



Sichtbarkeit im digitalen Zeitalter

Wie Freiwilligenagenturen Aufmerksamkeit gewinnen – ohne
Marketingabteilung

Keynote von Lea Thies zur Tagung der lagfa bayern e.V.

**Sichtbarkeit =
Existenz**



Sichtbarkeit = Existenz

In der heutigen, digitalen Zeit ist Sichtbarkeit der Schlüssel zur Existenz und Wahrnehmung.

Wenn wir nicht wahrgenommen werden, können unsere Ideen, Werte und Bemühungen nicht zur Geltung kommen und bleiben irrelevant.

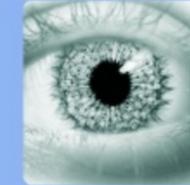




Wir leben in einer Aufmerksamkeitsökonomie

Aufmerksamkeit ist knapp

In der heutigen digitalen Welt ist Aufmerksamkeit ein kostbares Gut. Die Fülle an Informationen und Inhalten führt dazu, dass Menschen Schwierigkeiten haben, die für sie relevanten Botschaften herauszufiltern.



Inhalte sind unendlich

Die Produktion von Inhalten hat exponentiell zugenommen. Täglich werden Milliarden von neuen Beiträgen, Videos und Bildern online gestellt, was die Sichtbarkeit von Einzelpersonen und Organisationen erschwert.



Algorithmen entscheiden mit

Algorithmen auf Plattformen wie Facebook, Instagram und Google beeinflussen massiv, welche Inhalte gezeigt werden. Diese Algorithmen sind entscheidend dafür, wie viele Menschen Ihre Botschaft tatsächlich erreichen.



Konkurrenz ist vielfältig

Die Konkurrenz um Aufmerksamkeit ist nicht nur lokal oder branchenspezifisch. Sie umfasst auch Unterhaltungsangebote wie Netflix, virale Videos und persönliche Inhalte, die im Internet geteilt werden.



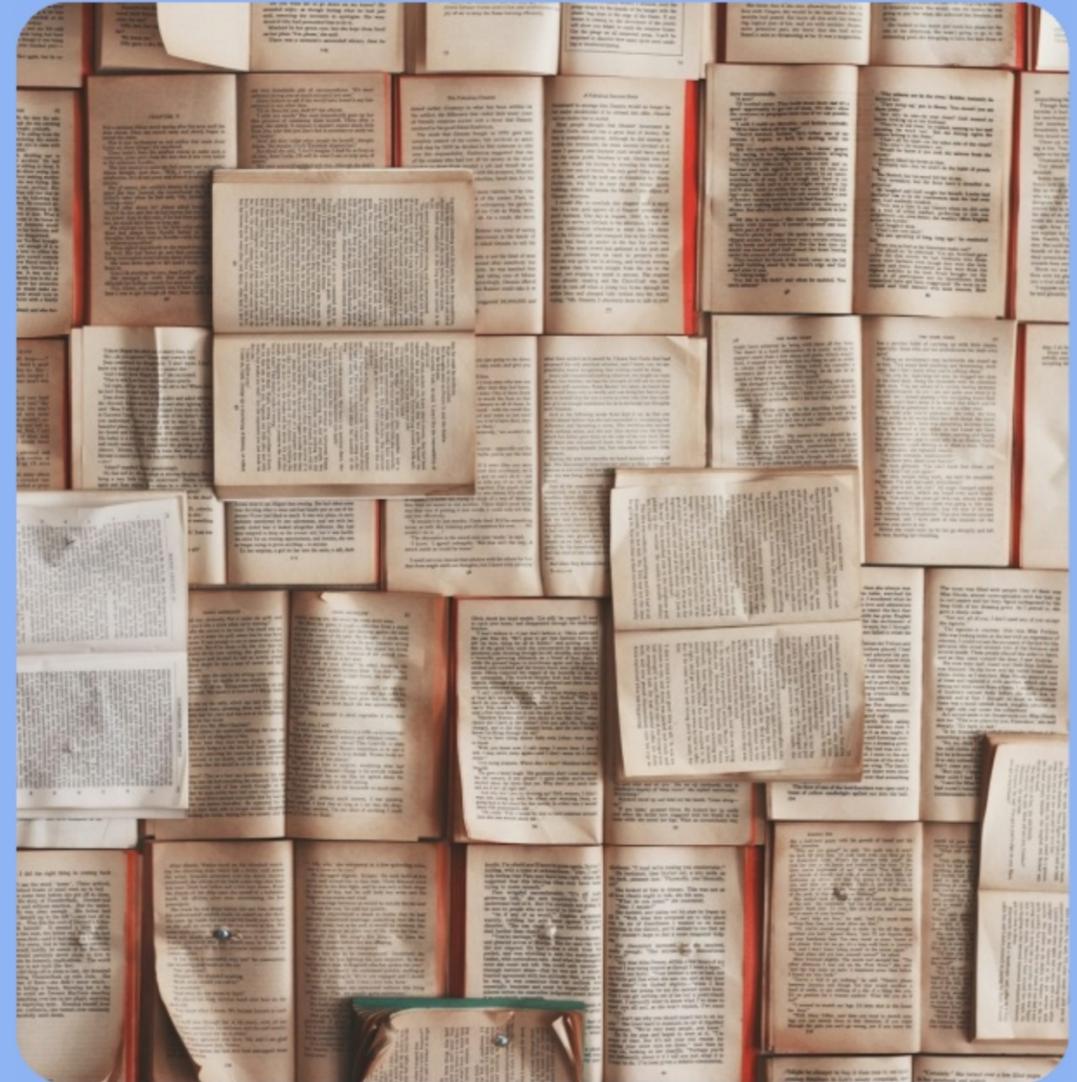
Aufmerksamkeit ist knapp

In der heutigen digitalen Welt ist Aufmerksamkeit ein kostbares Gut. Die Fülle an Informationen und Inhalten führt dazu, dass Menschen Schwierigkeiten haben, die für sie relevanten Botschaften herauszufiltern.



Inhalte sind unendlich

Die Produktion von Inhalten hat exponentiell zugenommen. Täglich werden Milliarden von neuen Beiträgen, Videos und Bildern online gestellt, was die Sichtbarkeit von Einzelpersonen und Organisationen erschwert.



Algorithmen entscheiden mit

Algorithmen auf Plattformen wie Facebook, Instagram und Google beeinflussen massiv, welche Inhalte gezeigt werden. Diese Algorithmen sind entscheidend dafür, wie viele Menschen Ihre Botschaft tatsächlich erreichen.

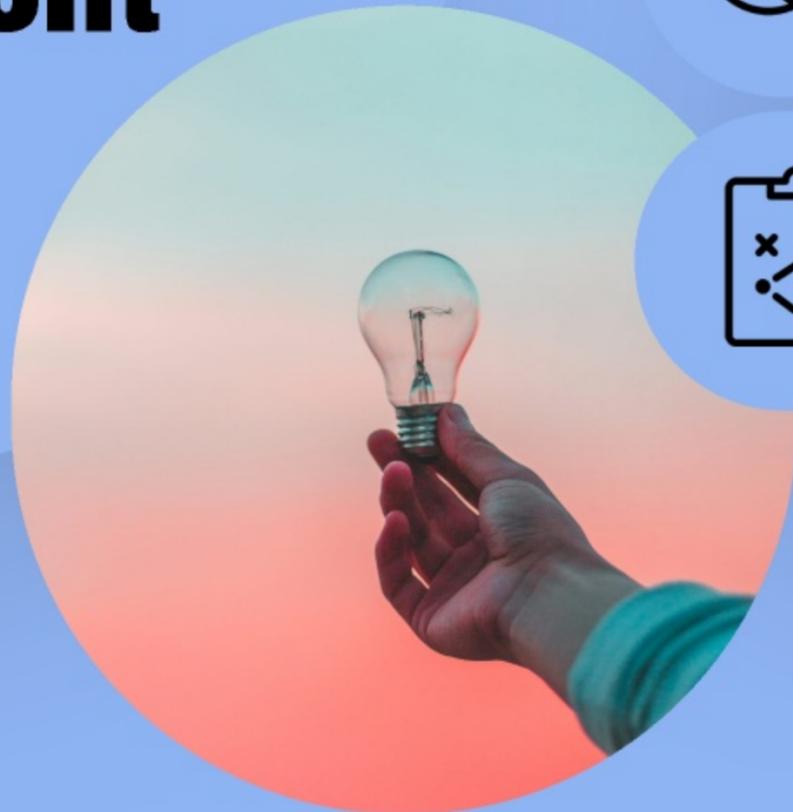


Konkurrenz ist vielfältig

Die Konkurrenz um Aufmerksamkeit ist nicht nur lokal oder branchenspezifisch. Sie umfasst auch Unterhaltungsangebote wie Netflix, virale Videos und persönliche Inhalte, die im Internet geteilt werden.



Gute Arbeit allein reicht nicht



Qualität \neq Sichtbarkeit



Engagement \neq
Wahrnehmung



Sichtbarkeit ist
eine eigene Aufgabe.

**Wie wird man
zur Marke?**

IMPORTED FROM MEXICO

Wie wird man zur Marke?



Marke = Wiedererkennung + Vertrauen

Marke ist nicht:

- **Logo**
- **Farbwelt**
- **Broschüre**

Marke ist:

- **Erwartung**
- **Haltung**
- **klares Profil**

Drei Fragen zur eigenen Marke



Wofür stehen wir?



Für wen sind wir da?



Wofür nicht?

Klarheit schafft Sichtbarkeit

Positionierung schlägt Lautstärke



Positionierung schlägt Lautstärke

Nicht:
„Wir machen alles für alle.“

Sondern:
„Wir sind die, die ...“



Sender - Empfänger: Die unterschätzte Grundregel

Kommunikation ist kein Monolog

Sender \neq Empfänger

Was ich sage \neq Was ankommt

Zielgruppenorientierung



Zielgruppenorientierung

Fragt nicht:
„Was wollen wir sagen?“

Fragt:
„Was interessiert die Zielgruppe?“

Wie wär's mit User Needs?



Fokus: Wen wollt Ihr erreichen?



Neue Ehrenamtliche?



Förderer?



Politik?



Junge Menschen?



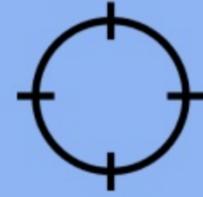
Presse?



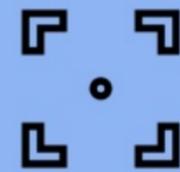
Unternehmen?

Jede Zielgruppe braucht eigene Ansprache.

Macht es euch einfach



Zielgruppen schrittweise
angehen



Mut zur Nische



Schnelle Resonanz suchen



Klein anfangen,
groß denken

Nicht immer die „schwierigsten“ Zielgruppen zuerst. Erfolg erzeugt Motivation.

**Wie kommt man durch die
Aufmerksamkeitssehranke?**

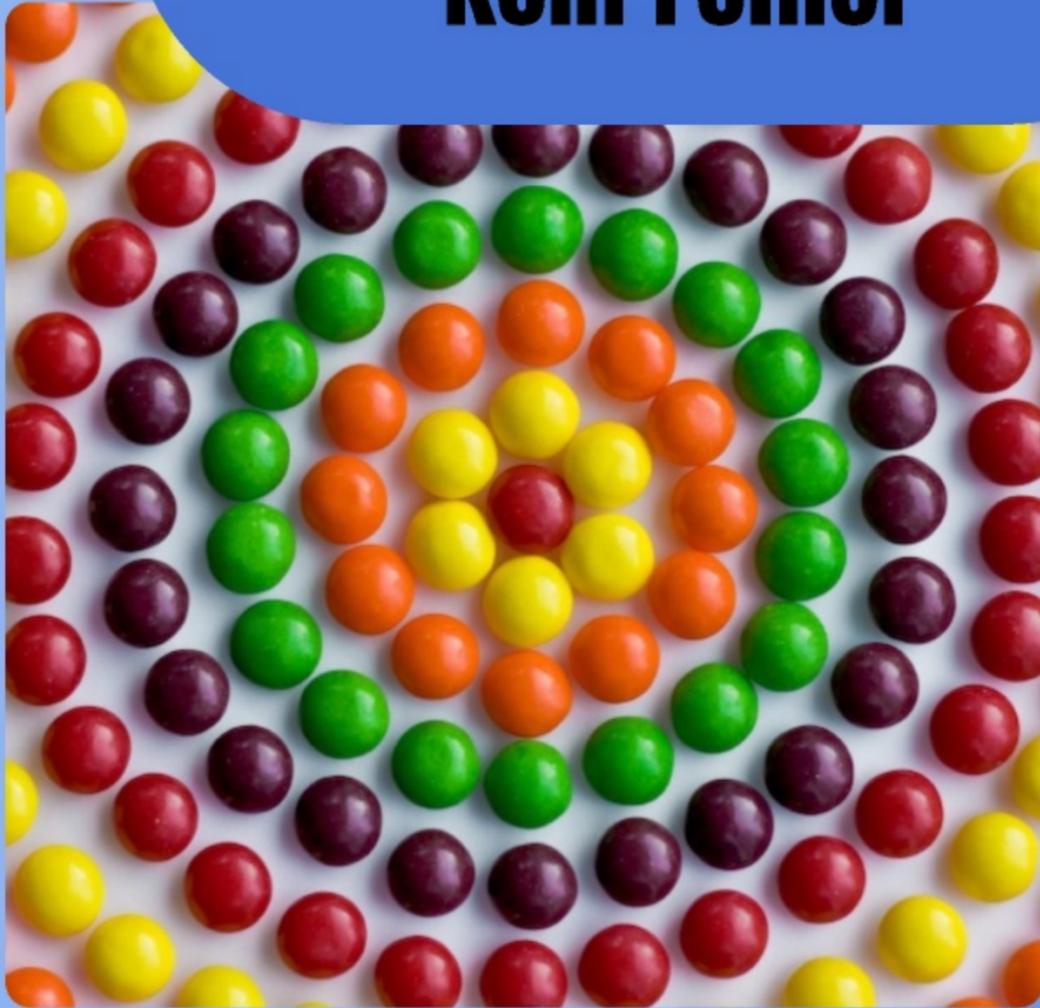


Wie kommt man durch die Aufmerksamkeitsschranke?

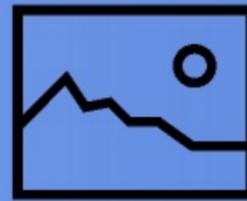
Klarheit schlägt Komplexität
Keine langen Erklärungen.
Keine Fachbegriffe.
Kein Verwaltungsdeutsch.
Ein Gedanke pro Beitrag.



**Wiederholung ist
kein Fehler**



Botschaften regelmäßig
kommunizieren



Bilder strategisch einsetzen



Kernideen konstant betonen

Sichtbarkeit entsteht durch Konsistenz.

Storytelling - der unterschätzte Hebel



Storytelling - der unterschätzte Hebel

Im digitalen Zeitalter sind Geschichten der Schlüssel zur emotionalen Verbindung. Fakten alleine erreichen oft nicht die Herzen der Menschen, während bewegende Erzählungen in Erinnerung bleiben und zum Teilen anregen.



Gute Story = 4 Elemente

Jede gute Geschichte benötigt diese vier grundlegenden Elemente, um emotional zu berühren und im Gedächtnis zu bleiben.

1

Eine Person

2

Ein Problem

3

Ein Wendepunkt

4

Eine Veränderung

Gute Story = 4 Elemente

Jede gute Geschichte benötigt diese vier grundlegenden Elemente, um emotional zu berühren und im Gedächtnis zu bleiben.

1

Eine Person

2

Ein Problem

3

Ein Wendepunkt

4

Eine Veränderung

Erzählt eure Wirkung - nicht eure Struktur

Nicht:

„Wir sind Träger von ...“

Sondern:

„Dank euch konnte ...“



Eine klare Kernbotschaft

Eine klare Kernbotschaft ist entscheidend, um die Aufmerksamkeit der Zielgruppe zu gewinnen. Sie hilft, die Botschaft schnell und effektiv zu kommunizieren, sodass das Publikum sofort versteht, worum es geht.

Ein Kanal (nicht fünf!)

Die Konzentration auf einen Kanal ermöglicht es Ihnen, Ressourcen effizient zu nutzen und eine tiefere Beziehung zu Ihrer Zielgruppe aufzubauen. Wählen Sie den Kanal, der am besten zu Ihrer Zielgruppe passt.

Ein Format (z.B. Kurzgeschichten)

Ein Format, das einfach umzusetzen ist, erlaubt Konsistenz und Wiederholung, zwei wichtige Faktoren für Sichtbarkeit. Kurzgeschichten sind besonders effektiv, um Emotionen zu wecken und Engagement zu fördern.

Regelmäßigkeit

Regelmäßigkeit in der Kommunikation schafft Vertrauen und Erwartung. Es ist besser, eine kleine, konsistente Menge an Inhalten zu produzieren, als sporadisch große Mengen.



**Strategie A:
Wenn wenig Zeit &
wenig Budget da
sind**

Lieber konstant klein als ambitioniert und unregelmäßig.

Eine klare Kernbotschaft

Eine klare Kernbotschaft ist entscheidend, um die Aufmerksamkeit der Zielgruppe zu gewinnen. Sie hilft, die Botschaft schnell und effektiv zu kommunizieren, sodass das Publikum sofort versteht, worum es geht.

Ein Kanal (nicht fünf!)

Die Konzentration auf einen Kanal ermöglicht es Ihnen, Ressourcen effizient zu nutzen und eine tiefere Beziehung zu Ihrer Zielgruppe aufzubauen. Wählen Sie den Kanal, der am besten zu Ihrer Zielgruppe passt.

Ein Format (z.B. Kurzgeschichten)

Ein Format, das einfach umzusetzen ist, erlaubt Konsistenz und Wiederholung, zwei wichtige Faktoren für Sichtbarkeit. Kurzgeschichten sind besonders effektiv, um Emotionen zu wecken und Engagement zu fördern.

Regelmäßigkeit

Regelmäßigkeit in der Kommunikation schafft Vertrauen und Erwartung. Es ist besser, eine kleine, konsistente Menge an Inhalten zu produzieren, als sporadisch große Mengen.

s sporadisch große



Lieber konstant klein als ambitioniert und unregelmäßig.

B: Wenn mittlere Ressourcen da sind



Redaktionsplan (monatlich)



Zuständigkeit klären



Bildsprache definieren



3 wiederkehrende Themenformate

C: Wenn gute Ressourcen da sind



Markenleitbild schriftlich



Klare Positionierung



Medienpartnerschaften



Community-Aufbau
(Newsletter!)



Persönliche Gesichter
sichtbar machen

Die wichtigste Entscheidung



Die wichtigste Entscheidung

Sichtbarkeit passiert nicht nebenbei.

Sie braucht:

- Priorität
- Verantwortliche
- Absprachen
- Zeit



Mut zur Klarheit

Nicht allen gefallen wollen.
Nicht alles gleichzeitig machen.
Nicht überall präsent sein.

Fokus = Kraft.



**Eure Arbeit ist zu wichtig,
um unsichtbar zu bleiben.**



**Eure Arbeit ist zu wichtig,
um unsichtbar zu bleiben.**

Sichtbarkeit ist kein Ego-Thema.
Sie ist ein Wirkungs-Thema.



Leitfrage für morgen:

Wenn jemand eure Organisation googelt – versteht er in 10 Sekunden, warum es euch braucht und was ihr macht?



Zum Mitnehmen. Jederzeit wieder abrufbar.

Sie haben etwas vergessen? Möchten ein wenig tiefer eintauchen? Scannen oder klicken Sie unten, um diese Präsentation zu öffnen.
Jederzeit, überall.

[Präsentation ansehen](#)

