

Joachim Zahn
 Animator FH, Praxisausbilder,
 Master of Science in Sozialer Arbeit
 Medienpädagogin
 Projektleiter zischtig.ch
 joachim.zahn@zischtig.ch
 079 680 08 63

zischtig.ch
 zahnkim
 fbgamer
 /zahnjoachim
 /zahn

Zu meiner Person: Projektleitung bei zischtig.ch. Master in Social Work, Medienpädagogin und Praxisausbilder. Wohnhaft in Uster, Vater von Zwillingen. Seit 1989 befasst mit digitalen Medien und deren Nutzung im Familienalltag. Ich unterrichte an Fachhochschulen und höheren Fachschulen der deutschen Schweiz. Ich publizierte im Rahmen seiner Masterthesis eine Forschungsarbeit zur Mediennutzung der Primarschüler im Kanton Zürich.



Für jene die zischtig.ch noch nicht kennen: Wir heissen „zischtig.ch“ weil wir ursprünglich mit Elternabenden gestartet sind. Diese waren meist am Dienstag Abend. Inzwischen hat sich die Arbeit von zischtig.ch natürlich weiter entwickelt. Nach Jahren der Medienbildung ergänzen wir die Schule heute um Beiträge zur Verbindung von Medienbildung und Lebenswelt. So ergänzen wir den Medienunterricht um Gedanken zur konkreten Lebensführung und zur Prävention. Diese Aspekte können von Externen besser wahrgenommen werden. Mehr auf www.zischtig.ch

Wie kamen wir ins Bundespapier? Dank Facebook!

... das wars vom Erfolg her.

Die Gesichte von zischtig.ch Begann eigentlich mit einem Erfolg in der Arbeit mit Social-Media. Es war in den Jahren 2008 bis 2011 da vieles zur Vorbereitung des nationalen Programms Jugend und Medien lief. Ohne Facebook wären wir nicht wahrgenommen worden.

"Rund zwei Drittel sind der Meinung, es gebe heute im Internet eine Beleidigungskultur: Wer sich dort äußert, müsse damit rechnen, beleidigt oder beschimpft zu werden. Für mehr als ein Drittel ist das der Grund, auf eigene Posts zu verzichten."

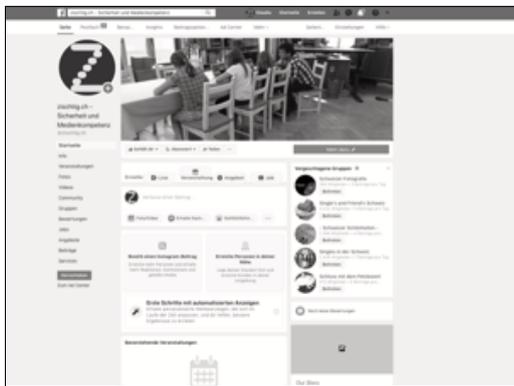
... und wir bei zischtig.ch machen darum keine Arbeit mehr auf Twitter.

DIVSI U25-Studie, 2018, „Euphorie war gestern“

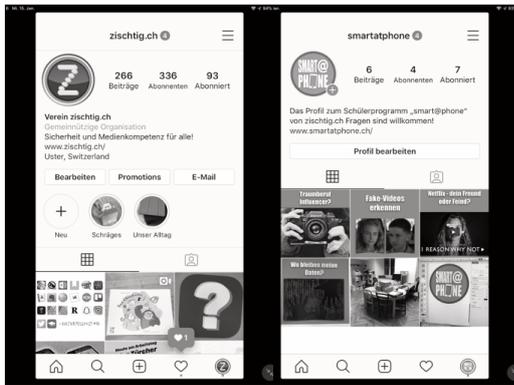
Heute sind wir wenigstens teilweise auch etwas ernüchtert. Insbesondere die Arbeit auf twitter mussten wir schnell wieder einstellen. Auf dieser Plattform finden einfach auch zu viele Diskussionen statt. Für solche haben wir als Verein der sich selber finanzieren muss einfach keine Ressourcen. Viele der Diskussionen da sind auch einfach blöde Fights mit der Branche die von ihren Ressourcen her auf fast unbeschränkte Mittel zurückgreifen kann.



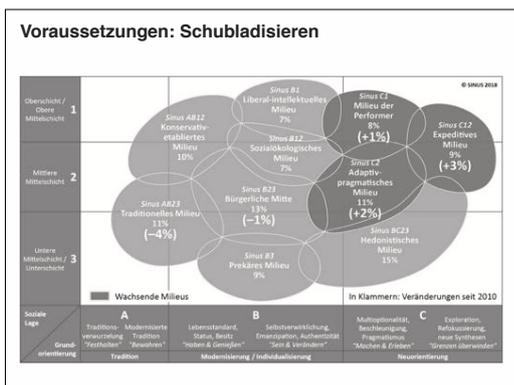
Twitter nutzen wir daher fast nur noch für die Informationsbeschaffung. Hier kann man sich den Algorithmus ja auch etwas zu nutzen machen.



Ansonsten investieren wir heute vor allem auf Facebook. Dies hilft uns unseren „Markt“ etwas zu beobachten, Statistiken über die Zeit zu vergleichen und auch um auf unsere Publikationen aufmerksam zu machen.



Ausserdem setzen wir aktuell mehr auf Instagram. Schon länger auf eine Profil für den Verein als solches. Mit diesem sprechen wir mehr die Eltern und uns zugewandte, erwachsene Personen an. Mit einem neuen Instagram-Profil für Sekundarschüler werden wir dieses Jahr die Kommunikation mit SekSchülern*innen prüfen. Hier wäre ein Adressierung im Sinne von Prävention und Hilfeleistung noch direkter möglich.



Bei der Elternarbeit haben wir bezüglich Social Media oft das Problem, dass wir mit den Elternabendenden vor allem die konservativ-etablierten Milieus erreichen. Und die sind eher weniger auf Social Media erreichbar. Ausserdem müssen wir immer etwas darauf achten, mit unserer Botschaft gleich wieder unglaublich dazustehen. „Die proklamieren weniger Handy und pushen dann doch, dass wir auf Social Media gehen.“

Als kleine Organisation müssen wir festhalten:

Uns fehlen die Ressourcen!

Ein weiteres Problem besteht in den Ressourcen. Während Städtische Departemente, nationale Fachstellen oder irgendwelche Kantone ein Budget und entsprechende Stellen haben, gibt es bei einer Organisation wie zischtig.ch eigentlich nichts. Wir müssen uns wirklich alles selbst irgendwie erarbeiten oder eben freiwillig leisten.

Darum:

Das Personal ist das Problem!

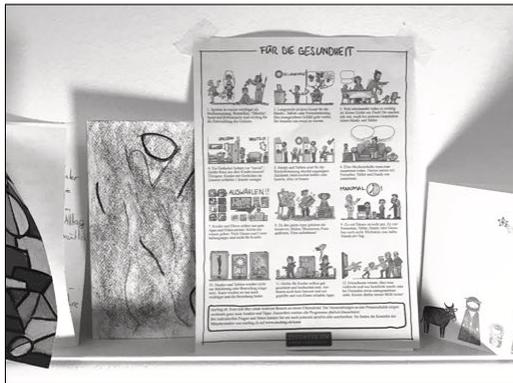
Fazit 1:

Web und Inhalt vor Facebook

Auf diesem Hintergrund haben wir 2019 beschlossen, vom für uns wichtigsten auszugehen und erst danach zu schauen, was wir damit auf Facebook oder Instagram noch machen können. Und aus unserer Erfahrung hat sich gezeigt: Wir brauchen in erster Linie gute Inhalte, immer wieder mal gute Fachartikel ... und dann noch etwas Social Media.



So ist bei uns eigentlich ein neuer „Workflow“ entstanden. Wir arbeiten aktuell an einem digital gestützten, besseren Wissensmanagement. Damit möchten wir fundierte und gute Erzählungen generieren. Schliesslich haben wir doch jedes Jahr 160 Elternveranstaltungen. Aus dem erarbeiteten Material sollen gute Beiträge im Web entstehen die schliesslich über Social-Media geteilt werden können. Ausserdem Setzen wir viel auf Papier.



Es geht uns also auch darum, wieder auf Papier, sichtbar in die Stuben der Familien zu kommen.

Fazit 2:

Mitarbeiter*innen brauchen Support

Ausserdem haben wir im Rahmen dieser Prozesse festgestellt, dass die Mitarbeitenden Support brauchen. Eigentlich logisch. Schliesslich arbeiten wir mit Fachleuten auch daran, was sie brauche, damit in ihren Teams Social Media mehr genutzt werden kann.

Arbeiten mit digitalen Medien



So brauchen die Mitarbeitenden Rückendeckung Sie müssen einfach mit ihrem Instagram auch das von [zischtig.ch](https://www.zischtig.ch) bedienen zu können. So wie ich das auch mach. Wenn Sie die Insta-Posts erst absegnen lassen müssen, so kann man das vergessen.

Arbeiten mit Social Media – Regeln

- Ich adde erst wenn ich geaddet wurde
- Ich mach es öffentlich (Mit Logo oder Name im Profil)
- Wir versuchen ethisch bedacht zu posten. Kein Konsumismus, kein Sexismus, keine Abwertungen, etc.
- Think before you post! Im Zweifelsfall Zweitmeinung.
- Gesetzesverstösse werden nur offline beraten
- Nichts was nach Flirt aussehen könnte

Natürlich braucht es auch Regeln. Aber die lassen sich bei uns auf zwei Folien zusammen fassen.

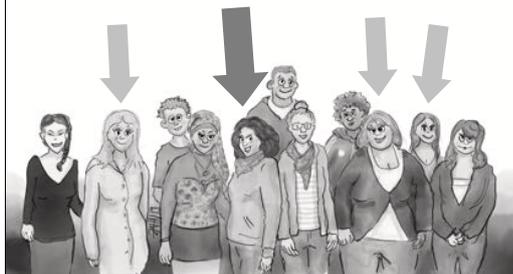
In der Rolle sein! dos and don'ts auf WhatsApp

- WhatsApp für Info nutzen? Ja.
- Gruppen anlegen? Ja.
- Organisatorisches? Ja.
- Diskussionen Nein!
- Witziges? Nein!
- Anzügliches? Nein!
- Illegales? Nein!
- Privates? Nein!



Natürlich braucht es auch Regeln. Aber die lassen sich bei uns auf zwei Folien zusammen fassen.

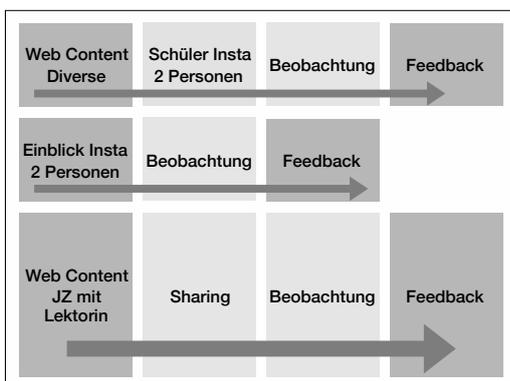
Verantwortliche und Mitwirkende



Schliesslich hat sich gezeigt, dass wir doch Verantwortliche und Mitwirkende definieren müssen. Nur wenn sich Mitarbeitende verantwortlich fühlen passiert auch was.

**Geeignet:
Jene die auch
Privat viel tun.**

Hierbei hat sich gezeigt, dass man idealerweise auch Leute wählt, die bereits privat viel tun. Den anderen fehlt oft der Blick.



Und mit den Verantwortlichkeiten haben wir auch entsprechende Bereiche geschaffen: Web, Insta, Insta-Schüler

Menschen wollen Alltägliches und Süßes



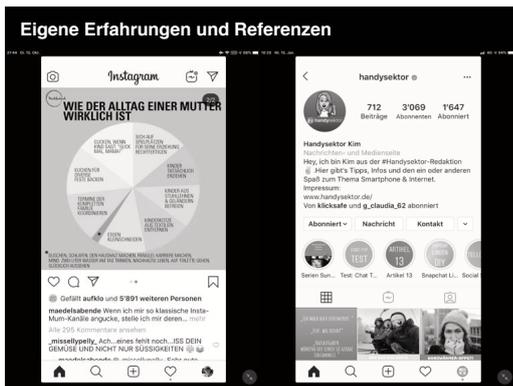
Was wir lernen mussten: Neben den anspruchsvolleren Contents braucht es fürs „Gesehen-werden“ auch einfach viel alltägliches.

Eigene Erfahrungen und Referenzen



Hierbei macht sich bezahlt, wenn man noch eigene Profile führt. Ich musste das auch für mich umsetzen. Egal ob etwas aufwändiger auf Instagram oder mit dem vollen Minimalismus auf Tik Tok.

Eigene Erfahrungen und Referenzen



Was sich auch gezeigt hat: Es ist gut wenn man Vorbilder hat.

Arbeiten mit Social Media

Was es braucht?

- Rückendeckung ✓
- Regeln! ✓
- Eine Zuständige oder einen Zuständigen ✓
- Mitwirkende ✓
- Etwas Marketing Knowhow ✓
- Aufmerksamkeit für Gelegenheiten ✓
- Einen „Produktions-Workflow“
- Vorlagen

Ausführungen zur Folie



Schliesslich zeigte sich, dass einzelne Mitarbeitende auch Hilfen brauchten. Es sind nicht alle gut auf der Handy-Tastatur.



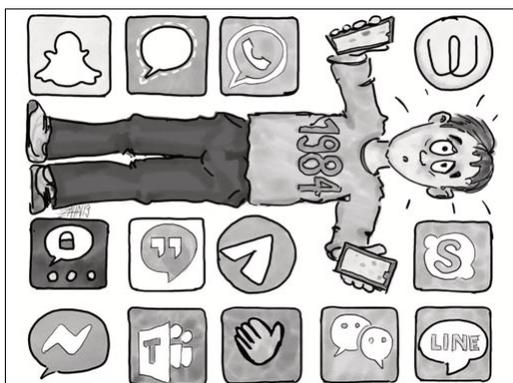
Auch vorlagen können helfen. Vieles produzieren wir heute auf Powerpoint ... oder eben Keynote, wie das Äquivalent bei Apple heisst.



Was bringt's? Aktuell ist die Auseinandersetzung mit Social Media einfach auch gut und wichtig, weil es uns hilft, die Zielgruppen besser zu verstehen.



Wenn wir in die Zukunft schauen: Für 2020 werden wir die aktive Werbung im Offline-Raum prüfen.



Ausserdem sind wir an einem Messenger-Monitoring. Wir prüfen die Verwendung alternativer Vertriebskanäle.