

# DEJ Online-Seminar Teil 9

## Nutzung von Social Media für Esperanto-Werbung

Referent\*innen: Carlos Pesquera Alonso, Jonas Marx, Michaela Stegmaier  
19.10.2020, 19:30-20:30

### 1) Funktionsweisen Sozialer Netzwerke

Egal, ob Facebook, Instagram, YouTube, Twitter oder Google: alle großen Plattformen nutzen Algorithmen, um für dich interessante Inhalte vorzuschlagen. Je mehr Zeit du mit dem Surfen auf einer Website verbringst, desto besser kann sich der Algorithmus an deine Interessen anpassen.

Also hier vorab eine Aufforderung zum angemessenen und moderaten Umgang mit Sozialen Netzwerken. Eine kritische Auseinandersetzung mit diesem Thema bietet z. B. der Film „Das Dilemma mit den sozialen Medien / The Social Dilemma“.



Die DEJ nutzt Soziale Netzwerke, um Mitglieder und Interessierte über Veranstaltungen und Esperanto im Allgemeinen zu informieren. Allerdings gibt Sie kein Geld aus, um Anzeigen zu schalten, die dann potentiellen Interessent\*innen gezeigt werden. Somit muss jemand explizit nach Esperanto suchen, um auf die Seiten der DEJ zu stoßen.

### 2) Welche Plattformen bedient die DEJ?

Die DEJ hat neben der eigenen Website, Seiten bei Facebook und Instagram, sowie eine Gruppe bei Telegram.

Wichtig bei der Auswahl der Plattform ist jeweils die gewünschte Zielgruppe, sowie die Nutzungszahlen. Gerade bei internationaler Zusammenarbeit ist zu beachten, dass nicht jedes Soziale Netzwerk in jedem Land der Welt verfügbar ist.

Sagen wir, dass die Zielgruppe der DEJ Jugendliche zwischen 13 und 19 Jahren sind, sowie Jugendliche, die Esperanto bereits kennen und natürlich Mitglieder. Diese sind sowohl auf der Suche nach der eigenen Identität, als auch nach der Akzeptanz in der Gruppe. Das Nutzungsverhalten der Sozialen Medien ist demnach abhängig vom Umfeld. Unser Ziel ist es, die Interessen dieser Jugendlichen anzusprechen.

Da immer jemand diese Kanäle bedienen muss, ist es wichtig, nicht zu viele zu haben. Wenn es möglich ist, einen Beitrag auf mehreren Kanälen gleichzeitig zu veröffentlichen, erleichtert das die Arbeit. Allerdings sollte dabei beachtet werden, dass jede Plattform eine andere Beitragsform unterstützt (quadratische Bilder, lange Texte, kurze Sätze usw.)

### 3) Was ist wichtig?

Esperanto und somit auch die DEJ bieten etwas für sprachlich, kulturell, musikalisch, politisch sowie sportlich Interessierte. Also sollten die Inhalte der Beiträge darauf angepasst sein. Möchte ich z.B. Menschen erreichen, die Katzen mögen, dann kann ich einen Beitrag über eine Esperanto-sprechende Katze machen.

Um die Nutzer Sozialer Medien zu aktivieren, sollte man Beiträge produzieren, die zur Reaktion aufrufen: Fragen stellen, kontroverse Themen diskutieren. Ein solcher Beitrag wird von den Algorithmen als wichtig eingestuft und eher vorgeschlagen, als ein Beitrag ohne Kommentare.

Um Aufmerksamkeit zu bekommen, sollte man regelmäßig über einen längeren Zeitraum Inhalte veröffentlichen. Diese sollten leicht verdaulich, teils lustig sein und Informationen über Esperanto enthalten (oder zweisprachig sein). Dabei sollte man nicht vergessen, dass Zielpublikum mit einzubeziehen.

Am besten ist es, wenn Mitglieder selbst dazu beitragen, etwas zu veröffentlichen, was sie selbst interessiert. Welchem Trend folgst du zurzeit, was hast du zum Frühstück gegessen, wo hast du Urlaub gemacht, welches politische Thema beschäftigt dich? Teile es mit uns!

Man kann sich pro Woche eine Stunde Zeit nehmen, um Beiträge zu erstellen und diese dann nach und nach veröffentlichen. Dabei sollte man ein Gleichgewicht zwischen Esperanto-bezogenen und unterhaltsamen Beiträgen bewahren. Es gibt aber auch den Fall, dass ein Thema oder ein hashtag "trending", also schlagartig sehr wichtig sind. Dann sollten wir auch spontan genug sein, zeitnah darauf zu reagieren.

Wichtig ist bei alledem, dass wir zeigen, dass die DEJ ein Verein ist mit Menschen, die zusammenkommen, um eine schöne Zeit miteinander zu verbringen. Wir möchten positive Gefühle vermitteln und vielleicht auch einmal live vor Ort eines Treffens zeigen, wer da ist und was gerade passiert.

### 4) Tipps zum Design

#### zu vermeiden:

- viele knallige Farben
- mehrere Schriftarten und Schriftgrößen (besonders 3D-Schrift)
- viel Text, die Kernaussage kommt aber nicht klar heraus
- einfarbige Schrift auf einfarbigem Hintergrund (langweilig)

#### zu empfehlen:

- Klare wiederkehrende Strukturen und Farben
- Farbpalette des DEJ-Logos (Wiedererkennungswert)
- ein Blickfang in der Mitte
- ein Rahmen
- das Logo immer an der gleichen Stelle
- der Text braucht einen Kontrast zum Hintergrund (z.B. durch Schlagschatten)
- Bilder, auf denen Menschen zu sehen sind, beliebter als Objekte.
- die richtige Sprache für die richtige Zielgruppe wählen
- Details unter dem Bild erklären

Beispiele für gute Beiträge:

- auf den Seiten von TEJO <https://www.instagram.com/tejoesperanto/>
- bei HEJS <https://www.facebook.com/juventud.esperanto.hejs/photos/>

Es gibt viele sehr kreative Ideen und man muss nicht immer etwas Neues erfinden. Wenn ihr euch vorstellen könnt, zum Thema Soziale Netzwerke etwas beizutragen, könnt ihr in die Kommission KAPRi reinschnuppern (mehr dazu in Protokoll Nr. 2).

## 5) Nächster Termin Montag, 02.11.20 um 19:30

Thema 10: Die neue Website der DEJ

Dieses Protokoll erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit und wurde nach bestem Wissen und Gewissen erstellt.