

# Infoblatt: Welcher Kanal für welche Zielgruppe?



Bevor Sie mit Ihrer Presse- und Öffentlichkeitsarbeit starten, machen Sie sich Gedanken darüber, wen Sie erreichen möchten. Danach richtet sich die Wahl des Kanals. Bei den Sozialen Medien empfehlen wir Ihnen, sich zunächst auf EINEN Kanal zu konzentrieren.

Kanal / Format	Zielgruppe	Was ist zu tun?
Online / Webseite	Breite Öffentlichkeit: Die Leute suchen gezielt nach den Inhalten oder kommen zufällig durch eine Recherche dorthin.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Texte aktuell halten</li> <li>• Damit Sie über Suchmaschinen wie Google, Bing oder Duck-Duckgo gut gefunden werden, sollte Ihre Webseite gut strukturiert, verständlich, lesefreundlich (zum Beispiel durch Zwischenüberschriften und Absätze) und informativ sein.</li> <li>• Gute Fotos, eventuell Videos, einbinden, um die Inhalte zu verdeutlichen</li> <li>• Eventuell einen Newsletter oder auch einen Audio-Podcast für aktuelle Themen anbieten</li> </ul>
Social Media / Facebook	Menschen, die sich Ihrem Thema verbunden fühlen und die sich selbst für Inklusion engagieren. Die meisten sind im Alter zwischen 30 und 50 Jahren.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Regelmäßige Posts mit Fotos verschicken, zum Beispiel von Veranstaltungen und der Vorbereitung</li> <li>• Ton: unterhaltsam, emotional</li> </ul>
Social Media / Twitter	Menschen, die sich über Ihr Thema und die Hintergründe informieren möchten.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hinweise auf Veranstaltungen posten</li> <li>• Stellung zu neuen Entwicklungen nehmen, die Ihr Thema betreffen</li> <li>• Ton: nachrichtlich, informativ</li> </ul>

<b>Kanal / Format</b>	<b>Zielgruppe</b>	<b>Was ist zu tun?</b>
Social Media / YouTube	Breite Öffentlichkeit, Jugendliche	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kurze Videos erstellen, die Einblicke in Ihr Projekt geben oder bestimmte Hintergründe erklären. Am besten mit Hilfe eines Protagonisten / einer Protagonistin</li> <li>• Ton: unterhaltsam, emotional</li> </ul>
Social Media / Instagram	Jugendliche, die schon an Inklusion interessiert sind	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bilder mit Aha-Effekt suchen und hochladen. Sie können sie auch mit kurzen Botschaften ergänzen.</li> <li>• Kurze Video-Sequenzen für Instagram-Stories erstellen. Sie erhöhen Ihre Besucher*innenzahlen.</li> </ul>
Messen / Infostand	Fachpublikum	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Flyer und Broschüren anbieten. Sie können Ihr Projekt und Ihre Ziele verdeutlichen.</li> <li>• Kurze Videos, sogenannte Best-Practice-Beispiele, präsentieren. Sie schaffen emotionale Nähe.</li> <li>• Eine Kontakt-Liste auslegen, in die sich alle Interessierten eintragen können. So gewinnen Sie langfristig Mitstreiter*innen.</li> <li>• Für Rollups, Give-Aways und ausreichend Personal am Stand sorgen</li> </ul>