

Kurzbericht zum Skill Camp 2019 in Dresden

Die Wilhelm-Külz-Stiftung führte in Kooperation mit dem European Liberal Forum, der Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit sowie dem neos LAB das diesjährige „SKILL CAMP Dresden“ vom 14.-15.6.2019 im Hotel Courtyard by Marriott in Dresden durch.

Die Fähigkeit, mit Argumenten zu überzeugen, gehört im persönlichen Bürgergespräch, im Wahlkampf sowie in der politischen Debatte zum handwerklichen Können eines Akteurs. Politische Ziele und Entscheidungen plausibel darzustellen zeichnet einen erfolgreichen Multiplikator aus. Um liberalen Positionen, nicht nur in der digitalen Kommunikation nachhaltig Gehör zu verschaffen, werden gute Argumente gebraucht und es bedarf auch das Wissen im Umgang mit alten und neuen Medien. Insbesondere ist hier das Erlernen der praktische Umsetzung durch jeden Einzelnen Hauptbestandteil der Werkstätten.

Das SKILL CAMP 2019 setzt deshalb in diesem Jahr seinen Schwerpunkt auf Kommunikation und Strategieentwicklung. Das hier angebotene Seminar unterstützt Sie dabei, Aussagen als überzeugende Argumente so aufzubereiten, dass Sie verständlich und auf die jeweilige Zielgruppe abgestimmt, den Verstand und die Herzen gleichermaßen erreichen. Darüber hinaus erhalten sie Inspirationen im Umgang mit unerwarteten Reaktionen von Bürgern und Journalisten, um auch konfrontative Situationen überzeugend zu meistern.

Mit Benjamin Brunner, Adéla Klečková, Andreas Novak, Katja Eisersdorf und Tom Steinborn-Henke haben wir auch in diesem Jahr kreative, kompetente und erfahrene Referenten für unser SKILL CAMP gewinnen können.

In die Thematik des Skill Camps wurden die Teilnehmer durch folgende Referenten eingeführt:

Werkstatt 1 mit Andreas Novak

Pressearbeit – analoge und digitale Trends in Europa

Werkstatt 2 mit Tom Steinborn-Henke & Katja Eisersdorf

Überzeugend in der Argumentation & schlagfertig in der Konfrontation

Werkstatt 3 mit Benjamin Brunner

Social Media Workshop

Werkstatt 4 mit Adéla Klečková

Pressearbeit – analoge und digitale Trends in Europa

Zu „Europa nach der Wahl – Chancen für die Liberalen“ referierte

Dr. Jürgen Martens MdB, Präsident des European Liberal Forum, Staatsminister der Justiz und für Europa a.D.

Beispielhaft für das gesamte Programm der Werkstätten haben wir die Werkstatt 3 mit Benjamin Brunner ausgewählt und beschreiben diese genauer:

Ziel der Workshops war es fortgeschrittene Einblicke in eine Auswahl an relevanten Social Media Kanäle, deren Funktionen und Algorithmen sowie Best-Practices zu geben. Es erfolgte die Vorstellung der verschiedenen Werkzeuge für eine effizientere Gestaltung der Social Media. Die Erstellung von Werbeanzeigen auf den jeweiligen Kanälen sowie die genaue Erläuterung der einzelnen Schritte waren der nächste Baustein in diesem Workshop.

Das Wissen der Teilnehmer zu allen Bereichen der Workshops war verschieden weit fortgeschritten und somit bestand die Herausforderung darin, alle Informationen teilnehmergerecht zu vermitteln.

Nach der persönlichen Vorstellung der Teilnehmer, des Referenten und des Ablaufes begannen die Gruppenarbeiten mittels des Instrumentes „Story Telling“ .

Der Referent ging auf aktuelle Gesellschaftstrends ein und welche Einflüsse diese auf das eigene Social Media Marketing haben. Nach der Darstellung ausgewählter Megatrends (Individualisierung der Gesellschaft, Digitalisierung und Globalisierung, Neoökologie) sowie dem Makrotrend der Selbstinszenierung, wurden Mikrotrends rund um aktuelle Social Media Kanäle erläutert. Unter anderem der Einfluss der Instagram Stories auf die Gesellschaft aber auch die Bereiche Emotionen, Micro-Influencer, Video Livestreaming und Messaging Plattformen wie WhatsApp. Im Hauptteil wurden wichtige und ausgewählte Social Media Plattformen genannt sowie deren Algorithmen und Funktionen dargestellt. Mit der Plattform Facebook beginnend wurde unter anderem aktuelle Änderungen des Facebook Newsfeed dargestellt und was diese für die eigene Betreuung des Kanals bedeuten.

Anschließend wurde das Publikum gebeten sich ihren eigenen Erfahrungen und Umsetzungen zu äußern. Der Referent demonstrierte den Teilnehmern das korrekte Vorgehen live – wie Werbeanzeigen richtigerweise erstellt und mit den eigenen Zielen im Social Media Marketing abgeglichen werden. Die Möglichkeit des Nachfragens durch die Teilnehmer war ständig gegeben.

Des Weiteren wurde der Kanal Instagram vorgestellt. Beginnend mit statistischen Zahlen zur Nutzung des Kanals weltweit und in Deutschland. Danach folgten Erklärungen zu den aktuellen Algorithmus Funktionen. Anhand von direkten Einblicken in die statistischen Auswertungen eines Instagram Profils konnte erklärt werden, worauf geachtet werden muss, und was dies für den eigenen Redaktionsplan bedeutet. Unter anderem wurde dargelegt, welche Bedeutung die Anzahl der Handlungen pro Tag in einer Woche laut Instagram Statistiken für das Erstellen der eigenen Postings hat. Ferner wurde ein Hinweis zu einem Instagram Leitfaden gegeben, der als Grundlage für die selbständige und professionelle Betreuung eines eigenen Kanals dient.

Der dritte Kanal der Vorstellung war YouTube. Hierbei wurde zuerst eine Übersicht über Nutzerstrukturen gegeben und wie Video-Rankings und Kanal-Rankings funktionieren. Anhand eines Beispiels wurden die verschiedenen Elemente innerhalb des Profils dargestellt.

Twitter und Pinterest wurden als letzte Kanäle des ausgewählten vorgestellt. Hier erfolgte ebenso die Erläuterung der Funktionsweise der Algorithmen und Beispiele, wie die Kanäle ausgestattet werden sollten, wie sie genutzt werden können und welche Ziele man damit verbinden kann. Unter anderem kann das Ziel „Mehr Traffic/Mehr Website Klicks“ für die eigene Webpräsenz erzielt werden, mit Hilfe eines gutausgestalteten Pinterest Profils.

Im nächsten Bereich des Workshops wurde die Wichtigkeit eines Redaktionsplan erläutert. Anhand eines Beispiels konnte dargelegt werden, wie aus einer Art von Inhalt (ein neuer Blogbeitrag Artikel) und drei genutzten Social Media Profilen, statt 19 Klicks an einem Tag und einer Nachricht mit Hinweis zu dem Blogbeitrag, 43 Klicks auf verschiedene Nachricht über mehrere Tage/Wochen innerhalb eines Redaktionsplans zum gleichen Blogbeitrag entstehen können. Ebenso wurden Hinweise gegeben, wie man seinen Redaktionsplan am besten kreativ gestaltet, sodass es auch den eigenen Nutzern des Social Media Kanäle gefällt.

Im nächsten Workshop-Abschnitt wurden sehr gute und weniger gute ausgewählte Beispiele aus den Kommunalwahlen 2019 im Bundesland Sachsen aus verschiedenen Social Media Plattformen dargestellt. Hierbei wurden sowohl Video der einzelnen Kanäle als auch Bildausschnitte der jeweiligen Beispiele präsentiert. Der Referent begründete dabei, welche Elemente, die sehr guten bzw. guten Beispiele ausmachen, und wie bei den eigenen Kanälen Einstellungen vorgenommen werden müssen. Im vorletzten Abschnitt wurden nun noch wichtige Werkzeuge für die eigene Social Media Arbeit der Teilnehmer vorgestellt. Hier wurde auf Google Trends, Google Alerts, Google Analytics, Facebook Insights, Fanpage Karma und linktr.ee eingegangen.

Der letzte Abschnitt umfasste noch einmal eine Zusammenfassung des Workshops anhand der Darstellung von „12,5 Tipps für den Social Media Erfolg“. Danach wurden Fragen aus dem Publikum beantwortet und auch Beispiele direkt noch live vor Ort präsentiert.

Das Skill Camp 2019 wurde so durchgeführt, wie es ursprünglich geplant wurde. Die Nachfrage nach diesem Camp war exzellent. Die Auswertung mit den Teilnehmern des Camps führte zu einem höchst positivem Ergebnis. Die Auswahl der Referenten, Inhalt sowie die Methodik und der Wissenstransfer wurden mehrheitlich mit sehr gut bewertet.