

# Präsentation Twitterkonzept NA beim BIBB anlässlich der Monitoringveranstaltung „Austauschen – Vernetzen – Informieren“ am 13. Juni 2018

**Bildungsprogramme. Europaweit. Weltweit.**

Nationale Agentur beim Bundesinstitut für Berufsbildung **NABiBB** BILDUNG FÜR EUROPA

GEFÖRDERT VOM  
Erasmus+ Bundesministerium für Bildung und Forschung

Listen 0 Moments 0 [Profil bearbeiten](#)

**NA beim BIBB**  
@nabibb\_de

Hier twittet die Nationale Agentur Bildung für Europa beim Bundesinstitut für Berufsbildung. Impressum: [na-bibb.de/impressum.html](http://na-bibb.de/impressum.html)

📍 Bonn, Germany  
🌐 [na-bibb.de](http://na-bibb.de)  
📅 Beigetreten Januar 2018

**Sende deinen ersten Tweet**  
Wir haben deinen ersten Tweet vorbereitet. Der Hashtag #meinErsterTweet wird anderen helfen, dich zu finden und mit dir zu chatten.

**NA beim BIBB** @nabibb\_de  
Richte gerade mein Twitter ein.  
[#meinErsterTweet](#) [Twittern](#)

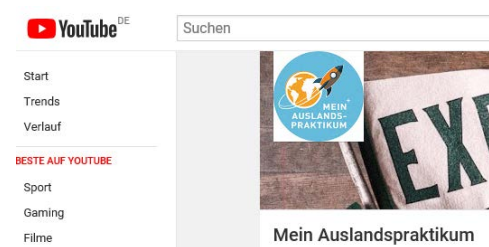
**NA beim BIBB** @nabibb\_de  
Hallo Twitter! [#meinersterTweet](#) [Twittern](#)

**Trends für dich** · [Ändern](#)

- [#Goretzka](#) 1.483 Tweets
- [#IGW2018](#)
- [#Tedesco](#)
- [#Familiennachzug](#) 1.332 Tweets
- [#KarneGünü](#) 9.461 Tweets
- [#TellMe3rdWin](#) 34,7 Tsd. Tweets
- [#FelizFinde](#) 5.260 Tweets
- [#HrantDink](#)

# Ausgangssituation

Neben den bereits etablierten Social-Media-Kanälen, die sich an die junge Zielgruppe und die Europäische Erwachsenenbildung in Deutschland wenden, wurde im März anlässlich der Konsultationsveranstaltung ein NA-Twitterkanal eingerichtet, **der schwerpunktmäßig Inhalte der Berufsbildung Erasmus+ an die erwachsene Zielgruppe vermitteln, aber auch darüber hinaus alle Projekte und Inhalte der Nationalen Agentur beim BIBB abbildet.**



# Zielgruppe

- Direkt: Projektträger und potentielle Projektträger Erasmus+, Interessenten aller Programme der NA
- Schwerpunkt: Berufsbildung
- Unternehmen, Bildungseinrichtungen, Schulen, Universitäten, Kammern, Behörden etc.
- Indirekt: Auftraggeber (BMBF, EU-Kommission), Partner (NAs), Stakeholder (Sozialpartner, Verbände, Landesregierungen, Kammern etc.), Multiplikatoren (Journalisten, Politiker, Wissenschaftler, Experten)
- Charakteristika: Erwachsene (schwerpunktmäßig über 30), in Deutschland lebend, internetaffin, aber konservativ nutzend

# Social Media Kanäle

## Plattformen & Rollen



### INFOTAINMENT

- » Größtes Netzwerk weltweit
- » Leicht konsumierbarer Content aus allen Kategorien in diversen Formaten. Emotional.
- » Algorithmus bestimmt alles
- » Content wird visueller (Videos, Live)
- » Forcierter User-Dialog, Kundenservice
- » Optimale Media- und Targeting-Möglichkeiten
- » Breite Zielgruppe / Mainstream. Alle Altersklassen, Massenkommunikation
- » Ziel: Reichweite, Markenkontakte, Neukunden, Image, Kundenzufriedenheit, Bedarf wecken, Interaktion, Link-Klicks auf Webseite

### INFORMATION

- » Groß in USA & Asien, in D nicht so bedeutend
- » Professionelle Inhalte, News, relevante Echtzeitinhalte
- » In D vor allem Politiker, Celebrities, Sportler
- » Eher passive Nutzer, die sich in Echtzeit informieren
- » Aber: forcierte Diskussion mit Experten, Meinungsbildnern und Journalisten als Multiplikatoren, Kundenservice
- » Algorithmus!
- » Media- und Targeting-Möglichkeiten
- » Zielgruppe / Entscheider, Experten, Journalisten, etc., keine Massenkommunikation
- » Ziel: Reichweite, Sichtbarkeit, Markenkontakte, Leads, Bedarf wecken, Multiplikatoreffekte (auch über Twitter hinaus/offline)

### INSPIRATION

- » Aufbau einer authentischen, visuell starken & kreativen Welt, um der Marke ein Gesicht zu geben.
- » Bilder und Videos, Stories
- » Eventreportagen, Blick hinter die Kulissen, Produktpräsentation, Tutorials
- » Früher kreative und sehr ästhetische Bildplattform, heute Selbstdarstellung, Mainstream
- » Zielgruppe / kreativ, inspirativ, lifestylelig.
- » Algorithmus! Gehört zu Facebook
- » Userdialog mittel
- » Werbung möglich
- » Ziel: Markenkontakte, Branding, Produktdarstellung, Reichweite, Interaktion

### INFORMATION

- » Aufbau einer Arbeitgeber-Markenwelt mit Fokus auf Informationen
- » Jobsuche und Suche von Dienstleistern, berufliches Networking
- » Unternehmensnachrichten
- » B2B (Freiberufler, Selbständige)
- » Eingrenzbare Zielgruppe / (potentielle) Mitarbeiter, Azubis
- » Userdialog mäßig
- » Ziel: Positive Kontakte zur Arbeitgebermarke, Reichweite, Interaktion mit (potentiellen) Mitarbeitern, Talente anlocken, News vom Unternehmen verbreiten, Leads z.B. auf Jobportal

### INFORMATION

- » Detaillierter Content in Form von Blogartikeln zu Produktinhalten sowie Inhalten abseits der Produkte sowie Zuhause von Gewinnspiele
- » Eigene Plattform, eigene Spielregeln!!
- » Fokus: Text, Bild, Video
- » Dialog mittel
- » Ziel: Reichweite, Markenkontakte, Leser, Seitenaufrufe; Leads auf Webseite/Online-Shop

# Warum Twitter? Was kann Twitter?

- Digitale Echtzeit-Anwendung zum Mikroblogging
- Öffentlich einsehbares Online-Tagebuch
- Soziales Netzwerk
- Verbindung von Privatpersonen, Organisationen, Unternehmen und Massenmedien
- Kurznachrichten (aktuell 280 Zeichen), Fotos und Filmsequenzen (bis zu 140 Sekunden)
- Gute Analysemöglichkeiten
- @-Erwähnungen
- Problem: Weniger Privatpersonen nutzen Twitter aktiv (im Gegensatz zu Facebook/Instagram etc.)

# Zielsetzung

- Bildung einer Fachcommunity Erasmus+
- Bewerbung der Programme der NA (Europass, IBS, Ausbildung Weltweit, Israel)
- Verknüpfung mit den Social-Media-Kanälen der Europäischen Erwachsenenbildung und der jungen Zielgruppe
- Potentielle Antragsteller zur Antragstellung bewegen (NA-Ziele)
- Bekanntheit von Erasmus+ erweitern
- Alle Angebote der NA auf einen Blick verdeutlichen
- Kolleginnen und Kollegen zu Wort kommen lassen und so der NA eine Stimme und ein Gesicht geben
- SEO (Landing Pages)

# Inhalte

- Tweets (Posts), Retweets (Teilen), Kommentare, Antworten, Likes = Aktion und Interaktion
- Veranstaltungsdokumentation (Live)
- Bewerbung neuer Websiteinhalte
- Infografiken (Bsp. Mobilitätsstudie)
- Bewerbung des Newsletters
- Aktuelle Themen aus Erasmus+ und EU-Bildungspolitik
- Ergebnisse und Zwischenergebnisse der Projekte
- Frequenz: täglich

# Hashtags - Verschlagwortung

- Für jede Veranstaltung, Antragsrunde und jede Kampagne wird ein Hashtag entwickelt
- Reichweitenüberprüfung (Bsp.: EuroApprentices)
- Möglichkeit der Teilnehmer, sich zu vernetzen
- Bsp.: #ka2\_eb17 (Community für Antragsrunden); #EntdeckeDeinTalent, #dft18 (Beteiligung an Europäischen Aktionen)
- Stellungnahme der NA durch die Aufnahme von Hashtags Dritter (Internationaler Tag der Menschen mit #Behinderung) = Platzierung von Themen



# Beispiel für eine aktuelle Kampagne #AstroAlex



# Beispiel für eine aktuelle Kampagne @realDonaldTrump



Tweets **37,8 Tsd.** Folge ich **46** Follower **52,6 Mio.** Gefällt mir **25** Moments **6**

**Donald J. Trump** ✓  
@realDonaldTrump  
45th President of the United States of America 🇺🇸  
Washington, DC  
[Instagram.com/realDonaldTrump](https://www.instagram.com/realDonaldTrump)  
Beigetreten März 2009  
[Tweet an Donald J. Trump](#)

**Tweets** Tweets & Antworten Medien

**Donald J. Trump** ✓ @realDonaldTrump · 5 Std.  
Sorry, we cannot let our friends, or enemies, take advantage of us on Trade anymore. We must put the American worker first!  
Tweet übersetzen  
14 Tsd. 15 Tsd. 61 Tsd.

**Donald J. Trump** ✓ @realDonaldTrump · 6 Std.  
Great to be in Singapore, excitement in the air!  
Tweet übersetzen  
9,8 Tsd. 13 Tsd. 58 Tsd.

# Beispiel für eine Kampagne des BIBB: #BIBB18



**Karin Langenkamp** @ka\_kling · 8. Juni  
#BIBB18 #Forum1 Weinert: #e-commerce Ausbildung betrifft nicht nur den #Einzelhandel, sondern alle Branchen im - "Hofladen ins #Netz bringen"

**acatech** @acatech\_de · 7. Juni  
Potenziale der engeren Verzahnung von Berufsschule und Betrieben müssen stärker genutzt werden. Der duale Weg, der Theorie und Praxis On the Job miteinander verbindet, hat sich in der Aus-/Weiterbildung dabei sehr bewährt. Sagt @acatech\_de Präsident Dieter Spath auf dem #BIBB18

**BIBB** @BIBB\_de · 8. Juni  
Prof. Lindemann (@HTW\_Berlin) & G. Wittgen (BGZ) berichten in #Forum2 über gemeinsames Lernen von #Berufsschule #Hochschule #Unternehmen in der #Elektromobilität  
Infos: [emo-berlin.de/de/themen/urba...](http://emo-berlin.de/de/themen/urba...) und [ibbf.berlin/assets/images/...](http://ibbf.berlin/assets/images/...) (S. 20f.)  
  
#StrategischePartnerschaft #ErasmusPlus #BIBB18

**Prof. Dr. Michael Lindemann und Grazyna Wittgen**  
HTW Berlin / BGZ

„Bei „Learning e-Mobility Plus“, unserer von der BGZ initiierten Partnerschaft, gehen Werkbank und Wissenschaft aufeinander zu. Von dieser Kooperation profitieren beide – Handwerker und Akademiker – gleichermaßen. Das Wissen und Können der Handwerker wird um fachtheoretische Aspekte erweitert, Akademiker bekommen einen Einblick in die handwerkliche Herangehensweise an die **Elektromobilität**. Zweifellos ist dies nicht zuletzt im Hinblick auf die Notwendigkeit, europäische Lösungen zu finden, ein zukunftsweisendes Modell.“

**BIBB-KONGRESS2018**  
Für die Zukunft lernen #BIBB18

**#Forum2:**  
Lernorte mit Zukunft

# Beispiel für eine Kampagne der Nationalen Agentur: #EntdeckeDeinTalent

## Digitale Informationskampagne



# Was bedeutet das für Sie?

- Ihr Projekt kann sich über die sozialen Medien mit anderen Projekten austauschen und sich gegenseitig bewerben
- Durch Ihre Hilfe wird die Bekanntheit von Erasmus+ gesteigert und das Programm beworben
- Sie können Wünsche und Anregungen selber (oder über uns) direkt an die Europäische Kommission richten
- Sie können neue Projektideen gemeinsam entwickeln und Projektpartner finden
- Wir können gemeinsam zeigen: Wir sind für Europa!

# #ErasmusDays

- 12. und 13. Oktober 2018
- ErasmusPlus ein Gesicht verleihen
- Eventuell geplante Veranstaltungen auf diese Tage legen
- Finanzielle Förderung möglich/Ausschreibung Website
- Europaweite Sichtbarkeit geballt an zwei Tagen
- #ProudtobeEuropean
- Wichtige Rolle der sozialen Medien
- GiveAways/Banner/Digital Kit
- EuroApprentices

# Ideen für #ErasmusDays

- EuroApprentices-Treffen auf den 12. Oktober gelegt
- Idee: EuroApprentices verteilen „Europa-Kuchen“ (Fotos für Instagram und Twitter)
- Fotowettbewerb: Zeige uns dein Lieblingsfoto, das zeigt, wie stolz Du auf Europa bist
- Wer von Ihnen plant eine Veranstaltung, die man auch auf den 12. Oktober legen könnte?
- Wir möchten sichtbar machen, wofür die Fördergelder verwendet werden

# Live-Tweet

- Die #Nabibb begrüßt heute zur Veranstaltung #MonitoringKA2\_18 in Bonn unsere Projektträgerinnen und Projektträger
- Foto von der Veranstaltung (Fotorechte klären!)
- @-Erwähnung (@KulturLifeKiel@ThorstenNoelle @InfoGfRS @fosposts)
- Live-Retweet
- Möchten Sie gemeinsam mit mir einen Twitterkanal einrichten?



# Workshop zur Planung einer Social Media Kampagne

- Beispielprojekt (aus der Runde, sonst ErasmusDays)
- Welche Protagonisten und Multiplikatoren spielen eine Rolle (Suche im Netz – wo sind sie aktiv?)
- Hashtag-Bildung
- Veranstaltungsplanung (auch kleine Aktionen können große Strahlkraft haben!)
- Was plane ich sowieso und kann es nutzen (Ressourcen)
- Ideensammlung

Haben Sie Fragen?

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!