

Protokoll

Veranstaltung: Arbeitskreis Personal & Pädagogik, Sondersitzung Kampagne

Datum: 03.05.2021

Zeit: 14:00 - 15:30 Uhr

Ort: Zoom-Videokonferenz

Teilnehmer*innen:

Sophie	Fährnich	Wildfang e.V.
Manfred	Fuß	Futureline
Sven	Gollub	LaKiJu
Helge	Maul	Jugendreiseakademie
Dennis	Peinze	BundesForum
Oliver	Schmitz	transfer e.V.
Nora	Wollny	BundesForum

Leitung: Oliver Schmitz

Protokoll: Nora Wollny

TOP 1 Austausch

Oliver Schmitz begrüßt die Teilnehmer*innen zur Sondersitzung mit dem Thema Social-Media-Kampagne, um Teamer*innen zu gewinnen.

Dennis Peinze stellt den aktuellen Stand der graphischen Kampagnenentwicklung vor, im Anschluss tauschen sich die Teilnehmer*innen dazu aus:

- Entwicklung und Erscheinungsbild, Vorschläge kommen mit ans Protokoll
- Schlagworte: Organisieren, Betreuen, Mitgestalten, Reisen
- teamerwerden.de als Landing-Page mit weiterführenden Informationen und Kontakte
- responsive Seite
- Feedback: positiv, leichte Verteilung über Sharing
- grelle Farben erzeugen Aufmerksamkeit (generell: gelb+blau sowie gelb+schwarz sind gute Kombinationen zum Lesen)
- Layout, Slogans und Sprüche im Wechsel mit Kacheln, in denen Fotos sind
- Begriff Teamer*in problematisch
- junge Leute in ihrer gegenwärtigen Lebenssituation abholen, aktuell schwierig (Corona)
- englische Übersetzung der Landingpage notwendig?:
 - neben den Kacheln kann der Text in englisch in die Texte mit rein („english below“)
 - ausländische Zielgruppen vorerst außen vorlassen und Konzentration auf deutschsprachige Teamer*innen
 - bzw. Texte auf türkisch, russisch etc.
- ein Absatz zum Thema ‚Corona‘ auf der Seite möglich
- da es darum geht, Aufmerksamkeit zu bekommen und es sich um eine langfristige Kampagne handelt, ist das Thema Corona zweitrangig, die Kampagne kommt erst 2022 wirklich zum Tragen
- dagegen steht ein evtl. kurzfristiger Bedarf, der vielleicht noch in diesem Sommer entsteht

- Möglichkeit, in Social Media eine zielgruppenspezifische Ansprache z.B. auf Facebook zu kaufen
- Veranstaltern anbieten, ihre eigenen Kacheln zu gestalten
 - mit gleichem Aufbau und gezielten Ansprachen und gleichem Layout
- die Frage lautet nicht ob sondern wen wir suchen
- ist die teamer.de-Seite nicht auch für Qualität wichtig: Weiterbildungsangebote, Darstellung der Anbieter, klare Kommunikation der Voraussetzungen

Fazit: Einigkeit über Layout, Slogans etc.

Mögliche (qualitative) Inhalte der Landingpage:

- Voraussetzungen der Bewerber*innen?
- Voraussetzungen der Anbieter?
- aktuell:
 - Hintergrundinformationen
 - O-Töne von Teamer*innen
 - Sammlung von Einsatzstellen (die in einer Datenbank gelistet sind), sie können ihre Angebote eingrenzen, Kontakte

Benutzer der Kacheln sollten ihre eigenen Stellenangebote unter dem Foto verlinken z.B. die Kampagne soll nur dazu dienen Aufmerksamkeit zu erregen

in Zukunft:

- Auflistung der einzelnen Veranstalter / Organisationen mit kurzem Teaser und Ort
- kleinerer Filter (regional)
- Hinterlegung der E-Mail-Adresse, um Stellenangebote von Veranstaltern zu erhalten („hier findest du Angebote...“)
- Listung nicht nach Alphabet, da die Veranstalter mit A / B bevorteilt sind
 - oder Auflistung der Mitglieder der Mitglieder des BundesForum
- geringe Verantwortlichkeiten
- keine Kosten für die Veranstalter, aber ggf. Verpflichtung an der Kampagne #Q – Mit Sicherheit gute Kinder- und Jugendreisen teilzunehmen
- oder: alle die aktiv Teamer*innen suchen, können uns per Email die Infos geben und werden dort gelistet, je größer die Liste

Fazit:

- optisch auffallender Button zu den Veranstaltern: Links zu den Seiten der Veranstalter; idealerweise auf die „Stellenangebote“-Seite
- darunter: Übersicht wo ich grundsätzlich als Teamer*in arbeiten kann: Logo, Ort, 100 Zeichen zur Selbstdarstellung
- Hintergrundinformationen zum Teamer*in-sein: Voraussetzungen, wie sieht die Arbeit aus, Qualität etc.
- Suchkriterien? -> Zusatzleistung, die über die Veranstalter finanziert werden müssen
- Zahler-Version / Nichtzahler-Version
- aktuell: 40-50 gelistet (die Hälfte muss angemahnt werden)

- Start mit kostenloser Version
- Plus-Mitgliedschaft wenn die Seite läuft anbieten evtl. per Email Abfrage an unsere Mitglieder

- wichtig: das BundesForum stellt Material zur Verfügung
- die Durchführung obliegt den Veranstaltern, die Interesse haben Teamer*innen zu finden
- Influencer als Kampagnenpartner möglich

- Wie kommen Reiseveranstalter auf die Seite?
- Informationen für die Organisationen über die Kampagne
- das BundesForum ist Motor der Kampagne
 - 2 bis 3 x im Monat Hinweis auf Facebook
 - Thema muss immer wieder von BundesForum in die Öffentlichkeit getragen werden

nächste Schritte

- Feinschliff für Banner und Kacheln
- Überarbeitung der teamer.de-Seite (inhaltlich und gestalterisch)
- gestalterisch: Grafikdesignerin Stefanie Adler gemeinsam mit der Geschäftsstelle des BundesForum
- alle können ihre Anmerkungen per Mail an Oliver bis 14.5.2021 mailen
- im Anschluss: Termin mit Stefanie, Oliver, Dennis und Nora (nach dem DJHT ab 21. KW)

Meet-UP

- bis Ende der Woche sind alle Infos online
- dann kann es beworben werden

Berlin, den 05.03.2021

Leitung der Veranstaltung: Oliver Schmitz

Protokoll: Nora Wollny