



// anstiftung

Grundlagen **Interne Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit** in kleinen Initiativen und Projekten mit Freiwilligenarbeit



Über Uns +

// Ziel des Webinars

Das erwartet euch heute:

- **Interne Kommunikation** vereinfachen
- **Öffentlichkeitsarbeit** realistisch gestalten
- **Zielgruppen** besser erreichen
- Erstellung einfacher **Inhalte** über verschiedene Kanäle
- **KI** sinnvoll als Unterstützung einsetzen

// Herausforderungen

Viele Projekte haben insbesondere **in der Freiwilligenarbeit** ähnliche Herausforderungen:

- Kommunikationsmaßnahmen passieren häufig „nebenbei“
- Wenig Zeit und wechselnde Beteiligte
- Unterschiedliche Erfahrungen und Motivation

// Interne Kommunikation

// Kommunikationswege

Problem: Oft findet Kommunikation überall statt und Informationen werden dezentral in Einzelarchiven abgelegt – so geht Wissen verloren.

Relevanz: effiziente Informationweitergabe und Verantwortungsaufteilung

Deshalb: → **Ein Kanal pro Zweck. Ein Ort für Wissen.**

// Kommunikationstools

Zweck	Verbreitete Anbieter	Alternativen
Schnelle Abstimmungen	Whatsapp	Signal
Aufgaben	Trello	Vikunja
Dokumente & Wissen	Google Drive	Nextcloud
Gestaltung	Canva	Penpot
Terminkoordination	Doodle	Kulibri

Mein Trello-Board           

Veranstaltungen anstiftung 1 ...

02.10.2026, 13:00 Uhr,
Veranstaltung "Urbane
Gärten" mit 30 Personen

+ Eine Karte hinzufügen 

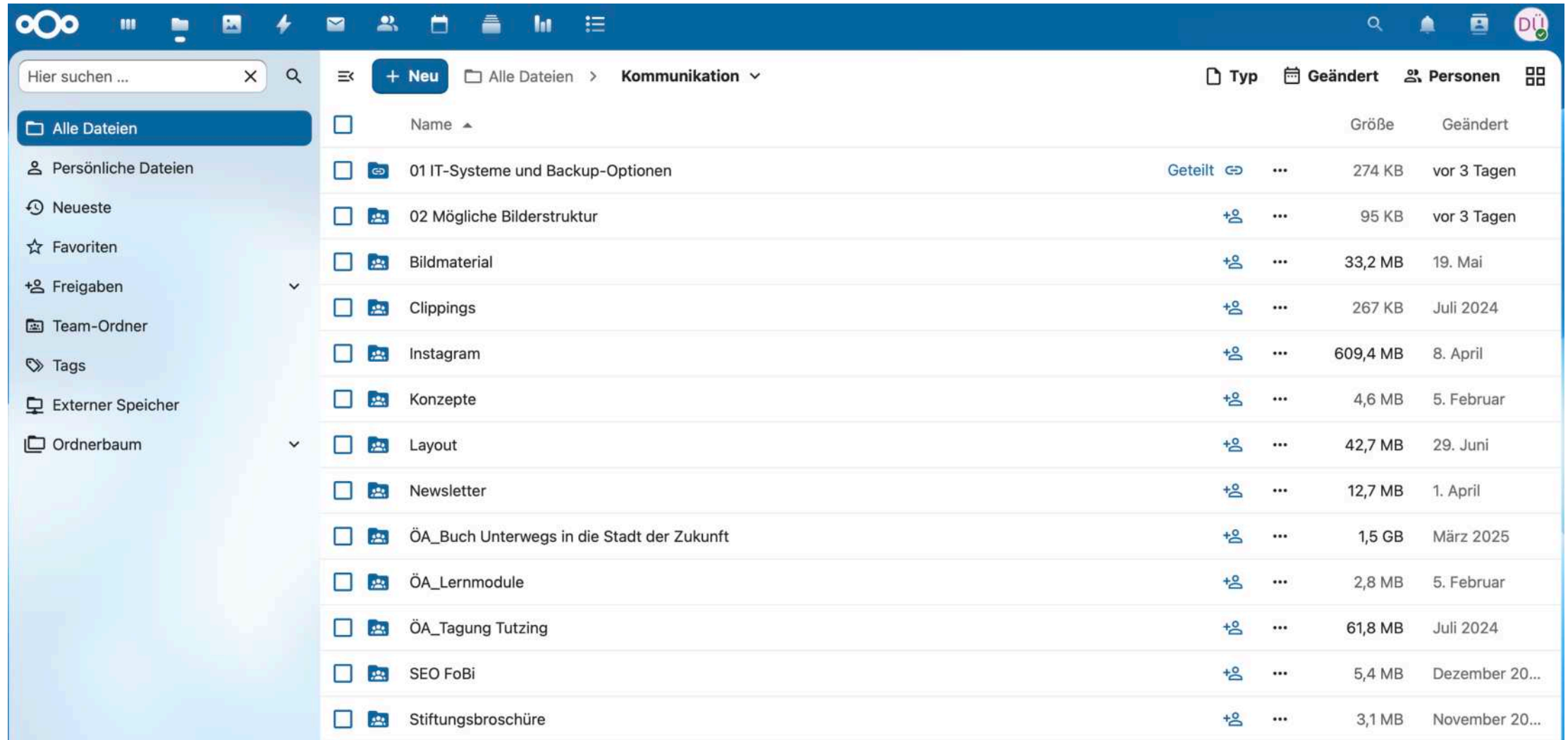
To Do Mitarbeitende
anstiftung 0 ...

+ Eine Karte hinzufügen 

Vergangene
Veranstaltungen 0 ...

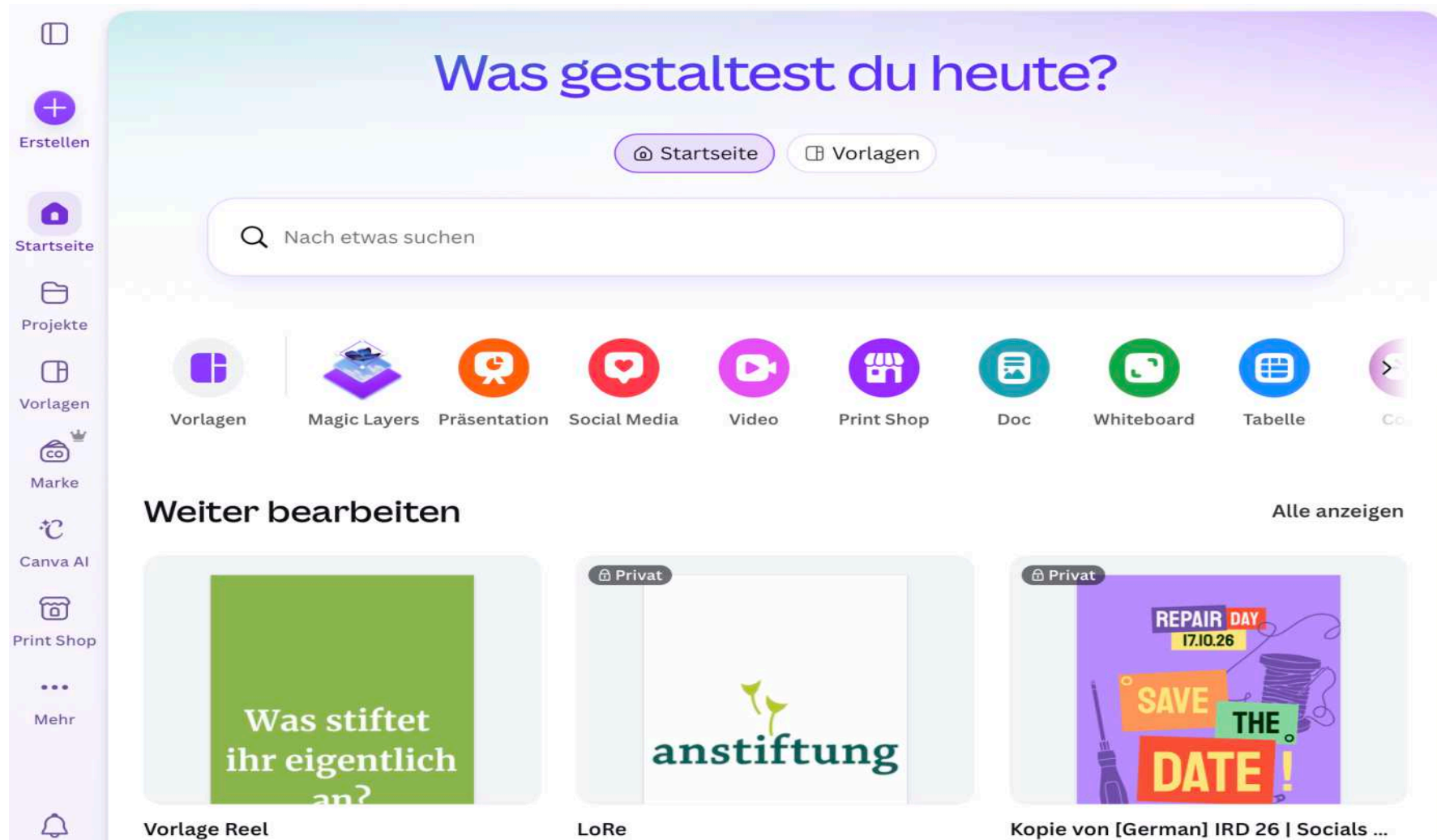
+ Eine Karte hinzufügen 

+ Eine weitere Liste hinzufügen



The screenshot displays the Nextcloud web interface. On the left is a sidebar with navigation options: 'Alle Dateien', 'Persönliche Dateien', 'Neueste', 'Favoriten', 'Freigaben', 'Team-Ordner', 'Tags', 'Externer Speicher', and 'Ordnerbaum'. The main area shows a file list under the 'Kommunikation' folder. The list includes columns for selection, name, type, sharing status, size, and modification date. The files listed are:

	Name	Typ	Geändert	Größe	Geändert
☐	01 IT-Systeme und Backup-Optionen	Geteilt	...	274 KB	vor 3 Tagen
☐	02 Mögliche Bilderstruktur	...	...	95 KB	vor 3 Tagen
☐	Bildmaterial	...	...	33,2 MB	19. Mai
☐	Clippings	...	...	267 KB	Juli 2024
☐	Instagram	...	...	609,4 MB	8. April
☐	Konzepte	...	...	4,6 MB	5. Februar
☐	Layout	...	...	42,7 MB	29. Juni
☐	Newsletter	...	...	12,7 MB	1. April
☐	ÖA_Buch Unterwegs in die Stadt der Zukunft	...	...	1,5 GB	März 2025
☐	ÖA_Lernmodule	...	...	2,8 MB	5. Februar
☐	ÖA_Tagung Tutzing	...	...	61,8 MB	Juli 2024
☐	SEO FoBi	...	...	5,4 MB	Dezember 20...
☐	Stiftungsbroschüre	...	...	3,1 MB	November 20...





Terminumfrage

von Lilian van Essen vor 6 Stunden

[Neues Projekt](#)

Urban Gardening Zusammenkommen

Zeitzone: Europe/Berlin

1 Teilnehmende ↓ ¹/₉ ↓ ^A/_Z

Do

22.10.

-

-

✓ 0 

Fr

23.10.

-

-

✓ 0 

Sa

24.10.

-

-

✓ 0 

So

25.10.

-

-

✓ 0 

// Kommunikationswege

Was sollte dokumentiert werden?

- Ansprechpartner*innen
- Kontakte
- Verantwortungen und Backup-Optionen
- Ablaufpläne und Checklisten
- Presseverteiler
- Vorlagen: Presstext, Social-Media-Post, Textbausteine, etc.

// Tipps

! Tipp !

Zu fast allen Themen gibt es inzwischen super **YouTube-Videos**.

KI kann sinnvoll eingesetzt eine gute Unterstützung sein. Eine genaue Abwägung der Risiken vor jedem Einsatz ist jedoch wichtig. Mehr dazu später...

// Interne Kommunikation

// Verantwortlichkeiten

**Insbesondere auch bei
externer Kommunikation!**

Der **Vorstand haftet** – aber wer ist verantwortlich?

Daher wichtig: **Nicht erst überlegen, wenn Fehler passiert sind, sondern mögliche Szenarien im Vorfeld durchdenken!**

// Missbrauch von Verantwortung

Vorher klären:

- Wer trägt die Verantwortung für Inhalte und bemerkt Vorfälle?
- Wer darf den Zugang freigeben/sperren?
- Wer informiert den Vorstand?
- Welche Inhalte müssen gesichert werden?
- Welche Passwörter und Berechtigungen müssen geändert werden?

// Zwei-Faktoren-Authentifizierung und geteilte Passwörter

- 2FA und Passkeys für mehrere Personen
- Geteilte Passwortverwaltung

Beispiel: „Authentik“ mit zentraler Anmeldung für mehrere Personen

// Öffentlichkeitsarbeit

// Einführung

Warum ist Öffentlichkeitsarbeit relevant?

- Aufmerksamkeit ist begrenzt
- Sichtbarkeit von und Beteiligung bei Projekten
- Kontakt zu Stakeholdern

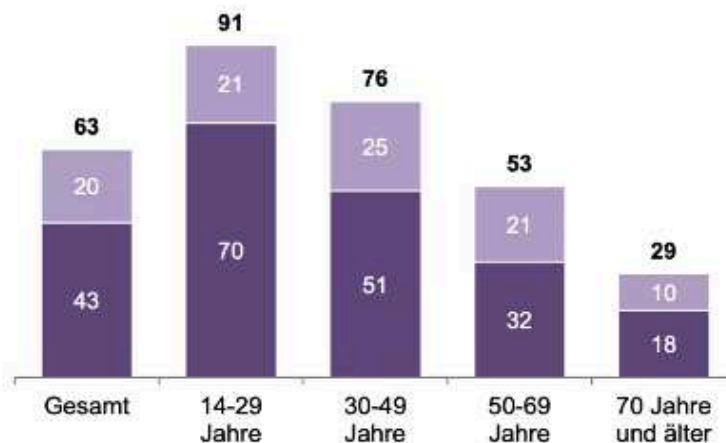
Keine strategische Werbemaßnahme – sondern **authentisch und mit gesundem Menschenverstand!**

// Nutzung von Social-Media-Kanälen (DE)

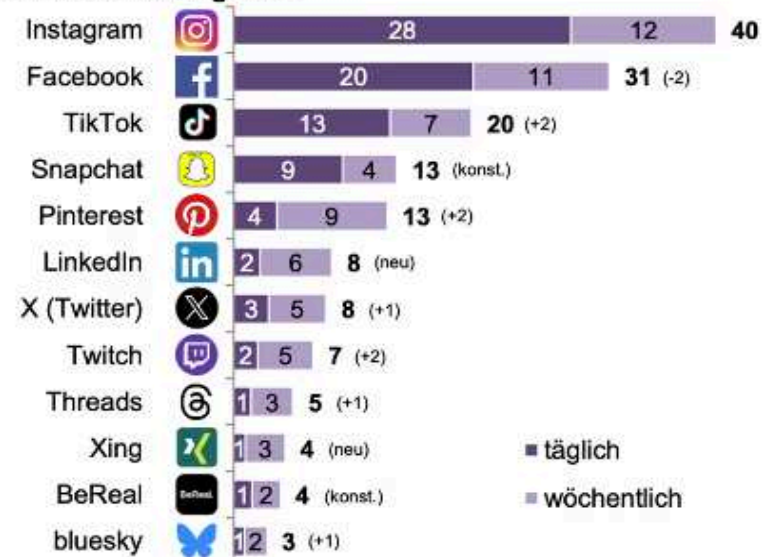
2025 existierten rund 64,7 Mio. Social Media Nutzeridentitäten

Nutzung Social Media (Nettowert)

■ täglich ■ wöchentlich



Social Media-Angebote

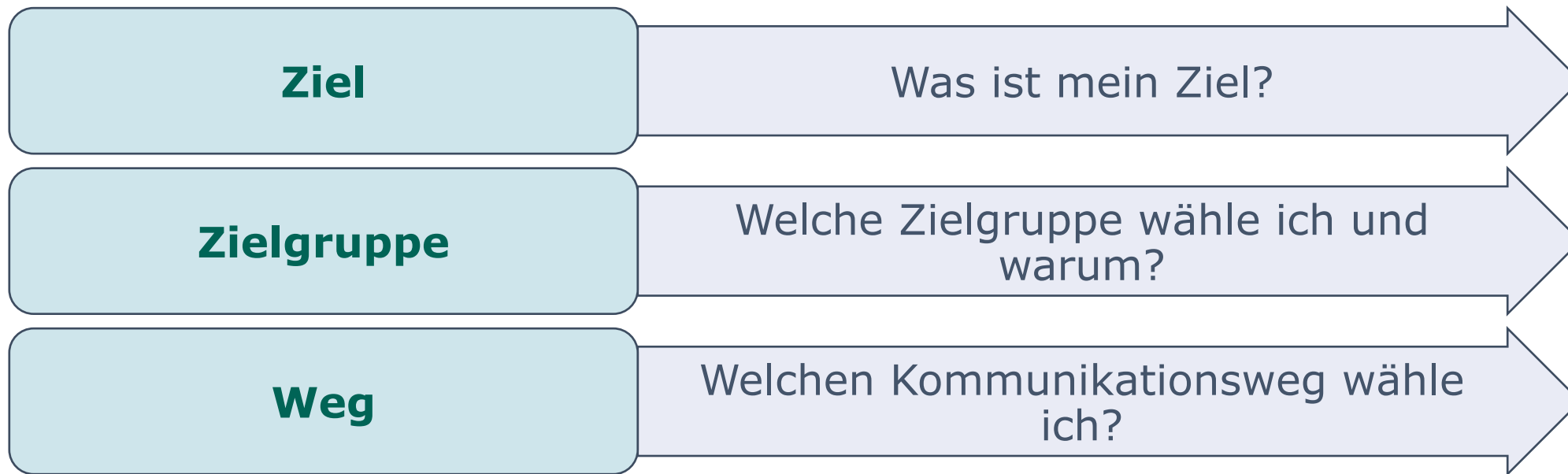


MEDIENSTUDIE
2025

* Differenz zum Vorjahr in Prozentpunkten

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 70,48 Mio., n=2.512

// Strategie



// Ziele - Beispiele

Neues Projekt

→ **Bekanntheit & Vertrauen aufbauen durch lokale Verankerung, z. B. Nachbarschafts-Newsletter, lokale Netzwerke, persönliche Kontakte**

VS.

Etabliertes Projekt

→ **Beteiligung, Unterstützung & Vernetzung stärken, z.B. durch Newsletter-Beiträge in thematisch passenden Zeitschriften, Veranstaltungen mit bekannten Institutionen**

// Zielgruppen

Wen möchten wir erreichen?

Warum möchten wir diese Menschen erreichen?

Wie machen wir welche Inhalte sichtbar?

Was bezwecken wir mit den Inhalten?

Zielgruppen können sein: direkte Anwohner*innen, potentielle Interessierte, etc.

// Zielgruppen

Beispiel:

Bildungsarbeit im Kindesalter

Zielgruppe: **Familien mit Kindern im entsprechenden Alter** → ggf. Kitas, Schulen & pädagogisch Tätige

WARUM?

Informieren, Interesse wecken und vernetzen

// Kommunikationswege

Gute Kommunikation klärt:

Was passiert hier? - Warum ist das interessant? - Wer kann mitmachen und wie? -
Was bringt mir das?

Was Menschen erreicht:

- Lokale Relevanz
- „Schöne“ Aktivitäten
- Persönliche Geschichten
- Mitmachmöglichkeiten
- Gemeinschaft

// Digitale Kommunikationskanäle

E-Mail-Newsletter	direkte Reichweite unabhängig von Algorithmen (bspw. mit Mailchimp)
YouTube	informative Inhaltsvermittlung oder Webinare (unter Vorbehalt!)
Facebook	Veranstaltungen oder lokale Stadtteilgruppen (unter Vorbehalt!)
Instagram	große Reichweite und kurze Einblicke (unter Vorbehalt!)
Weitere Kanäle	Bluesky, Mastodon, Threads (u. Vorbehalt), W-Social, etc.

// E-Mail-Newsletter

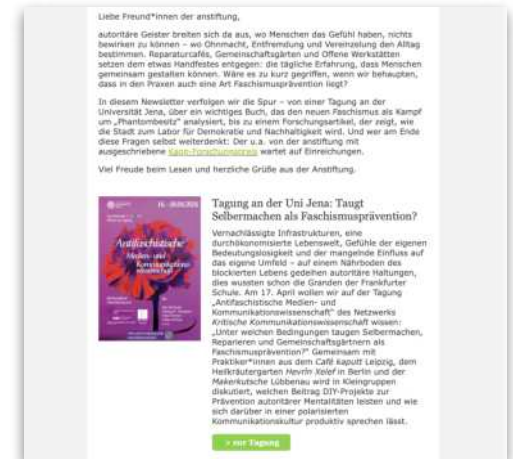
Warum? Direkte Ansprache an aktive Unterstützende

Wer? Unterstützer*innen und Interessierte

Was? Ausführlichere Texte und Ansprachen: Neuigkeiten, thematisch passende Inhalte sowie Veranstaltungen etc.

Stärke: Einer der wichtigsten Kanäle, um das eigene Netzwerk zu informieren und zu mobilisieren

Schwächen: Aufwand bei Gestaltung und Versand, Gefahr von Spam etc.



// YouTube

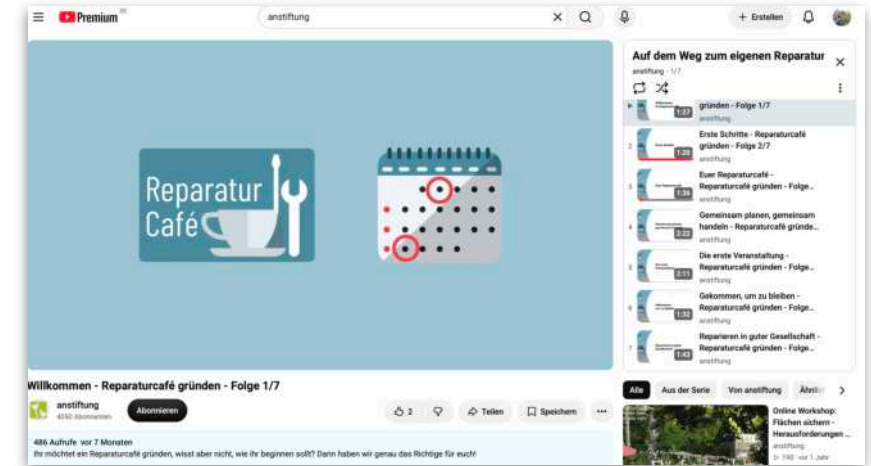
Warum? Große Sichtbarkeit möglich

Wer? (Zufällig) Interessierte und Unterstützende

Was? Längere Inhalte (und Shorts), beispielsweise Webinare, Tutorials, Interviews und kurze Erklärvideos, etc.

Stärke: hohe Reichweite möglich

Schwächen: Aufwändige Videoproduktion - hoher Zeit- und Kostenaufwand, Datenschutz, Suchtgefahr, Konkurrenz etc.



// Facebook

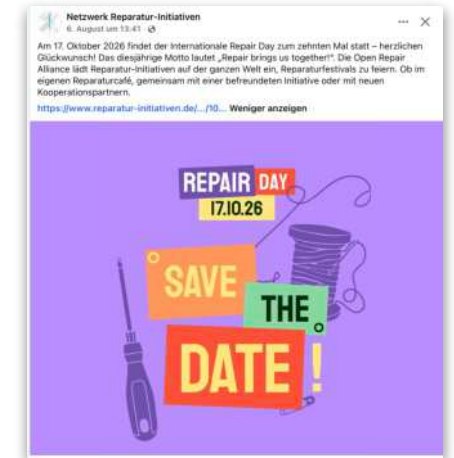
Warum? Reichweite bekommen und Community aufbauen

Wer? Viele Communities und breite Zielgruppen (mittleres Alter)

Was? Inhalte kurz bis mittellang möglich, Informationen zu aktuellen News, Veranstaltungen, Bilder und Aktionen

Stärke: Hohe Reichweite und Community-Interaktion

Schwächen: primär mittelalte Zielgruppe, Algorithmusabhängigkeit, sehr Bilder lastig, Datenschutz, Suchtgefahr etc.



// Instagram

Warum? Schnell Aufmerksamkeit gewinnen

Wer? Vor allem jüngere, digital affine Zielgruppen

Was? Reels, Stories, Fotos und kreative Inhalte

Stärke: Hohe Reichweite und Interaktion

Schwächen: Aufwändige Gestaltung der Inhalte, sehr Bilder lastig, Datenschutz, Suchtgefahr etc.



// Offline Kommunikationskanäle

Plakate und Flyer	hohe Sichtbarkeit im lokalen Umfeld, unabhängig von digitalen Algorithmen
Veranstaltungen und Infostände	direkter persönlicher Austausch, Fragen können unmittelbar beantwortet werden
Nachbarschafts-plattformen, lokale Newsletter etc.	z.B. Gemeindeblätter von Bibliotheken, Volkshochschulen & Kulturzentren
Sonstige Aktionen	Eigene Kreativaktionen passend zum Kontext
Persönliches Netzwerk	Kontakte zu lokalen Ansprechpartner*innen nutzen

// Kommunikationskanäle - Tipp

Inhalte recyceln und für verschiedene Kanäle nutzen statt ständig neu produzieren!

Beispiel, wie ein Inhalt mehrfach genutzt werden kann:

Foto von gemeinschaftlichem Event → Instagram

Foto und passender Inhalt → Newsletter

daraus → kurzer Presstext

daraus → Webseitenbeitrag

// Erfolgsmessung

Wichtig: direkte Resonanz entspricht nicht immer der tatsächlichen Wirkung

Wirkung ist oftmals multikausal!

Oft ist auch Relevant:

Kamen neue Leute? Kommen langfristig neue Anfragen? Ändert sich die lokale Wahrnehmung? Sind Interessensträger auf uns aufmerksam geworden? Etc.

Kommen wir zur KI ...

// KI als nützliche Unterstützung

Texte: Ankündigungen, Überschriften, Social-Media

Ideen: Formulierungen, neue Perspektiven, Brainstorming

Ordnen: Zusammenfassen, Strukturieren, Kürzen

Die Verantwortung für Inhalt, Richtigkeit und Einordnung liegt bei den jeweiligen Autor*innen.

Nicht Perfektion erzeugt Vertrauen – sondern Glaubwürdigkeit.

// Risiken von KI

Wichtige Fragen:

- Ist eine Nutzung wirklich notwendig?
- Kenne ich die damit verbundenen Risiken?
- Reproduziere ich ungewollt falsche oder **diskriminierende Gedanken**?
- Bin ich mir bewusst über die **ökologischen Folgen**?
- Übernehme ich die Verantwortung und wahre ethische Standards?
- Welche KI möchte ich Nutzen (Datenschutz, Ethik)? **Etc...**

Deshalb: Unbedingt im Vorfeld aktiv und kritisch mit KI-Nutzung auseinandersetzen!

// Risiken von KI

Vor einer Nutzung:

Bewusst kritisch in Risiken einlesen

Leitlinien festlegen

Code of Conduct erstellen

Beispiel eines ethischen Code of Conduct vom Zentrum für Digitalen Fortschritt:
<https://demokratische-ki.de>

Noch Fragen?

Schönen Abend allerseits!