Veranstaltung im Post an:
  - Wie bereitet ihr euch auf die Aktion vor?
  - Was sind die Hürden?
  - Braucht ihr Helfer?
- Kündigt Specials an.

### WÄHREND DER AKTION

- Teilt alles mit euren Kommilitonen:
  - Werdet ihr von der Menge überrannt?
  - Herrscht gähnende Leere auf den Registrierungsplätzen?
  - Erwarten die Studenten besondere Specials? Eine Band? Free Hugs?

### NACH DER AKTION

- Kommuniziert und teilt!
  - Wie viele Studenten haben sich registriert?
  - Was ist gut/schlecht gelaufen?
  - Habt ihr eine Botschaft?

### WEITERE MÖGLICHKEITEN

- Schon einmal Facebook-Live ausprobiert?
- Falls euch ein Live-Video zu stressig ist, ladet im Nachhinein ein Video hoch (ideal: 1-2 Minuten).
- Erstellt ein Album oder eine Slideshow, die die Eindrücke des Tages widerspiegeln.



## INSTAGRAM

Bei Instagram zählt: **Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte!** Das Bildernetzwerk ist dafür geeignet, Botschaften konkret ins Bild zu packen.

### WAS KÖNNT IHR POSTEN?

- Im Fokus steht ihr und eure Hochschule.
- Macht Bilder von Kommilitonen, von euch bei der Aktion, von Impressionen vor Ort.
- Nutzt immer Hashtags (#studis4dkms #DKMS #lebenretten #Lebensretter #Stammzellenspende #young #Studenten).
- Nutzt die Boomerang-App (produziert Videos in Dauerschleife).
- Macht eine Instagram-Story und taggt uns (dkms\_de).
- Bittet eure Kommilitonen, auf der Aktion selbst Selfies ins Netz hochzuladen.
- Wer nicht zur Aktion kommen kann, kann sich online registrieren.

### INSTAGRAM-BEISPIEL

Worauf die wohl warten? Ersti-Tüten, Kaffee, der umsonst ausgetrennt wird, eine freie Toilette? FALSCH! Diese Studenten warten darauf, sich zu registrieren! Studenten der @UniversitätPassau, kommt zum ... und werdet Lebensretter.



#studis4dkms  
#Studenten  
#Uni #Passau  
#young  
#Lebensretter  
#Stammzellenspende  
#DKMS

## TWITTER

Für Hochschulaktionen bietet sich Twitter als Liveticker an.

### WAS KÖNNT IHR TWEETEN?

- Aktualität steht im Vordergrund.
- 140 Zeichen stehen euch zur Verfügung.
- Nutzt immer Hashtags (idealerweise 1-2, z. B.: #studis4dkms).
- Tweetet, was bei euch los ist.
- ReTweets von Teilnehmern.
- Fotos, Videos, O-Töne kommen immer gut an!

### TWITTER-BEISPIEL

Studenten, Hand hoch ... Wer hat Bock, Leben zu retten? Dann registriert euch heute an ... #studis4dkms

## WEITERE MÖGLICHKEITEN

Jede Universität hat eine Webpräsenz mit einem Veranstaltungskalender und einem Newsbereich.

Kontaktiert die zuständigen Personen und bittet um eine Veröffentlichung eines Berichtes zur Hochschulaktion!

### Folgende Fragen können als Grundlage für den Blogbeitrag dienen:

- Wann findet die Aktion statt?
- Warum ist das Hochschulprogramm für euch wichtig?
- Welche Eindrücke haben Studenten/Dozenten vom Programm gewonnen?
- Wie ist die Organisation der Registrierungsaktion?
- Interviewt einen Studenten, Stammzellspender, Verantwortlichen der Aktion.

## DENKT AN DIE BILDRECHTE

Die Veröffentlichung und Nutzung eurer Fotos erfolgt nur mit Einwilligung des Urhebers/Berechtigten. Im Idealfall macht die Bilder, die ihr für Beiträge nutzt, immer selbst.

### Achtet bei euren Fotos darauf, dass folgende Dinge geklärt sind:

- Wer hat das Foto gemacht?
- Wer ist darauf abgebildet?  
Liegt eine Einwilligung (schriftlich oder mündlich) vor?
- Sind Marken zu erkennen?
- Sind in irgendeiner Weise eindeutig identifizierbare, schöpferische Werke zu erkennen?

## WIE KÖNNEN WIR WEITERHELFFEN?

Ihr habt weitere Ideen und benötigt Hilfe? Kein Problem, sprecht mit uns! Seid ihr euch unsicher, wie ihr am besten euren Post formuliert oder habt ihr konkrete Fragen zu den sozialen Netzwerken, dann meldet euch beim Aktionsbetreuer oder beim Social-Media-Team unter [social@dkms.de](mailto:social@dkms.de)

Leitet gerne euer Material an uns weiter, sodass wir es auch für unsere Kommunikation nutzen können.



## CHECKLISTE - FÜR EUREN ÜBERBLICK

|  |                          |
|--|--------------------------|
| Bestimmt einen affinen Social-Media-Leader   | <input type="checkbox"/> |
| Kontaktiert Hochschulpresse, Uni-Radio, Uni-Zeitung, Presseverwaltung der Uni, AStAs                         | <input type="checkbox"/> |
| Plant grob, auf welchen Kanälen was wann kommuniziert wird   | <input type="checkbox"/> |
| Platziert überall den Hashtag #studis4dkms   | <input type="checkbox"/> |
| Thematisiert auch die Geldspende, die für eure Aktion wichtig ist  | <input type="checkbox"/> |
| Kommuniziert Inhalte vor, während und nach der Registrierungsaktion  | <input type="checkbox"/> |
| Packt eine digitale Kamera oder ein Handy mit guter Kamerafunktion ein. Der Akku ist ebenfalls eingepackt.   | <input type="checkbox"/> |
| Am Tag der Aktion bereitet einen Stand vor, auf dem Foto-Utensilien liegen (Bubbles, XXL-Wattestäbchen usw.) | <input type="checkbox"/> |
| Animiert die Studis ein Foto zu machen, um es auf ihren Kanälen hochzuladen                                  | <input type="checkbox"/> |
| Am Ende der Aktion schickt der DKMS Bilder und O-Töne zu, damit sie diese in ihrer Kommunikation nutzen kann | <input type="checkbox"/> |
| Berücksichtigt die Vorgaben der Bildrechte   | <input type="checkbox"/> |

## UND ZU GUTER LETZT

|  |                          |
|--|--------------------------|
| Seid auf euch und euer gesamtes Team stolz, denn ihr habt Großartiges geschaffen! Ihr schenkt Blutkrebspatienten die Hoffnung auf ein zweites Leben! | <input type="checkbox"/> |
|--|--------------------------|

### DKMS

gemeinnützige GmbH  
Kressbach 1  
72072 Tübingen

T 0 70 71 943-0  
F 0 70 71 943-1499  
[post@dkms.de](mailto:post@dkms.de)

[dkms.de](http://dkms.de)