



Social Media-Handbuch

Kommunalwahlkampf Niedersachsen 2011

Stark vor Ort.
www.fdp-nds.de





Einrichtung einer Facebook Page

Stark vor Ort.
www.fdp-nds.de



Facebook

Prolog

Social Media-Plattformen wie Facebook und Twitter bieten politischen Organisationen und Parteien gute Möglichkeiten, Mitmachangebote im Internet anzubieten, ohne dass sich die Interessenten direkt mit Haut und Haar einer Organisation, einer Partei verschreiben müssen.

Ein Mausklick reicht, um sein Interesse zu bekunden bzw. um auf Facebook ein Fan der offerierten Page zu werden. Vielleicht ist es der erste Schritt hin zu einer späteren formellen Mitgliedschaft.

Facebook ist mittlerweile die größte und auch populärste Social Media-Plattform weltweit.

Die Einrichtung einer Page, früher auch Fanpage genannt, ist kostenlos und bietet für politische Parteien und Organisationen einige Vorteile, nämlich:

- Einheitlicher Auftritt als (regionale) Partei
- Beiträge erscheinen automatisch in den Feeds (vertikale, chronologisch sortierte Neuigkeiten-Spalte auf Facebook) der Fans
- frei gestaltbare Tabs (= Karteikartenreiter)
- Eigene Vanity-URL (z.B. www.facebook.com/fdp_musterstadt)

Anlegen einer Facebook Page

Ganz wichtig vorab: Sollten Sie bereits über einen eigenen Facebook Account verfügen, so loggen Sie sich hier bitte zunächst nicht ein (bzw. wenn Sie aktuell eingeloggt sind, loggen Sie sich bitte erst einmal wieder aus).

Rufen Sie dann die folgende URL auf:

<http://www.facebook.com/pages/create.php>

Es baut sich die folgende Seite auf:

Klicken Sie als nächstes auf den Button „Unternehmen, Organisation oder Institution“. Es erscheint daraufhin eine Eingabemaske, die Sie folgendermaßen ausfüllen →

Das zweite Eingabefeld definiert den Namen Ihrer Fanpage, also z.B. „FDP Musterstadt“. Stimmen Sie abschließend noch den Richtlinien zu und bestätigen Sie Ihre Angaben durch Mausklick auf „Los geht's“.

Folgen Sie anschließend den Anweisungen von Facebook, wobei Sie die Einstellung „Ich habe kein Facebook-Konto“ bitte beibehalten (Siehe Screenshot unten).

Geben Sie als E-Mail-Adresse die offizielle Kontaktadresse Ihrer Gliederung an und denken Sie sich ein Passwort aus, das von dem Passwort Ihrer persönlichen Seite abweicht:

Erstelle ein Facebook-Konto

Ich habe bereits ein Konto bei Facebook.
 Ich habe kein Facebook-Konto

E-Mail:

Neues Passwort: ?

Geburtsdatum: Tag: Monat: Jahr:
Bitte gib dein eigenes Geburtsdatum an. (Warum wird dies benötigt?)

Sicherheitskontrolle: Gib beide Wörter, von einem Leerzeichen getrennt, unten ein.
Du kannst die untenstehenden Wörter nicht lesen? Versuche andere Wörter oder ein Audiocaptcha.

operver some

Text im Feld: Was ist das?

Ich habe die Nutzungsbedingungen und die Datenschutzrichtlinien gelesen und stimme ihnen zu

Jetzt registrieren!

Probleme bei der Registrierung? Sieh dir unsere Hilfeseiten an

Ist auch diese Hürde genommen, geht es dann an das Einrichten der neuen Seite.

Einrichtung und Veröffentlichung des Profils

Nehmen Sie nun alle grundlegenden Einstellungen an Ihrem Gliederungs-Account vor. Facebook fragt Sie dabei Schritt für Schritt ab und gibt Ihnen die Möglichkeit, sich wunschgemäß darzustellen - oder aber auch bestimmte Abfragefelder einfach zu ignorieren.

Einen Haken gibt es allerdings. Mit dem Gliederungs-Account können Sie grundsätzlich keine Anwendungen, Applikationen auf der Page nutzen. Sollten Sie dieses sowieso nicht vorhaben, können Sie die nächsten Schritte ignorieren. Ansonsten... →

Möchten Sie Ihre neue Gliederungs-Seite umfassend und flexibel nutzen, will heißen auch Applikationen und weitere Tabs einsetzen, so ist hier ein kleiner Griff in die Trickkiste vonnöten.

Hinzufügen des privaten Accounts als zusätzlicher Admin

Veröffentlichen Sie zunächst in einem ersten Schritt die neue Gliederungs-Fanpage (wenn Sie dies im Rahmen der Einrichtung noch nicht direkt veranlasst haben). Anschließend loggen Sie sich aus Ihrem Gliederungs-Account aus und loggen sich anschließend mit Ihrem privaten Account wieder in Facebook ein.

Suchen Sie dann die von Ihnen gerade neu erstellte Gliederungs-Seite auf und werden Sie jetzt als Privatmann Fan dieser Page (Klick auf den entsprechenden „Gefällt mir“-Button).

Loggen Sie sich dann wieder aus Ihrem privaten Account aus und melden Sie sich anschließend wieder für Ihren Gliederungs-Account an.

Auf der Übersichtsseite der Fanpage sehen Sie eine Box, in der alle Fans angezeigt werden. Wenn Sie diese Box jetzt öffnen, können Sie all die Personen, die bereits Fan sind – und da zählen Sie selbst ja inzwischen zu (s.o.) - als Administrator hinzufügen (Mausklick auf „Make Admin“). Wählen Sie jetzt sich (und/oder andere Mitglieder Ihrer Gliederung) aus und machen Sie sich bzw. andere Mitglieder zu Administratoren der neuen Gliederungs-Seite.



Verwalten und Erweitern der Fanpage mit dem privaten Account

Da Sie nun mit Ihrem privaten Account auch Admin der Gliederungs-Seite sind, können Sie die ganze Fanpage auch mit diesem verwalten.

Mit Ihrem privaten Account ist es nun auch möglich, Applikationen zu nutzen und Tabs selbst zu gestalten.

Wenn andere Mitglieder Ihrer Gliederung oder Dritte ebenfalls an der Fanpage mitarbeiten sollen, so können Sie diese ebenfalls über den obengenannten Weg als zusätzliche Administratoren hinzufügen.

Scheiden Sie oder andere als Administrator wieder aus, so können Sie sich selbst oder die anderen ganz einfach als Administrator wieder löschen und die Pflege den verbleibenden Admins überlassen.

Alle Aktivitäten (z.B. Einträge an der Pinnwand), die Sie mit Ihrem privaten Profil auf der Gliederungs-Page als eingetragener Administrator ausführen, tragen den Namen der Gliederungs-Page. Ihr privater Name taucht also als Absender nicht auf, Sie bleiben für die Besucher der Gliederungs-Seite hier anonym.

Abschließend noch eine Erläuterung, warum diese zugegebenermaßen etwas umständlich erscheinende Vorgehensweise sinnvoll ist.

Eine Facebook Page lässt sich nur schwer vom privaten Account des Erstellers wieder trennen. D.h. der Administrator, der die Fanpage angelegt hat, kann nur über einen komplizierten, bisweilen gar fehlerhaften Workaround wieder entfernt werden. Deshalb ist es besser, die Gliederungs-Site zunächst als nicht-eingeloggtter Nutzer einzurichten.

Einen ganz normalen (privaten) Facebook Account für die eigene Organisation, die eigene Partei anzulegen ist ebenfalls keine Lösung, da ein solches Vorgehen gegen die Facebook Richtlinien verstößt.

Kernfunktion der Facebook-Pages

Facebook Pages sind der Auftritt eines Unternehmens, einer Organisation, Partei usw. innerhalb von Facebook. Sie können komplett kostenfrei angelegt und verwaltet werden.

Einmal angelegt und eingerichtet bieten sie ähnliche Funktionen wie die Profile von gewöhnlichen Nutzern innerhalb von Facebook. Allerdings geht es hier um Fans, nicht um Freunde.

Entsprechend können sich interessierte Facebook-Nutzer über den "Gefällt mir" Button mit der Organisation, der Partei verbinden und erhalten so alle Statusupdates, die die Organisation / Partei veröffentlicht, in ihrem Newsstream.

Hilfreiche Video-Tutorials zur Administration bzw. zum Ausbau Ihrer Seite

Schauen Sie sich die Videos bitte im Full-Screen-Modus an, um die Screens besser zu erkennen.

Video-Tutorial I: Fans werden zu Admins.

<http://www.youtube.com/watch?v=zD4JPzCoGuc&>

Video-Tutorial II: Eigene Freunde als Fans zur neuen Gliederungs-Seite einladen

<http://www.youtube.com/watch?v=l4-deWMsvSE&>

Video-Tutorial III: Fans direkt anschreiben

<http://www.youtube.com/watch?v=7yl0KmUXpRQ&>

Video-Tutorial IV: Neue Info-Seiten (FBML Boxen) erstellen...

<http://www.youtube.com/watch?v=eXDBPSesCMg&>

Video-Tutorial V: ... und entsprechende Tabs (Karteikartenreiter) einrichten

<http://www.youtube.com/watch?v=x02WMIY7A7M&>

Video-Tutorial VI: Festlegung der Landing Page (erste Seite, auf die der Besucher der Gliederungs-Seite trifft)

<http://www.youtube.com/watch?v=Q98NJASww4k&>

Einrichtung einer Kurz-URL (Vanity-URL)

Mit ,Vanity-URL bezeichnet man Seiten-Adressen unter facebook.com, die anstatt mit langen Zahlen- und Buchstabenkolonnen mit einer gut merkbaren URL arbeiten.

Beispiel für eine Vanity-URL:

<http://www.facebook.com/FDP>

Bevor Sie für Ihre Gliederung eine entsprechend kurze und gut bewerbable URL einrichten können, benötigen Sie allerdings min. **25 Fans** für Ihre Gliederungs-Seite – eine durchaus in kurzer Zeit schaffbare Hürde.

Um eine Vanity-URL zu registrieren, gehen Sie bitte im eingeloggten Zustand auf

<http://www.facebook.com/username>

Dort können Sie dann über ein einfaches und gut verständliches Formular Ihre Wunsch-Adresse beantragen.

Wichtig: Die Vanity-URL kann nicht nachträglich geändert werden.

Auch dazu noch ein erläuterndes Video:

Video-Tutorial VII: Einrichtung einer Vanity-URL

<http://www.youtube.com/watch?v=uRk7R5B6bbY>

Wichtige Richtlinien rund um Facebook

Nutzungsbedingungen für Facebook-Pages

Die wichtigsten Regeln, wenn mit Facebook Pages gearbeitet wird.

http://www.facebook.com/terms_pages.php

Richtlinien für die Benennung von Facebook-Seiten

http://www.facebook.com/page_guidelines.php

Erklärung der Rechte und Pflichten / Impressum

Diese Terms sollten für alle Nutzer von Facebook interessant sein.

<http://www.facebook.com/terms.php>

Facebook Grundsätze

Grundsätze, Prinzipien und Ziele von Facebook.

<http://www.facebook.com/principles.php>

Datenschutzrichtlinien

Offizielle Facebook-Darstellung, wie das Unternehmen Daten sammelt und verwendet.

<http://www.facebook.com/policy.php>

Werberichtlinien

Regeln rund um die Facebook Ads. Unter anderem auch Regelungen, was und wer über Facebook beworben werden darf.

http://www.facebook.com/ad_guidelines.php

Richtlinien für Promotions

Richtlinien und Regeln für Gewinnspiele, Promotion-Aktionen etc.

http://www.facebook.com/promotions_guidelines.php



Einrichtung eines Twitter Accounts

Stark vor Ort.
www.fdp-nds.de



Twitter

Prolog

„to twitter“ bedeutet im Englischen so viel wie zwitschern, worauf auch der Vogel als Twitter-Symbol anspielt.

Twitter ist wie Facebook ein soziales Netzwerk, das Menschen online vernetzt und ihnen Gelegenheit bietet, sich kurz und in Echtzeit untereinander auszutauschen.

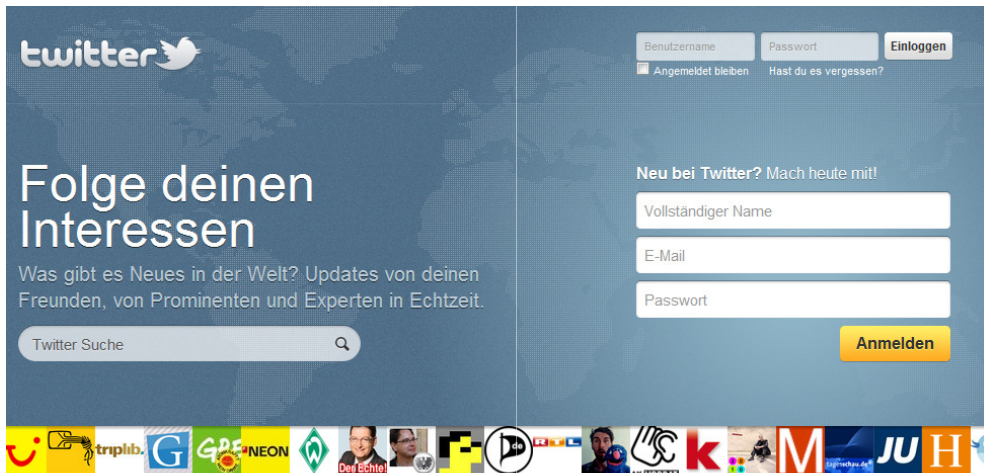
Twitter arbeitet dabei als Miniblogsystem. D.h., jeder Eintrag bzw. Post (oder auch Tweet) genannt darf maximal 140 Zeichen und höchstens einen Link enthalten. Dieses grenzt die Mitteilungsmöglichkeiten stark ein und zwingt den Twitter-User zu einer kurzen und direkten Ausdrucksform. Letztendlich ist es aber auch genau das, was Twitter charmant und attraktiv macht.

Freunde oder Fans, wie auf facebook.com, gibt es auf Twitter nicht. Hier spricht man von Followers. D.h. konkret: Sie können anderen Twitter-Teilnehmern folgen. Und andere Twitter-Teilnehmer können Ihnen folgen. Was jeweils zur Folge hat, dass Sie in Echtzeit die Kurznachrichten erhalten, die die Twitter-User, denen Sie folgen, erstellen. Umgekehrt erhalten die User, die Ihnen folgen, Ihre Mitteilungen in Echtzeit.

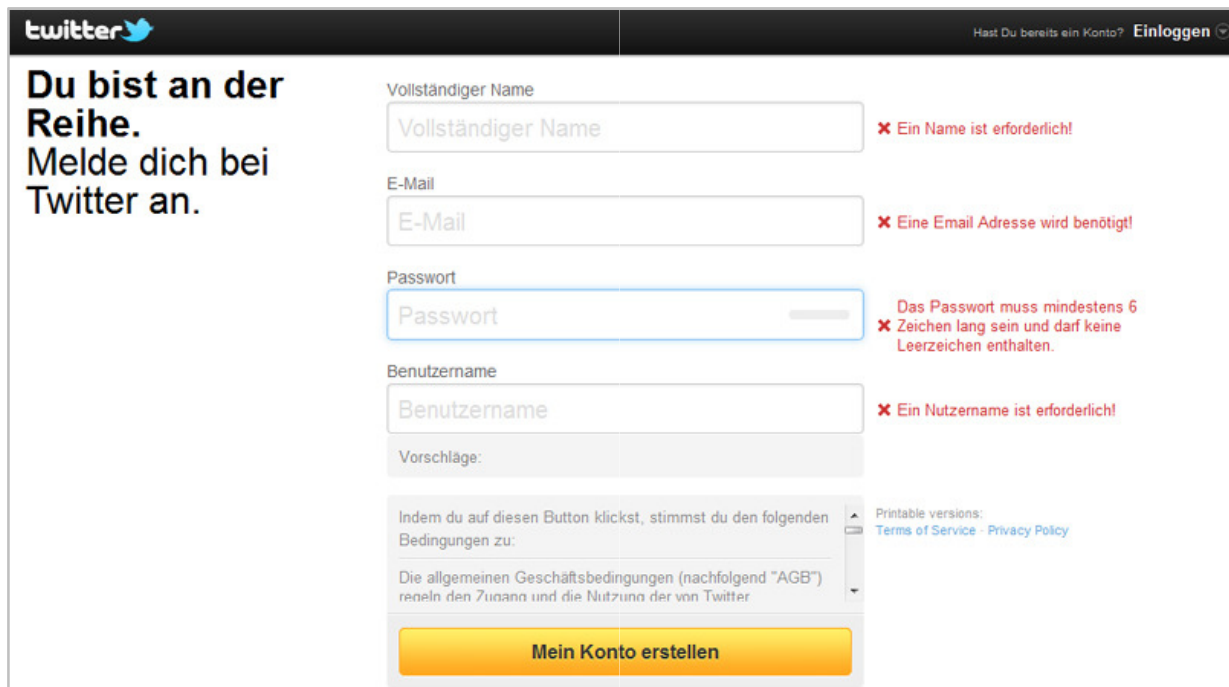
Anmeldung / Einrichtung eines Twitter-Accounts

Das gesamte Procedere bei Twitter ist deutlich einfacher als bei Facebook.

Gehen Sie einfach direkt auf twitter.com und nutzen Sie dort direkt die drei weißen Eingabefelder zur Anmeldung:



Geben Sie bei „Vollständiger Name“ Ihren Vor- und Nachnamen ein. Die Benennung Ihres Accounts, also beispielsweise „FDP_Musterstadt“ erfolgt erst im zweiten Schritt:



Fortsetzung Anmeldung / Einrichtung eines Twitter-Accounts

„Vollständiger Name“, „E-Mail“ und „Passwort“ sind bereits vorausgefüllt – Sie können die Angaben aber hier noch verändern.

Wichtig ist der „**Benutzername**“, der jetzt den Namen Ihres neuen Twitter-Accounts definiert. Und gleichzeitig auch die spätere Direkt-URL zu Ihrer Twitter-Seite bestimmt:

Beispiel:

Benutzername: FDP_Musterstadt
Spätere Twitter-URL: twitter.com/FDP_Musterstadt

Klicken Sie final auf den gelben Button „Mein Konto erstellen“. Ihre neue Twitter-Seite wird endgültig angelegt.

Danach fragt Twitter gerne nach Ihrem Mail-Account, um abzugleichen, ob von Ihren E-Mail-Kontakten bereits jemand auf Twitter unterwegs ist. Diesen Schritt sollten Sie überspringen.

Gleiches gilt für die relativ willkürliche Auswahl an anderen Twitter-Mitgliedern, die die Plattform im nächsten Schritt anbietet. Auch hier sollten Sie einfach weitergehen.

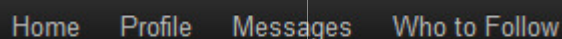
Anschließend nimmt Twitter Sie – ähnlich wie Facebook - an die Hand. Schritt für Schritt definieren Sie Gestaltung, Sprache, Uhrzeit, sichtbare Daten u.v.m. für Ihre Twitter-Seite. Und Sie haben Gelegenheit, Ihr Profilbild und auch ein Foto für den Seitenhintergrund hochzuladen.

Den gesamten Vorgang können Sie sich hier noch einmal per Video verfolgen:

Tutorial-Video I: Konfiguration des Twitter-Accounts

http://www.youtube.com/watch?v=OafW3JAGRuE&feature=player_detailpage#t=133s

Aber das ist noch wichtig: Twitter arbeitet seit kurzem mit neuer Optik. Sie finden alle Konfigurationsfelder im Video jetzt unter „Profil“ (obere horizontale Navigation):



Home Profile Messages Who to Follow

Fortsetzung Anmeldung / Einrichtung eines Twitter-Accounts

Klicken Sie dort dann auf

[Edit your profile →](#)

Hier können Sie jetzt in Ruhe alle Parameter Ihrer neuen Twitter-Seite definieren (Oder später auch wieder verändern).

Kleines Twitter-Glossar – alphabetisch sortiert:

Direct Message / DM

Twitter-Nutzer können sich gegenseitig private Nachrichten senden. Diese sind im Gegensatz zu @replies (Siehe auch dort) nicht öffentlich zugänglich. Aus Sicherheitsgründen können private Nachrichten nur zwischen zwei Nutzern verschickt werden, die sich gegenseitig folgen. Eine solche Nachricht wird als Direct Message oder kurz DM bezeichnet.

Followers

Tweets sind zunächst nicht an bestimmte Personen gerichtet. Sie können von jedem, der sich dafür interessiert, gelesen werden. Möchte man die Nachrichten einer Person lesen, so kann man ihr „folgen“. Als Followers werden die User bezeichnet, die einer Person folgen, also ihre Nachrichten abonniert haben.

Auf der persönlichen Startseite erhält man dann die Nachrichten der Leute, denen man selbst folgt. Im Unterschied zu Social Networks wie Facebook, StudiVZ oder wer-kennt-wen muss die Beziehung nicht auf Gegenseitigkeit beruhen. Man kann also auch Leuten folgen, die nicht zu den eigenen Followern gehören.

Hashtags

Tweets können mit Schlagwörtern versehen werden, die den Inhalt der Nachricht kennzeichnen. Diesen Schlagwörtern wird eine Raute # vorangestellt. Ein solches Schlagwort wird als Hashtag bezeichnet. →

Fortsetzung Hashtags

Im klassischen Sinne dienen Hashtags dazu, Tweets von unterschiedlichen Usern zu einem gemeinsamen Thema zu bündeln, damit sie später wieder gefunden werden können. Sehr häufig kommen Hashtags bei Veranstaltungen wie Messen zum Einsatz. Für die rePublica 2010 wurde beispielsweise der Hashtag #rp10 verwendet. Jeder der über die Veranstaltung twitterte, konnte die eigene Nachricht mit einem #rp10 versehen. So konnten über die Twitter-Suche alle Nachrichten zur Veranstaltung gefunden werden.

Microblogging

Beim Microblogging sendet man kurze Nachrichten, die öffentlich gelesen werden können. Die Kürze der Nachrichten und die Tatsache, dass Nachrichten quasi von überall (Handy) in Echtzeit veröffentlicht werden können, macht Microblogging zu einem sehr schnellen Medium.

Twitter ist der bekannteste und populärste Microblogging-Anbieter. Weitere Microblogging-Plattformen sind z.B. Identi.ca oder Jaiku.

@reply

In Tweets kann Bezug auf einen anderen Benutzer genommen werden. Dabei wird dem Benutzername ein @-Zeichen vorangestellt. Anwendungen hierfür sind klassischerweise Antworten auf Fragen.

Beispiel:

Der User A fragt:

„Welcher deutsche Promi fehlt noch bei Twitter?“

Antworten können dann wie folgt formuliert werden:

„@A: Ich vermisse Jürgen Klopp.“

Benutzernamen, mit vorangestelltem @-Zeichen, nennt man @replies. Sie werden automatisch verlinkt. Klickt man auf den Link gelangt man zu den Nachrichten des jeweiligen Nutzers. Außerdem sieht der Benutzer, dass er in einem Tweet erwähnt wurde.

Retweet / RT

Interessante Tweets können an die eigenen Follower weitergeleitet werden. Hierbei spricht man von einem sog. Retweet oder abgekürzt RT. Dabei wird dem Tweet, den man zitiert, ein RT gefolgt vom Benutzernamen der Quelle vorangestellt.

Beispiel:

Der Benutzer A schreibt:

„Neues Twitter-Glossar im Blog unter <http://interessant.de> veröffentlicht.“

Hält man die Nachricht für interessant, kann man sie wie folgt weiterleiten.

„RT @A Neues Twitter-Glossar im Blog unter <http://interessant.de> veröffentlicht.“

Timeline

Auf der persönlichen Startseite wird die Timeline (Zeitleiste) angezeigt. In dieser Spalte sieht man die letzten Nachrichten der Leute, denen man folgt, chronologisch sortiert.

Tweet / Update

Eine Nachricht, die bei Twitter verfasst wird, wird Tweet oder Update genannt.

Tinyurl

Da Tweets in ihrer Länge beschränkt sind, zählt mitunter jedes Zeichen. Da viele Internet-Adressen sehr lang sind, können diese mit diversen kostenlosen Zusatzdiensten verkürzt werden. Diese Dienste werden z.B. hier

tiny.url (www.tinyurl.com)

bit.ly (www.bit.ly)

oder auch in Hilfsprogrammen wie Hootsuite (Siehe unten) angeboten.

Die lange URL kann bei diesen Anbietern in eine kurze URL umgewandelt werden.

Twitterwall

Eine Twitter-Wall ist eine Seite, auf der Tweets zu einem Thema zusammengefasst werden. Üblicherweise werden dazu alle Twitter-Nachrichten mit einem bestimmten Hashtag gesucht und in Echtzeit auf der Twitter-Wall dargestellt.

Empfehlungen zur redaktionellen Frequenz

Niemand auf Twitter erwartet den 24/7-Betrieb eines Accounts. Allerdings sollte bei einem "professionellen" Account schon eine gewisse Regelmäßigkeit in der Betreuung vorliegen.

Wir empfehlen zum Start

Regelmäßiges Twittern an den Arbeitstagen / Werktagen

2-4 Tweets pro Tag

2-3 mal täglich einen prüfenden Blick auf den Account

In Urlaubs- oder Abwesenheitsphasen darf sich im Account auch gerne mal 1-2 Wochen gar nichts tun. Dieses sollte dann nur - optimalerweise mit dem letzten Tweet - bekannt gemacht werden.

Der typische Twitter-Nutzer

Überdurchschnittliches Bildungs- und Einkommensniveau.
Besonders stark in der Altersg. 25 - 55 Jahre vertreten.

Empfohlener Sprachstil

Allgemein

creating curiosity-Stil (Fragen, Direktansprachen, „Auflösung folgt“-Konstruktionen)

Unprätentiös, unwerblich, *casual*, aber nicht zu salopp.

Rechtschreibung & Zeichensetzung bleiben wichtig!

Zur Lockerung gerne etwas Selbstironie u. „twinkle-in-the-eye“-Humor

Im direkten 1:1-Dialog

Freundlich, geduldig, respektvoll, informativ.

Im Konfliktfall: deeskalierend, Netiquette vorlebend, aber auch verlangend.

Wir empfehlen für die Betreuung des Accounts

<http://www.hootsuite.com>

Vorteile von hootsuite.com

Einrichtung mehrerer Twitter-Accounts (profiles) in einem hootsuite-Account

Inzwischen kann auch Facebook von Hootsuite aus betreut werden

Zeitversetztes Tweeten

Integrierter, äußerst effektiver URL-Kürzer (“shrink it”)

Präzise click-through-Statistik (via Google Analytics)

- für den gesamten Account

- für individuell bestimmbare Zeiträume

- für einzelne Tweets

Einrichtung automatisierter Tweets gemäß RSS feed (eines Blogs o.ä.)

Individuell konfigurierbare Einrichtung erwünschter Dauersuchbefehle (z.B. “FDP”, “Musterstadt”, “Bildungspolitik” o.ä.)

Komfortable Spaltenübersicht über

- alle bereits gesendeten Tweets

- alle bereits geschriebenen, aber noch nicht abgeschickten Tweets

- alle Tweets mit @FDP_Musterstadt

- alle direct messages

Stark vor Ort.

www.fdp-nds.de



Vielen Dank!

Stark vor Ort.
www.fdp-nds.de

