



Dominika Rotthaler

# Strategisch sichtbar werden

Mit KI und Social Media  
zur passenden Zielgruppe

15.10.2025

BundesForum Kinder- und Jugendreisen e.V.



# Lernziele



- Verstehen, wie Social Media gezielt für die Ansprache von Zielgruppen genutzt werden kann
- Zielgruppen analysieren und deren Bedürfnisse erkennen
- Die passenden Plattformen (Instagram, TikTok, Facebook & Co.) strategisch auswählen
- Kennenlernen von KI-gestützten Tools für Text, Bild, Planung und Analyse
- Eigene Social-Media-Workflows effizienter und ressourcenschonender gestalten
- Reflektieren: Chancen und Grenzen von KI im Social-Media-Alltag

# Agenda

Begrüßung und Einführung in Social Media	4
Zielgruppen identifizieren und verstehen	16
Einsatz von KI in der Social Media Arbeit (Sprache, Bild & Organisation)	47
Abschluss & Ausblick	99



# Dominika Rotthaler

- Studium der Kulturwissenschaften in Warschau, Polen
- Postgraduales-Studium: Online-Marketing
- Zertifizierte Social-Media-Managerin
- Kultur- und Eventmanagement in Polen, Deutschland und in der Schweiz
- Bloggerin, digitale Konzepterin und freie Redakteurin
- Seit 2017 Social-Media-Beraterin und Dozentin



# SOCIAL MEDIA: Wichtige Begriffe

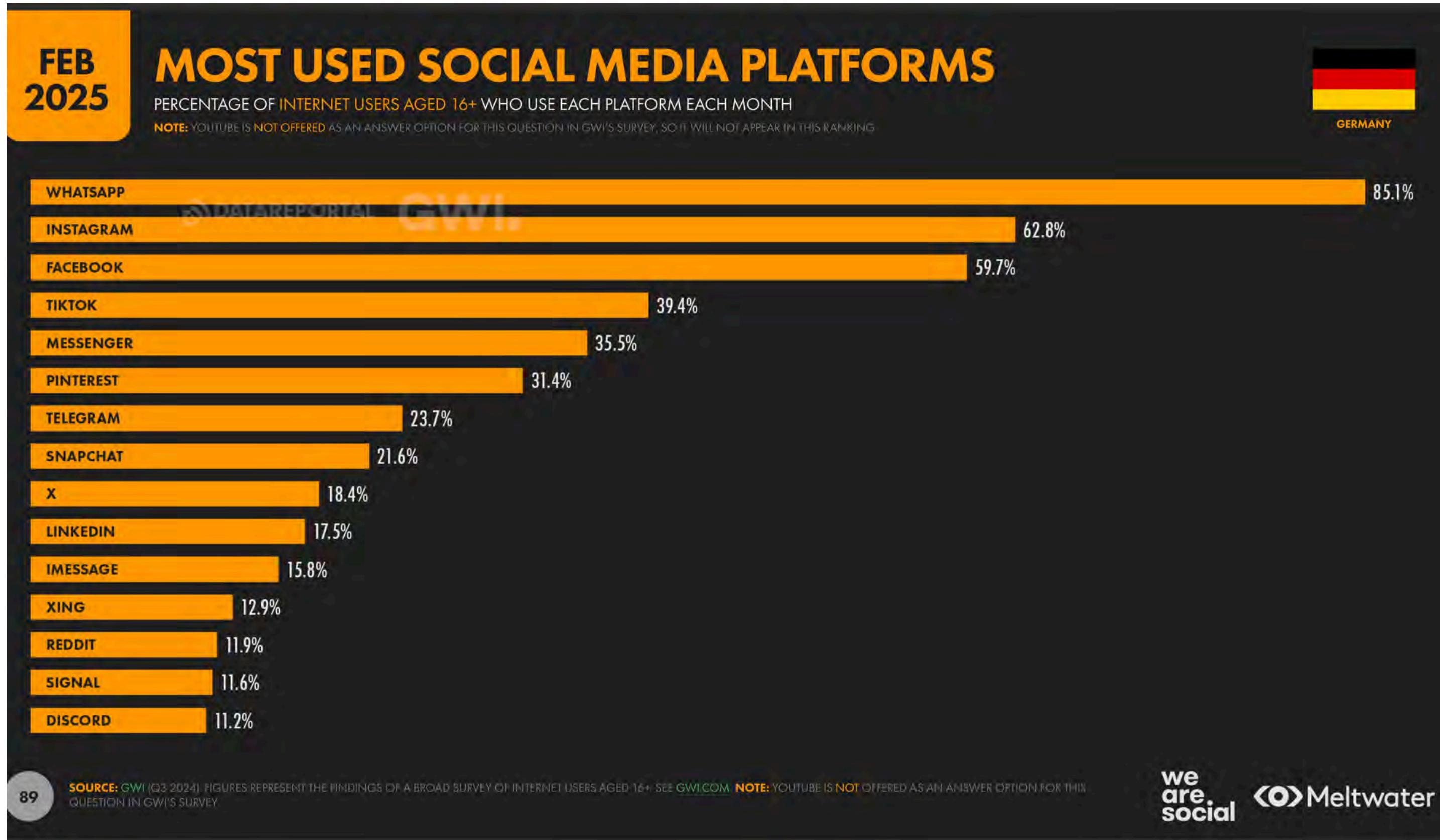
- Algorithmus - System, das entscheidet, welche Inhalte wem angezeigt werden. Beiträge mit vielen Interaktionen (Likes, Kommentare) werden häufiger ausgespielt.
- Call-to-Action (CTA) - Aufforderung, etwas zu tun: „Jetzt buchen“, „Ferienfreizeit anmelden“, „Mehr Infos auf unserer Website“.
- Community - Die Gruppe von Follower:innen, Gästen, Eltern und Unterstützenden, die einem Profil folgen und interagieren.
- Follower:innen – Menschen, die einem Profil folgen, um über neue Inhalte informiert zu werden.
- Posten – Einen Beitrag veröffentlichen, z. B. ein Foto, ein Video oder einen Text.

# SOCIAL MEDIA: Wichtige Begriffe

- Reel - Kurzvideo auf Instagram (ähnlich wie bei TikTok), oft unterhaltsam oder informativ. Hilft dabei, eine größere Reichweite zu erzielen.
- Social-Media-Content - Inhalte wie Bilder, Videos, Texte oder Grafiken, die für soziale Medien erstellt und dort geteilt werden.
- Story - Kurzlebiges Format auf Plattformen wie Instagram oder Facebook, das nach 24 Stunden verschwindet. Wird oft für spontane Einblicke oder Veranstaltungs-Updates genutzt.
- Tagging - Markieren von Personen oder Profilen im Beitrag, z. B. Teammitgliedern oder Partnerorganisationen.

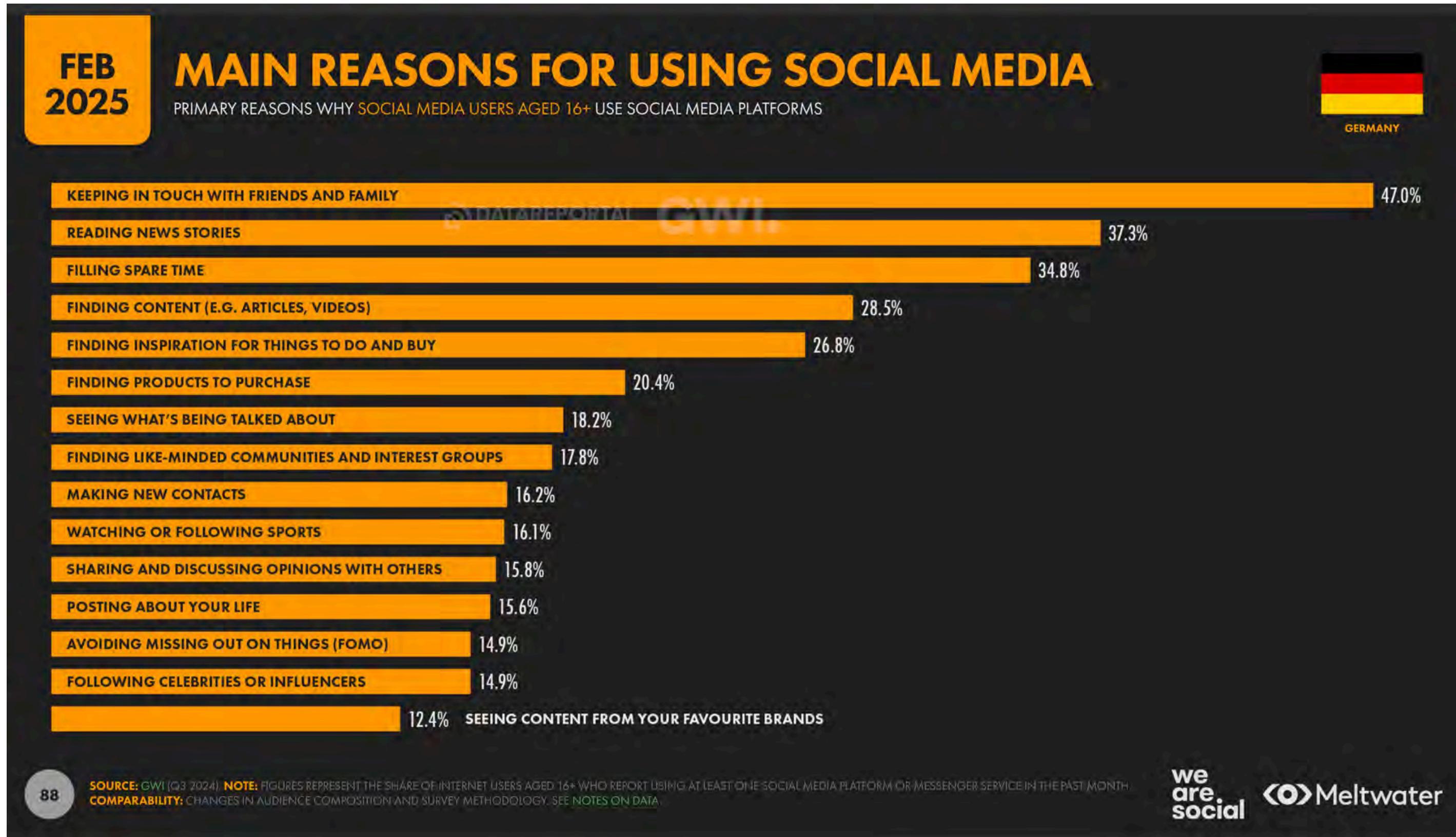


# Die wichtigsten Plattformen im Überblick



Quelle: [datareportal.com/reports/digital-2025-germany](https://datareportal.com/reports/digital-2025-germany)

# Die wichtigsten Plattformen im Überblick



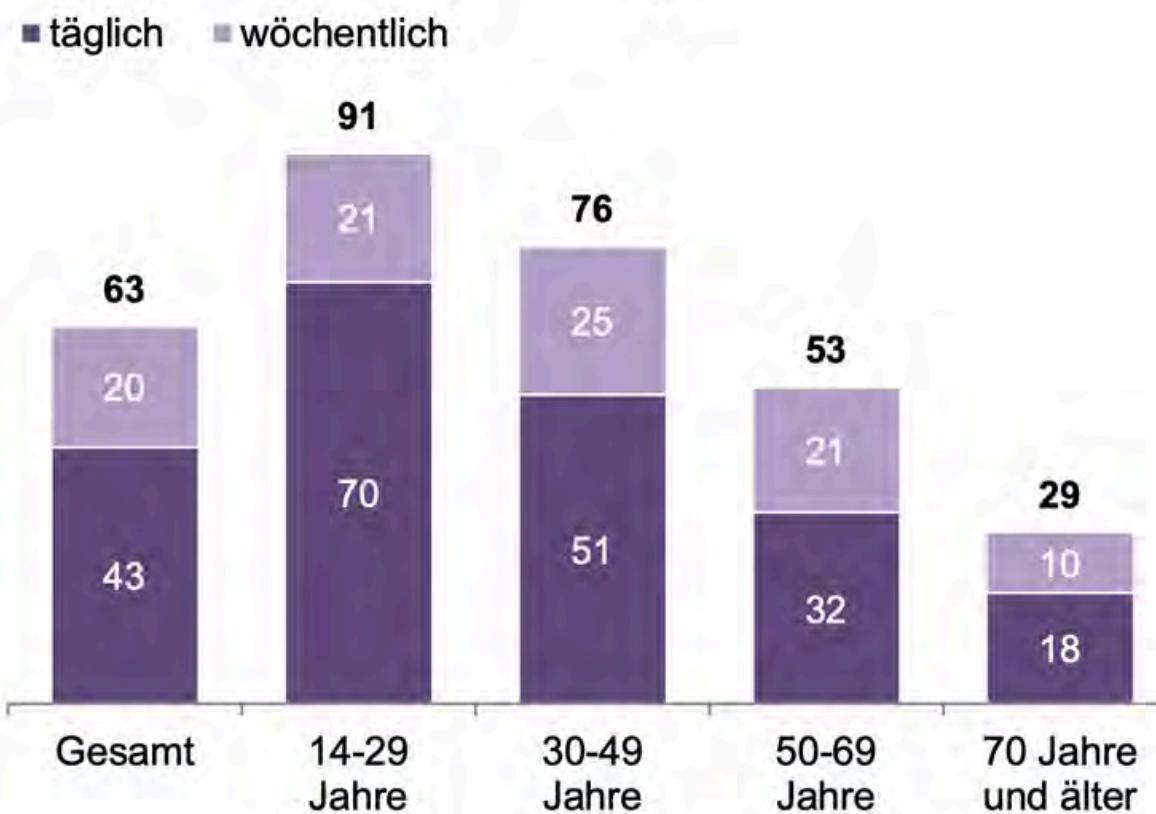
Quelle: [datareportal.com/reports/digital-2025-germany](https://datareportal.com/reports/digital-2025-germany)

# Die wichtigsten Plattformen im Überblick

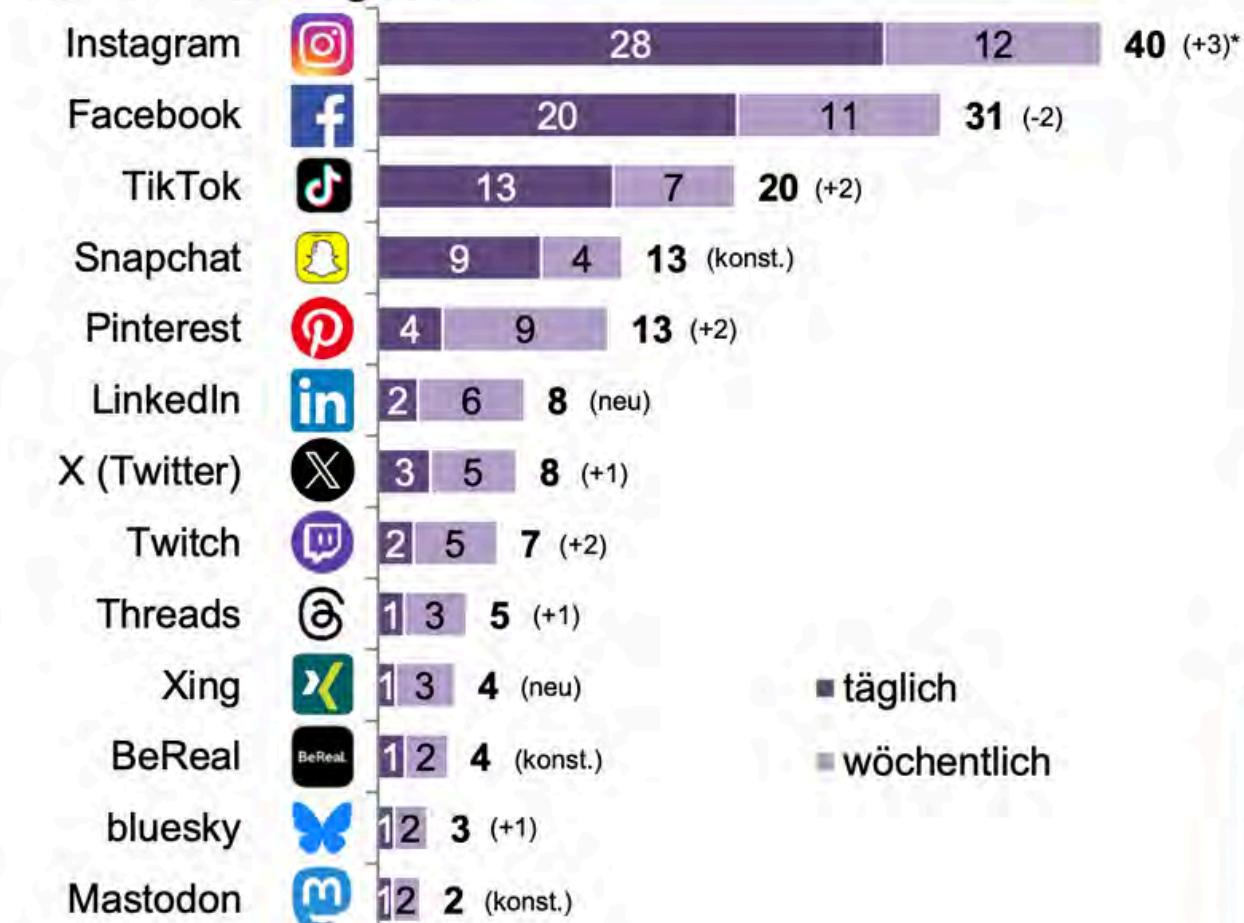
Mit Ausnahme der ab 70-Jährigen nutzt über die Hälfte regelmäßig Social Media. Instagram setzt sich von Facebook ab, auch TikTok gewinnt leicht

Social Media-Angebote, Angaben in Prozent | 2025

## Nutzung Social Media (Nettowert)



## Social Media-Angebote



# Die wichtigsten Plattformen im Überblick

	Plattform	Was ist das? / Wofür gut?	Wozu nutzen Unterkünfte & Veranstalter diese Plattform?
	Instagram	Bilder & Videos teilen, Einblicke geben, über Stories & Reels sichtbar werden	<ul style="list-style-type: none"><li>• Einblicke in Feriencamps oder Unterkünfte geben</li><li>• Emotionen &amp; Atmosphäre transportieren</li><li>• Sichtbarkeit bei Jugendlichen &amp; jungen Erwachsenen</li></ul>
	Facebook	Community, Events, Gruppen, ältere Zielgruppen	<ul style="list-style-type: none"><li>• Eltern als wichtige Zielgruppe ansprechen</li><li>• Veranstaltungen bewerben (Tag der offenen Tür)</li><li>• Infos &amp; Updates teilen</li></ul>
	LinkedIn	Berufliches Netzwerk, Fachthemen & Organisationen vorstellen	<ul style="list-style-type: none"><li>• Vernetzung mit Kooperationspartnern, Bildungseinrichtungen oder Verbänden</li><li>• Darstellung der Organisation</li><li>• Employer Branding</li></ul>
	TikTok	Kurze, kreative Videos mit Musik oder Text	<ul style="list-style-type: none"><li>• Aufmerksamkeit bei Jugendlichen erzeugen</li><li>• Freizeit-Highlights kreativ darstellen</li><li>• Authentische Stimmen von Teilnehmenden oder Team posten</li></ul>
	YouTube	Längere Videos, z.B. Interviews, Vorträge oder Erfahrungsberichte	<ul style="list-style-type: none"><li>• Camp-Videos oder Video-Reportagen veröffentlichen</li><li>• Einblicke in Unterkünfte, Programme oder Anreise geben</li><li>• Langfristige Sichtbarkeit durch Evergreen-Content</li></ul>

# Welche Plattform passt zu uns?

Nicht jede Plattform ist für jede Einrichtung oder jedes Angebot gleich sinnvoll. Entscheidend ist: Wen wollt ihr erreichen und wo bewegen sich diese Menschen online? Eltern informieren sich an anderen Orten als Jugendliche, Kooperationspartner oder mögliche Mitarbeitende.

## Zielgruppe

Sprecht ihr vor allem Jugendliche und junge Erwachsene an, die sich für Freizeiten interessieren? Oder sind eher Eltern und Entscheidungsträger:innen eure primären Ansprechpartner:innen:innen?

## Inhalte

Welche Geschichten wollt ihr erzählen: Atmosphäre und Emotionen aus den Freizeiten, Service-Informationen für Eltern oder Employer Branding für neue Teamer:innen?

# Was brauche ich zum Start?

- Smartphone und/oder Laptop
- E-Mail-Adresse + Passwort
- Profilbild (z. B. Logo oder Bild) und ggf. Titelbild/Banner
- Beschreibung: Wer sind wir & was machen wir? (meistens reichen 1-2 Sätze)  
→ wird je nach Plattform leicht angepasst

# Tipps Für den Einstieg

- Nutzt ein öffentliches Profil, damit ihr gefunden werdet
- Einheitliches Design mit ähnlichen Farben/Schriften wirkt professionell
- Keine Hochglanzfotos nötig - echte, ehrliche Einblicke wirken oft besser
- Nutzt Tools wie Canva zur Gestaltung oder Meta Business Suite zur Planung
- 1–2 Beiträge pro Woche reichen am Anfang völlig aus

# Was kann ich posten? Erste Ideen für Inhalte in der Reisebranche

- Ankündigungen & Veranstaltungen
  - Ferienfreizeit, Sommerlager oder Saisonstart
  - Frühbucherrabatte oder letzte freie Plätze
- Rückblicke
- Infos & Service
- Anreiseinfos oder Check-in-Hinweise
- Tipps & Inspiration
  - Reise- oder Ausflugstipps aus der Region
  - Packlisten, Spiele- oder Bastelideen für unterwegs
- Einblicke in den Alltag
- Emotionen & Geschichten
- Unser Haus / Unsere Organisation
- Team & Menschen

# Zielgruppen identifizieren und verstehen



# Warum ist Zielgruppenverständnis so wichtig?

- Social Media ist kein „One-Size-Fits-All“. Jede Zielgruppe hat andere Bedürfnisse, Erwartungen und Plattform-Vorlieben.
- Nur wer seine Zielgruppen versteht, kann Inhalte erstellen, die relevant und ansprechend sind.
- Falsche Ansprache = Reichweite ohne Wirkung (z. B. coole TikTok-Videos für Eltern, die eigentlich Infos auf Facebook erwarten).



Nicht alle müssen sich von einem Post angesprochen fühlen.  
Ein guter Beitrag spricht eine bestimmte Gruppe direkt an  
und wirkt dadurch echter und klarer.

# Zielgruppe verstehen: Wie „ticken“ unsere Menschen?

Stellt euch diese Fragen:

- Wen wollen wir mit diesem Post wirklich erreichen?
- Welche Fragen, Sorgen oder Wünsche hat diese Zielgruppe?
- Welche Inhalte helfen, Vertrauen und Nähe aufzubauen?
- Auf welchem Kanal erreiche ich sie am besten und in welchem Format?

# Hauptzielgruppen in der Kinder- & Jugendreisen-Branche

Jugendliche & junge  
Erwachsene  
(Teilnehmende)

Eltern &  
Erziehungsberechtigte

Teammitglieder &  
Betreuer:innen (aktuelle und  
potenzielle Mitarbeitende)

Partnerorganisationen &  
Netzwerke (z. B. Schulen,  
Kommunen, Verbände)

# Jugendliche & junge Erwachsene (Teilnehmende)



Bedürfnisse: Spaß, Abenteuer,  
Gemeinschaft, Selbstbestimmung

Frustpunkte: „Langweiliges  
Programm“, „zu teuer“, „keine Infos  
über Aktivitäten“

Kanäle: Instagram, TikTok, YouTube

Ansprache: Emotionen, Storytelling,  
kurze Videos, authentische Einblicke

# Eltern & Erziehungsberechtigte

Bedürfnisse: Sicherheit, Betreuung, klare Infos,  
Preis-Leistungs-Verhältnis

Frustpunkte: unübersichtliche Infos, keine  
Transparenz, Angst vor Risiken

Kanäle: Facebook, Website, Newsletter

Ansprache: Service-Posts, FAQ, Testimonials  
anderer Eltern, ruhiger & seriöser Ton



# Teammitglieder & Betreuer:innen (aktuelle & potenzielle Mitarbeitende)



Bedürfnisse: Sinnvolle Tätigkeit,  
Gemeinschaft, Spaß, Qualifikationen  
erweitern

Frustpunkte: unklare Aufgaben, schlechte  
Bezahlung, wenig Wertschätzung

Kanäle: Instagram (Community), LinkedIn  
(Employer Branding), Facebook-Gruppen

Ansprache: persönliche Geschichten,  
Erfahrungsberichte, Recruiting-Kampagnen

# Partnerorganisationen & Netzwerke (z. B. Schulen, Kommunen, Verbände)

Bedürfnisse: Kooperation, Imagepflege, gemeinsame Projekte

Kanäle: LinkedIn, Facebook (Organisationen), Website

Ansprache: Fachliche Themen, Projektberichte, professionelle Präsentation



# Methoden zur Zielgruppenanalyse

- Personas erstellen: Typische Vertreter:innen jeder Zielgruppe mit Name, Alter, Zielen & Bedürfnissen beschreiben.
- Fragen stellen: Wer bucht? Wer informiert sich? Wer entscheidet?
- Daten nutzen: Insights der Plattformen (z. B. Altersgruppen, Herkunft, Interaktionsrate).
- Feedback einholen: Gespräche mit Eltern, Teammitgliedern, Teilnehmenden – welche Infos fehlen, welche Inhalte sind hilfreich?



Nur wer seine Zielgruppen kennt, kann die passenden Inhalte entwickeln und auf der richtigen Plattform veröffentlichen.

# Von der Zielgruppe zur Persona

Zielgruppe = eine größere demografische Gruppe (z. B. „Jugendliche“, „Eltern“, „Teammitglieder“).



allgemein

Persona = eine fiktive, aber realitätsnahe Einzelperson mit Namen, Eigenschaften, Bedürfnissen und digitalem Verhalten.



greifbar & konkret

# Persona erstellen mit Hilfe von KI

ChatGPT/Gemini/Claude können beim ersten Entwurf helfen



Ein Prompt ist die Eingabe oder Anweisung, die man einer KI gibt, also die Frage oder Aufgabe, auf die die KI reagiert. Je klarer und detaillierter der Prompt formuliert ist, desto passender und nützlicher sind die Ergebnisse.

Der Prompt ist kein einzelner Satz, sondern ein Briefing für die KI. Je mehr Kontext man gibt, desto praxisnäher die Ergebnisse.



# Typische Stichpunkte im Standard-Prompt (für Persona)

- Wer wir sind (z. B. Unterkunft, Veranstalter, Verein)
- Unser Ziel (z. B. Teilnehmer:innen gewinnen, Eltern informieren, Teamer:innen finden)
- Welche Angebote wir machen (z. B. Ferienfreizeiten, Klassenfahrten, Unterkünfte)
- Welche Zielgruppen uns interessieren (z. B. Jugendliche, Eltern, Partner)
- Konkrete Quelle oder Kontext (z. B. Link zur Website, „Über uns“-Seite, Angebotsbeschreibung)
- Erwartetes Ergebnis (z. B. „Erstelle eine Persona in Steckbrief-Form mit Name, Alter, Bedürfnissen, Sorgen, Mediennutzung, Kommunikationsstil“)
- Rolle der KI (z. B. „Du bist Social-Media-Experte mit Fokus auf Kinder- und Jugendreisen“)

# Standard-Prompt für Persona-Erstellung mit KI

„Du bist Social-Media-Experte mit Schwerpunkt Kinder- und Jugendreisen.  
Wir sind ein [Verein/Unternehmen], der/die [kurze Beschreibung, z. B.  
Ferienfreizeiten für Kinder & Jugendliche anbietet].  
Unser Ziel ist es, [z. B. Jugendliche für unsere Programme zu begeistern und  
Eltern Sicherheit zu geben].  
Unsere Website: [Link]. Bitte berücksichtige die Inhalte auf der Startseite,  
den Angebotsseiten und die ‚Über uns‘-Seite.  
Erstelle daraus eine detaillierte Persona für unsere Social-Media-Arbeit.  
Berücksichtige: Name, Alter, Lebenssituation, Ziele, Sorgen, Mediennutzung,  
Entscheidungsrolle, Tonalität für die Ansprache.  
Stelle die Ergebnisse als übersichtlichen Steckbrief dar.“

# Beispiel-Prompt (Für Eltern als Zielgruppe)

"Du bist Social-Media-Experte mit Schwerpunkt Kinder- und Jugendreisen.

Wir sind ein gemeinnütziger Veranstalter von Ferienfreizeiten und Jugendreisen.

Unser Ziel ist es, Familien von unseren Freizeiten zu überzeugen und Eltern transparente Informationen und Vertrauen zu bieten.

Unsere Angebote richten sich an Eltern von Kindern zwischen 8 und 12 Jahren, die ihre Kinder in den Ferien gut betreut wissen möchten.

Unsere Website: [Link einsetzen].

Erstelle daraus eine detaillierte Persona dieser Zielgruppe in Steckbrief-Form mit:

- Name & Alter
- Lebenssituation
- Ziele & Wünsche
- Herausforderungen & Sorgen
- Interessen & Alltag
- Mediennutzung (Plattformen, Nutzungshäufigkeit)
- Entscheidungsrolle bei der Buchung
- Geeigneter Kommunikationsstil / Tonalität"

# Persona-Beispiel: Eltern (Ferienfreizeiten)



Kategorie	Beschreibung
Name & Alter	Sabine Müller, 41 Jahre
Lebenssituation	Verheiratet, zwei Kinder (8 und 11 Jahre), Teilzeit im Büro, lebt in Kleinstadt
Ziele & Wünsche	Abwechslungsreiche Ferien, pädagogisch sinnvolles Programm, neue Freundschaften für die Kinder
Herausforderungen & Sorgen	Sicherheit & Betreuung, klare Infos zu Kosten & Anreise, Sorge wegen Heimweh oder Gruppendynamik
Interessen & Alltag	Familienzeit, Lesen, Wandern, plant Ferien frühzeitig, vergleicht Angebote
Mediennutzung	Facebook & Instagram: eher lesend, selten aktiv; Facebook-Gruppen für Eltern & Freizeitideen
Entscheidungsrolle	Hauptentscheiderin, vergleicht Angebote und stimmt sich mit Ehemann ab
Kommunikationsstil	Seriös, transparent, vertrauensvoll; reagiert gut auf Erfahrungsberichte & Service-Posts



# On Top: Persona-Vorlage + Prompt-Beispiele

**Zielgruppen-Persona-Vorlage für die Social-Media-Arbeit**  
Diese Vorlage hilft euch, eure Zielgruppe besser zu verstehen – für gezielte und wirkungsvolle Social-Media-Inhalte.

1. Wer ist die Person, die wir erreichen möchten?
  - Name (fiktiv):
  - Alter / Lebensphase:
  - Beziehung zur Selbsthilfe / Thema:
2. Was beschäftigt diese Person aktuell?
  - Typische Alltagssorgen, Fragen oder Herausforderungen:
3. Was braucht diese Person von uns?
  - Was wünscht sie sich von unserer Gruppe / unserem Kanal?
  - Wie können wir ihr helfen, sich angesprochen zu fühlen?
4. Was könnte sie daran hindern, uns zu folgen oder mitzumachen?
  - Barrieren:
  - Wie können wir diese Barrieren abbauen?
5. Auf welchem Kanal erreicht man diese Person am besten?
  - Facebook
  - Instagram
  - YouTube
  - WhatsApp
  - TikTok
  - Sonstiges: \_\_\_\_\_
6. Welche Inhalte könnten diese Person interessieren?
  - Informationen rund um die Erkrankung / das Thema
  - Erfahrungsberichte anderer
  - Hinweise zu Treffen, Veranstaltungen, Austauschmöglichkeiten
  - Einblicke in die Arbeit der Gruppe
  - Tipps für den Alltag / Selbstfürsorge
  - Mutmacher, Zitate, Positives
  - Humor oder Leichtigkeit
7. Was wünschen wir uns von dieser Person?
  - Folgen / abonnieren
  - Beiträge lesen oder teilen
  - Kontakt aufnehmen

1



# Standard-Prompt für die Content-Planung mit KI

„Du bist Social-Media-Experte mit Schwerpunkt Kinder- und Jugendreisen.

Erstelle einen Content-Plan für [Zeitraum] für unsere Zielgruppe [Beschreibung, z. B. Eltern von Kindern zwischen 8 und 12 Jahren].

Grundlage sind diese Angaben aus der Persona:

- Ziele & Wünsche der Zielgruppe
- Sorgen & Herausforderungen
- bevorzugte Plattformen
- bevorzugter Kommunikationsstil

Bitte liefere:

- Themenideen (auf Basis der Persona-Bedürfnisse)
- Post-Formate (z. B. Info-Post, Reel, Story, Karussell, FAQ)
- Kanal-Empfehlung (z. B. Facebook, Instagram)
- Veröffentlichungsfrequenz (z. B. 2–3 Posts pro Woche)

Stelle den Plan tabellarisch dar mit den Spalten: Datum, Kanal, Thema/Inhalt, Format, Ziel der Kommunikation.“

# Beispiel-Prompt für „Sabine Müller“

„Du bist Social-Media-Experte mit Schwerpunkt Kinder- und Jugendreisen.

Erstelle einen Content-Plan für den Monat November 2025 für die Persona Sabine Müller, 41 Jahre, Mutter von zwei Kindern (8 und 11 Jahre).

Steckbrief-Infos zur Persona:

- Ziele & Wünsche: abwechslungsreiche Ferien, pädagogisch sinnvolle Programme, neue Freundschaften für die Kinder
- Sorgen & Herausforderungen: Sicherheit & Betreuung, klare Infos zu Kosten & Anreise, Sorge wegen Heimweh
- Interessen & Alltag: plant Ferien frühzeitig, vergleicht Anbieter, ist viel auf Facebook (lesend) und Instagram (passiv) unterwegs
- Entscheidungsrolle: Hauptentscheiderin für Buchung
- Kommunikationsstil: seriös, transparent, vertrauensvoll, mag Erfahrungsberichte und Service-Posts

Bitte berücksichtige saisonale Themen im November (z. B. Frühe Buchungsplanung für Sommer 2026, Weihnachtsaktionen, Rückblick auf die vergangene Saison).

Stelle den Content-Plan tabellarisch dar mit den Spalten: Datum, Kanal, Thema/Inhalt, Format, Ziel der Kommunikation.“

# Content-Plan November 2025 – Persona „Sabine Müller“

Datum	Kanal	Thema / Inhalt	Format	Ziel der Kommunikation
4. Nov. ...	Facebook	Frühbucherrabatt Sommer 2026 – Info über Start der Anmeldungen, klare Hinweise zu Kosten & Leistungen	Info-Post + Bild	Vertrauen schaffen, Eltern zur frühen Buchung motivieren
7. Nov. 2...	Instagram	Einblick ins Team – „So bereiten sich unsere Betreuer:innen auf die neue Saison vor“	Reel / Story	Sicherheit & Vertrauen durch menschliche Gesichter
11. Nov. ...	Facebook	FAQ-Post: „Was tun, wenn mein Kind Heimweh bekommt?“	Karussell mit 3 Tipps	Sorgen von Eltern abbauen, Kompetenz zeigen
14. Nov. ...	Instagram	Erfahrungsbericht einer Mutter: „Warum wir unsere Tochter jedes Jahr schicken“	Zitat-Grafik + Foto	Authentizität, Vertrauen, Social Proof
19. Nov. ...	Facebook	Sicherheit im Fokus: Vorstellung der Unterkunft + Betreuungskonzept	Foto-Post mit kurzem Text	Transparenz schaffen, Ängste nehmen
22. Nov....	Instagram & Facebook	Rückblick Sommer 2025: Highlight-Video mit Stimmen von Teilnehmenden	Reel / Kurzvideo	Emotionen wecken, Vorfreude für 2026 erzeugen
26. Nov....	Facebook	Service-Post: „So funktioniert die Anmeldung Schritt für Schritt“	Infografik / Checkliste	Orientierung bieten, Hürde Anmeldung senken
30. Nov....	Instagram	Vorweihnachtlicher Post: „Das schönste Geschenk: Abenteuer & Freundschaften“	Bild + Caption	Buchungsimpuls verstärken, emotionale Ansprache

# Standard-Prompt für Reel-Skripte

„Du bist Social-Media-Experte für Kurzvideos auf [Plattform, z. B. Instagram Reels]. Erstelle ein Skript für ein Reel mit dem Thema [Thema]. Zielgruppe: [z. B. Eltern von Kindern 8–12 Jahre]. Ziel: [z. B. Vertrauen schaffen, Einblicke geben, Vorfreude erzeugen].

Bitte liefere:

- Hook / Einstieg (wie das Reel sofort Aufmerksamkeit gewinnt)
- Szenenaufbau (welche Aufnahmen oder Einstellungen empfohlen werden)
- Sprechtext / Voiceover (in einfacher, passender Sprache)
- Texteinblendungen (falls sinnvoll)
- Handlungsaufforderung (Call to Action) am Ende.

Gib das Ergebnis als übersichtliches Szenen-Skript an.“

# Beispiel-Prompt für ein Reel „Einblick ins Team – Vorbereitung auf die Saison“

„Du bist Social-Media-Experte für Instagram Reels.

Erstelle ein Skript für ein Reel mit dem Thema ‚Einblick ins Team – So bereiten sich unsere Betreuer:innen auf die neue Saison vor‘.

Zielgruppe: Eltern von Kindern zwischen 8 und 12 Jahren. Persona: ‚Sabine Müller‘.

Ziel: Vertrauen schaffen, Sicherheit vermitteln und zeigen, dass hinter der Freizeit engagierte Menschen stehen.

Bitte liefere:

- Einen Hook, der sofort Aufmerksamkeit erzeugt (z. B. Frage oder spannende Szene).
- Einen Vorschlag für 3–4 Szenen mit kurzem Voiceover oder Text.
- Ideen für Texteinblendungen.
- Eine klare Handlungsaufforderung am Ende (z. B. „Jetzt Sommerfreizeit 2026 entdecken!“).

Stelle das Ergebnis tabellarisch dar mit den Spalten: Szene, Bild/Video, Text/Voiceover, Texteinblendung.“

# Ein fertiges Beispiel-Skript für das Reel speziell für die Persona “Sabine Müller” (Elternperspektive).

Szene	Bild / Video	Text / Voiceover	Texteinblendung
<b>Hook</b>	Close-up einer Mitarbeiterin, die Material (z. B. Spielekiste, Erste-Hilfe-Set) in die Hand nimmt und lächelnd in die Kamera schaut	Voiceover: „Wusstet ihr, dass unsere Betreuer:innen schon Monate vorher alles vorbereiten?“	„So bereiten wir uns auf die Saison vor!“
<b>Szene 1</b>	Schnitt: Teammeeting am Tisch, Notizen und Planungsunterlagen	Voiceover: „Im Team planen wir Aktivitäten und sorgen dafür, dass jedes Kind sich wohlfühlt.“	„Programmplanung mit Herz & Verstand“
<b>Szene 2</b>	Betreuer:innen üben ein Gruppenspiel oder testen Sportgeräte	Voiceover: „Spiele und Aktionen probieren wir selbst aus – damit der Spaß garantiert ist.“	„Alles getestet für maximalen Spaß“
<b>Szene 3</b>	Betreuerin packt einen Koffer/Rucksack mit typischen Dingen (Spielmaterial, Erste-Hilfe, Camp-Shirt)	Voiceover: „Von Sicherheit bis Gemeinschaft – wir denken an alles.“	„Sicherheit & Betreuung im Fokus“
<b>Call-to-Action</b>	Gruppenaufnahme: Alle Betreuer:innen winken in die Kamera	Voiceover: „Wir freuen uns auf die Sommerfreizeit 2026 – seid dabei!“	„Jetzt Platz sichern: Anmeldung geöffnet!“

**WORKFLOWS**  
**WORKFLOWS**  
**WORKFLOWS**

**Prompt → Persona → Prompt → Content-Plan →**  
**Prompt → konkrete Posts → Prompt → Reel-Skripts**  
**oder konkrete Post-Ideen**



# Zielgruppenfragen sichtbar machen → Content-Ideen entwickeln

Mögliche Tools:

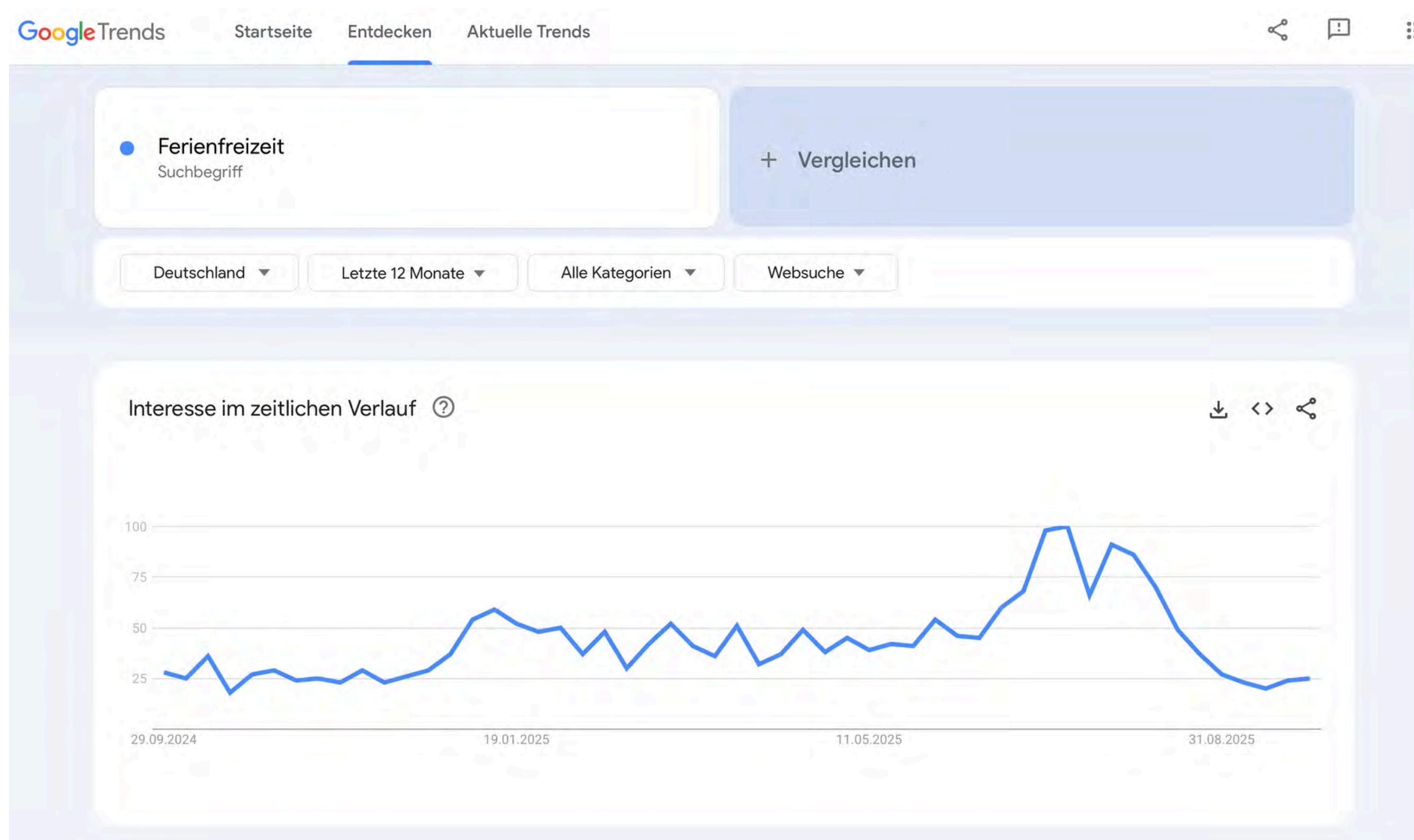
- Google Trends
- Answer the Public
- Answer Socrates
- Facebook & Instagram Insights (interne Tools)

# Zielgruppenfragen sichtbar machen → Content-Ideen entwickeln

## Google Trends

- Zeigt, wie sich Suchanfragen über die Zeit entwickeln.
- Mehrwert: Hilft saisonale Peaks zu erkennen
- Idee: Posts zur richtigen Zeit planen – Content vor den Suchtrends veröffentlichen.

# Google Trends



# Zielgruppenfragen sichtbar machen → Content-Ideen entwickeln

## Answer the Public

- Visualisiert, welche Fragen Nutzer:innen in Suchmaschinen (Google & Co.) zu einem bestimmten Thema stellen.
- Gibt Ergebnisse in Form von „W-Fragen“ (wer, was, wie, warum, wann...) und Suchphrasen zurück.
- Mehrwert für Social Media:
  - Ihr erkennt sofort, welche Fragen Eltern oder Jugendliche wirklich haben
  - Aus diesen Fragen lassen sich Posts, FAQ-Serien, Reels oder Karussells entwickeln.

# Answer the Public

The screenshot shows the 'Answer the Public' tool interface. At the top, there are links for Google, Bing, YouTube, TikTok, Amazon, and Instagram. Below that, the search term 'ferienlager' is entered in a search bar. To the right of the search bar are flags for 'Deutschland' (Germany) and 'Deutsch' (German). The main area displays a network of search queries branching from the central term 'ferienlager'. The queries are:

- Was kostet ein Ferienlager?
  - Wie viel kostet ein Ferienlager?
  - Sind Ferienlager gut?
  - Wie lange geht ein Ferienlager?
  - Wie ist der Tagesablauf im Ferienlager?
- Was macht man in einem Ferienlager?
  - Was macht man im Ferienlager?
  - Wie viel verdient man als Betreuer im Ferienlager?
  - Was darf im Ferienlager nicht fehlen?
  - Was braucht man im Ferienlager?
- Ab wann Kind ins Ferienlager?
  - Ab welchem Alter ist ein Ferienlager geeignet?
  - Ist Zeltlager gut für Kinder?
  - Ab wann Kind in den Ferien alleine lassen?
  - Wie viele Wochen dauert das Ferienlager?
  - Wann müssen 10-Jährige ins Bett ferien?
- Was ist ein Ferienlager?
  - Was bedeutet Ferienlager?

# Zielgruppenfragen sichtbar machen → Content-Ideen entwickeln

## Answer Socrates

- Ähnlich wie Answer the Public, aber noch stärker auf aktuelle Trends & Google-Suchen optimiert.
- Zeigt, welche Fragen in letzter Zeit besonders häufig gestellt werden.
- Mehrwert für Social Media:
  - Themenideen sind näher an der aktuellen Nachfrage (z. B. „Welche Ferienfreizeit für Kinder 2026?“).
  - Hilft, saisonale Trends zu erkennen, die in Content eingeplant werden können (z. B. Weihnachtsgeschenk-Idee: „Freizeit buchen statt Spielzeug“).

# Answer Socrates

Ferienlager ↗ 131 questions generated 🔥

People Also Asked

Was kostet ein Ferienlager?  
Was macht man in einem Ferienlager?  
Wohin mit den Kindern in den Ferien, wenn man arbeiten muss?  
Ab wann Kind ins Ferienlager?

Questions  
24 questions

Was      Wann      Wo ist      Welche

Was	Wann	Wo ist	Welche
Ferienlager Was Mitnehmen Ferienlager Was Ist Das Was Heißt Ferienlager Auf Englisch Was Kostet Ferienlager Was Bedeutet Ferienlager Ferienlager Was Einpacken Was Ist Freilager Ferienlager Wikipedia	Ab Wann Ferienlager Wann Festlager Und Loslager Wann Fest Los Lagerung Ferienlager Wannsee	Wo Ist Das Ddr Ferienlager Auf Rügen Wo Ist Ferienstart Wo Ist Ferienanfang Ferienlager-Linen Ferienlager Www.ferienlager.de	Welche Ferienlager Gab Es In Der Ddr Welche Ferien Fallen Weg Ferienlager Liste Welche Ferien Werden Abgeschafft Welche Ferien Welche Ferienparks Gibt Es

# Zielgruppenfragen sichtbar machen → Content-Ideen entwickeln

## Facebook & Instagram Insights (interne Tools)

- Oft übersehen, aber Gold wert: Zeigt, welche Posts am meisten Interaktionen hatten, welche Fragen in Kommentaren auftauchen.
- Mehrwert: Eigene Community direkt verstehen statt nur allgemeine Trends.

# Einsatz von KI in der Social Media Arbeit



# KI als Unterstützung, nicht als Ersatz

KI für Texte  
& Sprache

KI für Bilder  
& Designs

KI für Organisation  
& Auswertung



Ziel: Effizienz steigern, Kreativität erweitern

# KI für Texte & Sprache

- ChatGPT: Ideen für Captions, Post-Varianten, FAQs formulieren
- Canva AI & Canva Magic Write: direkt im Design-Editor Texte generieren (z. B. Social Media Post, Präsentationstext)
- DeepL Write: vorhandene Texte stilistisch optimieren (z. B. Sprache an Zielgruppen anpassen)

# Was ist ChatGPT?



- ChatGPT ist eine künstliche Intelligenz für Texte. Ihr gebt etwas ein (eine Frage oder Aufgabe) und bekommt sofort eine Antwort oder einen Textvorschlag.
- Entwickelt wurde es von OpenAI, basierend auf Sprachmodellen, die auf Milliarden von Texten trainiert wurden.
- Es funktioniert wie ein Gespräch: Ihr könnt nachhaken, umformulieren lassen oder ergänzen.
- Nutzt ihr es richtig, ist es wie ein digitaler (Schreib)assistent: schnell, hilfreich und rund um die Uhr verfügbar.

# Wie komme ich zu ChatGPT?



## Registrierung & Nutzung

- Website: [chat.openai.com](https://chat.openai.com)
- Anmeldung mit E-Mail-Adresse, Google- oder Apple-Konto
- Nutzung direkt im Browser, keine Installation nötig
- Tipp: Es gibt auch eine App (iOS & Android) mit gleichem Funktionsumfang wie im Browser

### Basis-Version (kostenlos):

- Zugriff auf das Modell GPT-5
- Gut geeignet für einfache Texte & erste Schritte sowie alltägliche Aufgaben

### Plus-Version (20 \$ / Monat):

- Zugriff auf GPT-5 mit fortgeschrittenem Reasoning (genauer, kreativer, aktueller)
- Möglichkeit, eigene Custom GPTs zu erstellen
- Bild- und Dateiverständnis, Web-Zugriff, bessere Logik
- Videogenerierung mit Sora

# Grenzen von ChatGPT im Alltag

- KI weiß nicht, was „wahr“ ist → Sie erzeugt plausible Texte, aber nicht immer korrekte Informationen (“Halluzinieren”).
- Kein Ersatz für Fach- oder Rechtstexte → Keine verbindlichen Infos zu Sicherheit, Verträgen oder Reisebedingungen automatisch übernehmen.
- Keine sensiblen Daten eingeben → Teilnehmerdaten, Buchungsinfos oder interne Kalkulationen gehören nicht in ChatGPT (Datenschutz!).
- Sprache prüfen & anpassen → KI-Texte sind manchmal zu generisch oder nicht passend für Eltern/Jugendliche → Tonalität immer anpassen.
- KI ist ein Werkzeug, kein Ersatz → Eigene Erfahrung mit Zielgruppen bleibt entscheidend.

# Custom ChatGPT: Eigene Assistenten bauen



## Tipp: Custom GPTs – euer persönlicher KI-Assistent (Plus-Version)

Mit einem kostenpflichtigen ChatGPT-Account (Plus) könnt ihr euch eigene, angepasste Assistenten bauen:

- z. B. für einheitlichen Tonfall in Elternkommunikation
- für wiederkehrende Aufgaben wie Newsletter, Blogbeiträge, Infotexte oder FAQ-Posts

# Was ist Canva?

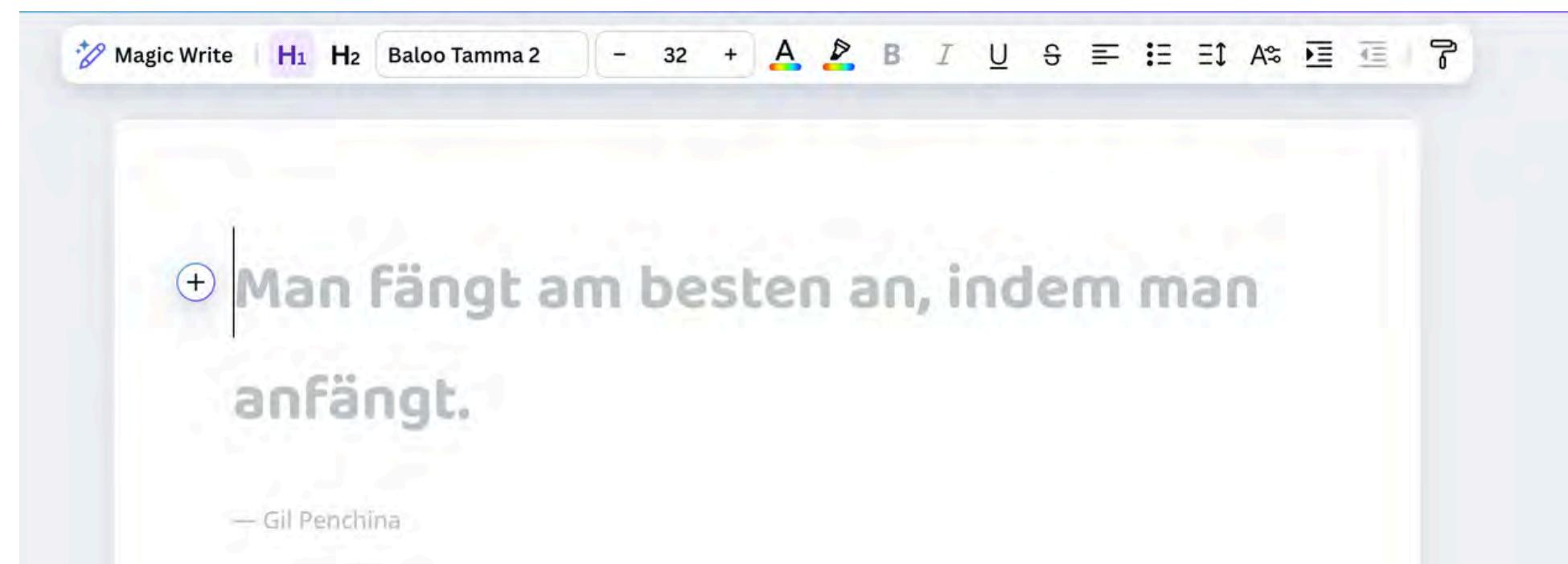


- Ein browserbasiertes Design-Tool, ideal für Social Media, Flyer, Poster, Präsentationen u. v. m.
- Viele Vorlagen, einfache Bedienung, kein Designwissen nötig
- Ermöglicht das schnelle Erstellen von professionell aussehenden Grafiken und Medien
- Kostenlos in der Basisversion nutzbar (für Einzelpersonen & gemeinnützige Organisationen auch Pro-Version möglich!)

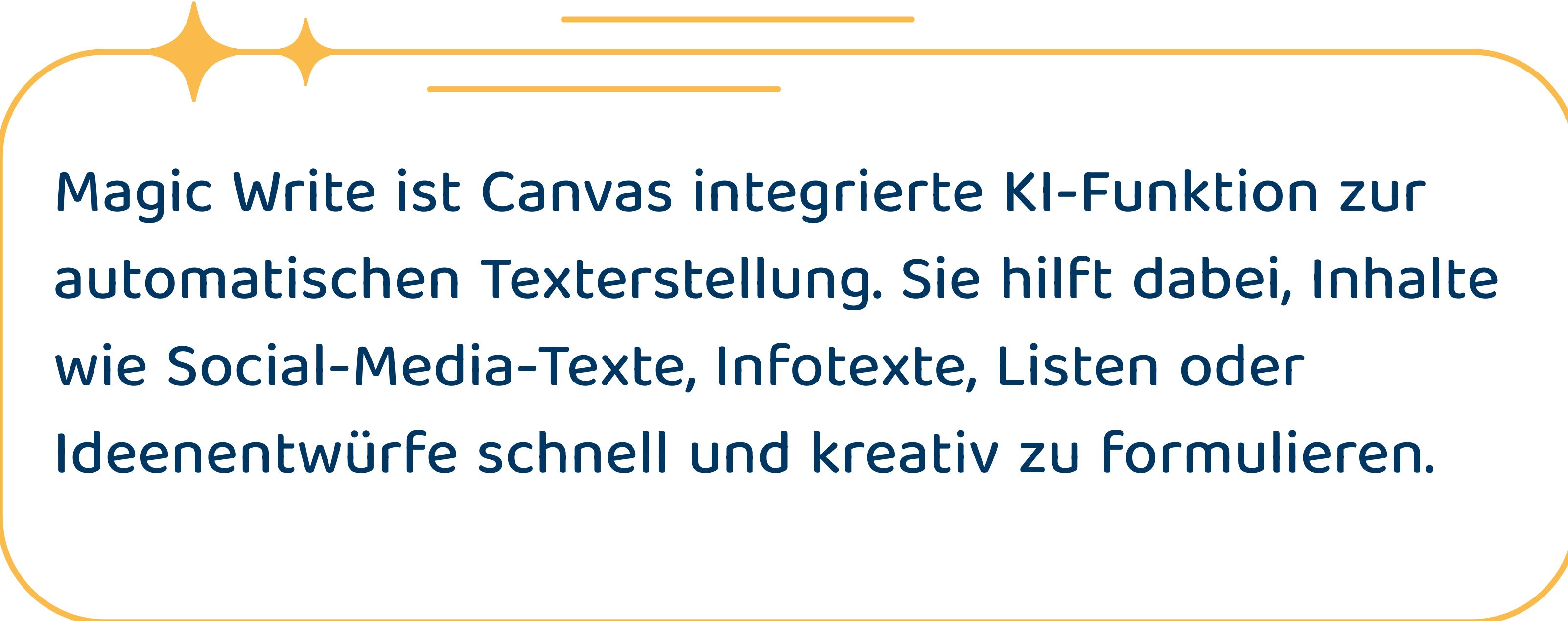
# Canva Docs: Visuelle Dokumente einfach erstellen

## Was ist Canva Docs?

Canva Docs ist ein Online-Tool zur Erstellung von Dokumenten, das klassische Textverarbeitung mit den Designmöglichkeiten von Canva kombiniert. Es ermöglicht die Erstellung ansprechender, interaktiver Dokumente mit Bildern, Videos, Grafiken und mehr.



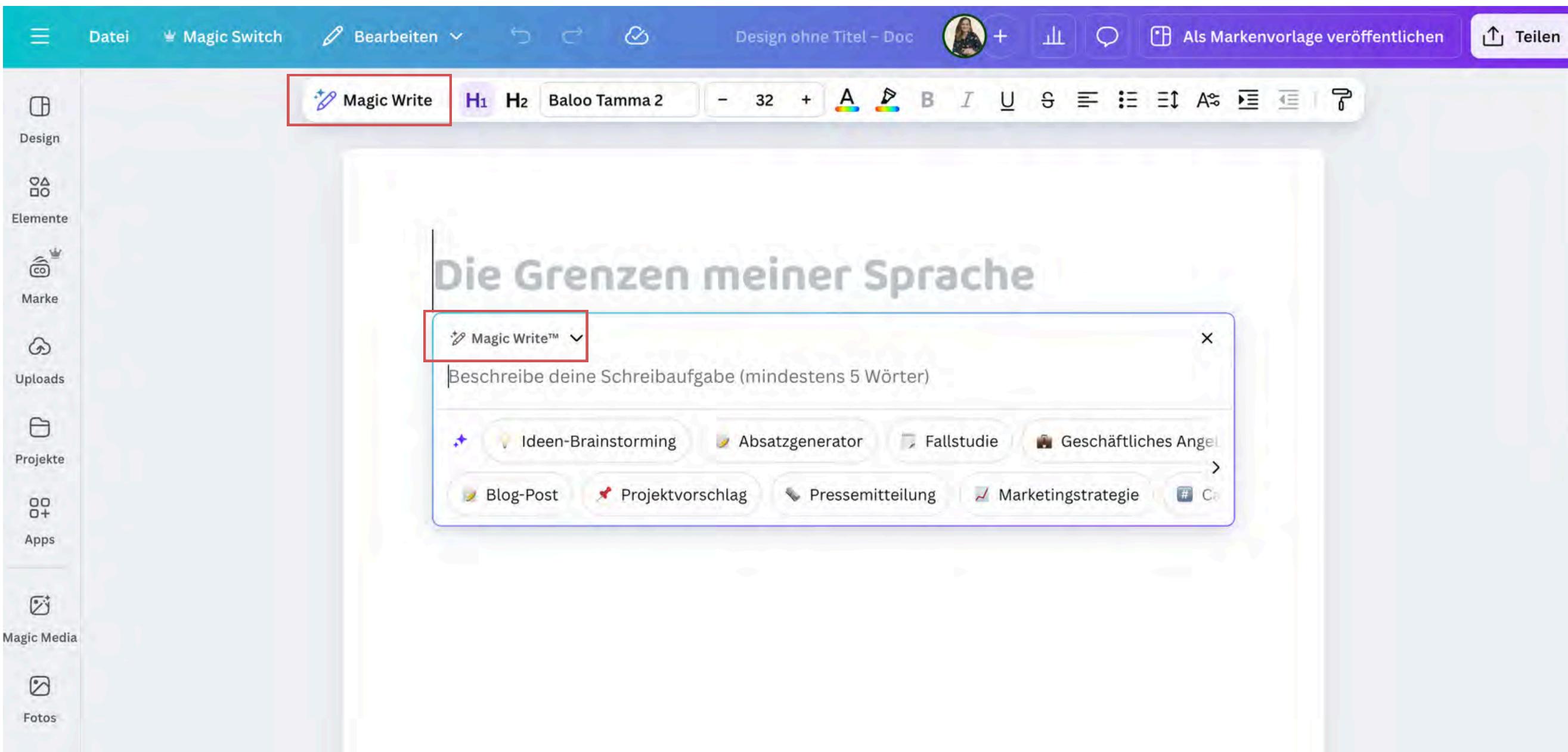
# Magic Write – Der KI-Schreibassistent in Canva



Magic Write ist Canvass integrierte KI-Funktion zur automatischen Texterstellung. Sie hilft dabei, Inhalte wie Social-Media-Texte, Infotexte, Listen oder Ideenentwürfe schnell und kreativ zu formulieren.

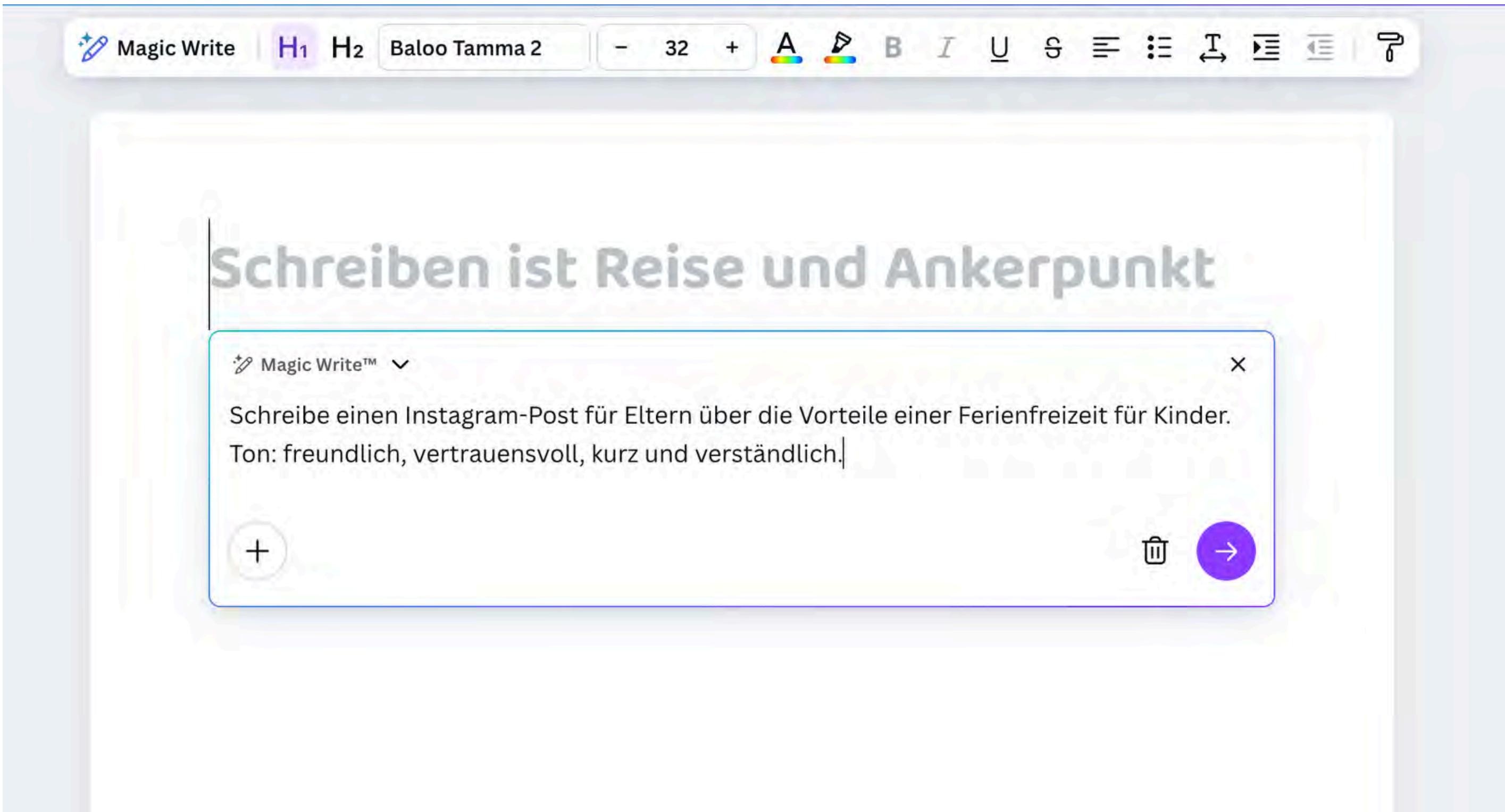
# Magic Write in Dokumenten

- Hier arbeitet Magic Write ähnlich wie in einem klassischen Textverarbeitungsprogramm (z. B. ChatGPT)
- Ideal für längere Texte, Blogentwürfe, Newsletter, Gliederungen, E-Mails etc.



Startseite > Dokumente >  
„+“ > Magic Write

# Magic Write in Dokumenten: Beispiel



# Magic Write in Dokumenten: Beispiel

The screenshot shows a document titled "Ferienfreizeit: Ein Erlebnis voller Spaß und Freundschaften" (Summer vacation: An experience full of fun and friendships) in a stylized font. Below the title is a subtitle: "Die Vorteile eines unvergesslichen Abenteuers für Kinder". A large section header "Schreiben ist Reise und Ankerpunkt" (Writing is travel and anchor point) is displayed in a large, semi-transparent font.

A text box contains the following content:

← Schreibe einen Instagram-Post für Eltern über die Vorteile einer Ferienfreizeit für Kinder. Ton: freundlich, vertra...

Liebe Eltern,

Stellen Sie sich vor, Ihr Kind erlebt ein großes Abenteuer, während es neue Freundschaften schließt und wertvolle Erinnerungen sammelt. Eine Ferienfreizeit bietet genau das und noch viel mehr! 🌴

**Vorteile einer Ferienfreizeit:**

- **Neue Freundschaften:** Ihr Kind trifft Gleichaltrige und knüpft lebenslange Freundschaften.
- **Selbstständigkeit stärken:** Ohne die tägliche Unterstützung der Eltern lernt Ihr Kind, selbstständig Entscheidungen zu treffen.
- **Abenteuer und Spaß:** Von aufregenden Outdoor-Aktivitäten bis hin zu kreativen Workshops – die Möglichkeiten sind endlos!
- **Bildschirmfreie Zeit:** Eine willkommene Pause von Handy und Tablet, um die Natur zu genießen.

Geben Sie Ihrem Kind die Chance, in einer sicheren und spannenden Umgebung zu wachsen und zu lernen. Melden Sie es noch heute für eine unvergessliche Ferienfreizeit an! 🌴🌟

#AbenteuerErleben #Ferienfreizeit #UnvergesslicheMomente

Die KI ist nicht unfehlbar, bitte überprüfe das Ergebnis. [Nutzungsbedingungen](#) lesen oder [Feedback geben](#).

[Mehr davon](#) [Ok, aber ...](#) [Einfügen](#)

# Canva AI

The screenshot shows the Canva AI interface. On the left is a sidebar with icons for Erstellen, Startseite, Projekte, Vorlagen, Marke, and Canva AI (which is highlighted with a red box). The main area has a green header with the text "Was gestaltest du heute?". Below the header are three buttons: "Deine Designs", "Vorlagen", and "Canva AI" (also highlighted with a red box). A central input field says "Beschreibe deine Idee und sie wird umgesetzt" with a "Design" button below it. A sub-menu below the input field includes "Design", "Bild", "Doc", and "Code" (the "Design" option is highlighted with a red box). A note at the bottom says "Canva AI ist nicht unfehlbar, bitte überprüfe das Ergebnis." with links to "Bedingungen ansehen" and "Feedback". Below this is a section titled "Letzte Chats" with a "Alle anzeigen" link. It lists six recent AI-generated ideas. At the bottom, there's a section titled "Was du mit KI alles machen kannst" showing various AI tasks like "Minimalistisches Logo für mein Designstudio „Borcelle“" and "Analyse der Entwicklung von Ernährungspräferenzen".

Was gestaltest du heute?

Deine Designs Vorlagen Canva AI

Beschreibe deine Idee und sie wird umgesetzt

+ 0 →

Design Bild Doc </> Code

Canva AI ist nicht unfehlbar, bitte überprüfe das Ergebnis. [Bedingungen ansehen](#) • [Feedback](#)

Letzte Chats Alle anzeigen

Instagram-Story-Ideen für Winterreis... Vor 9 Minuten

Social-Media-Themenideen Dezembe... Vor 11 Minuten

Dezember-Themen für Kinder- und J... Vor 12 Minuten

Themenideen für Social-Media-Posts ... Vor 13 Minuten

Vorteile einer DCCV-Mitgliedschaft - ... vor 8 Tagen

Aufgaben der Studierendenwerke in ... vor 15 Tagen

Was du mit KI alles machen kannst

Design Minimalistisches Logo für mein Designstudio „Borcelle“

Schreiben Analyse der Entwicklung von Ernährungspräferenzen

Bild Eine Katze, die mit einem gelben Garnknäuel spielt

Code Sortieraufgabe für meine Klasse

Code Interaktiver Preisrechner für meine Kunden

Design Professionelle Immobilienanzeige

Bild Figur für einen Fantasy-Roman in einer Schneelandschaft

  
BORCELLE  
CREATIVE DESIGN STUDIO













# Canva AI: Beispiel Text

The screenshot shows the Canva AI interface. At the top, there's a navigation bar with icons for 'Erstellen' (Create), 'Startseite' (Home), 'Projekte' (Projects), 'Vorlagen' (Templates), 'Marke' (Brand), and 'Mehr' (More). The main header says 'Was gestaltest du heute?'. Below it, there are three tabs: 'Deine Designs', 'Vorlagen', and 'Canva AI X'. A red box highlights the 'Canva AI X' tab, which contains a text input field with the placeholder 'Gib mir fünf Themenideen für Social-Media-Posts im Dezember für einen Veranstalter von Kinder- und Jugendreisen.' To the right of the input field are a microphone icon and a purple send button with a white arrow. Below the input field are buttons for 'Design', 'Bild', 'Doc', and 'Code'. A note below says 'Canva AI ist nicht unfehlbar, bitte überprüfe das Ergebnis. [Bedingungen anzeigen](#) • [Feedback](#)'. In the 'Letzte Chats' section, there are five cards with recent interactions. The first card is highlighted with a red box. The 'Was du mit KI alles machen kannst' section shows seven examples of AI-generated tasks across categories like Schreiben, Design, Bild, and Code.

Was gestaltest du heute?

Gib mir fünf Themenideen für Social-Media-Posts im Dezember für einen Veranstalter von Kinder- und Jugendreisen.

Deine Designs Vorlagen Canva AI X

+ ↗

Design Bild Doc ↗/ Code

Canva AI ist nicht unfehlbar, bitte überprüfe das Ergebnis. [Bedingungen anzeigen](#) • [Feedback](#)

Letzte Chats

Alle anzeigen

Themenideen für Social-Media-Posts ... vor wenigen Minuten

Vorteile einer DCCV-Mitgliedschaft - ... vor 8 Tagen

Aufgaben der Studierendenwerke in ... vor 15 Tagen

Exploring Canva Design Features vor 17 Tagen

Produktvorstellung: Hauptcreme für I... vor 18 Tagen

Was du mit KI alles machen kannst

Schreiben Dokument zur Planung eines Benefizlaufs

Design Einladung zu einer Geburtstagsparty im Stil der 90er Jahre

Bild Besteigung des Mount Everest

Code Interaktives Lernkartenspiel

Code Sortieraufgabe für meine Klasse

Bild Hübsch eingerichteter Schreibtisch

Design Professionelle Immobilienanzeige

JOIN US FOR A  
TOTALLY RAD 90S  
PARTY!

YOUR DREAM HOME  
AWAITS YOU  
[Name Here]

# Canva AI: Beispiel Text

← Dezember-Themen für Kinder- und Jugendreisen Social-Media

Gib mir fünf Themenideen für Social-Media-Posts im Dezember für einen Veranstalter von Kinder- und Jugendreisen.

- 1. Weihnachtliche Vorfreude:** Zeig, wie euer Team oder eure Reiseziele in festliche Stimmung kommen – z. B. mit Deko, Plätzchenbacken oder einem Adventskalender für Reisefans.
- 2. Rückblick auf das Jahr:** Teile Highlights, lustige Momente oder Lieblingszitate von Teilnehmenden aus den Reisen des Jahres.
- 3. Sneak Peek auf 2026:** Gib einen kleinen Vorgeschmack auf neue Reiseziele, Programme oder besondere Aktionen für das kommende Jahr.
- 4. Gewinnspiel oder Adventsaktion:** Starte ein Mitmach-Event, z. B. „Zeig uns dein schönstes Reiseerlebnis“ oder ein Quiz rund um eure Reiseziele.
- 5. Eltern-Tipps für die Ferienplanung:** Teile nützliche Infos, wie Eltern frühzeitig Reisen buchen, was Kinder für Feriencamps brauchen oder wie sie Heimweh vorbeugen können.

# Canva AI: Beispiel Social Media

The screenshot shows the Canva AI interface. At the top, there's a green banner with the text "Was gestaltest du heute?". Below it, three navigation buttons are visible: "Deine Designs", "Vorlagen", and "Canva AI X". A large central text box contains the instruction: "Präsentiere Reiseziele, die sich besonders gut für Winterreisen eignen (z.B. Skiurlaub, Winterwanderungen, Weihnachtsmärkte). Nutze stimmungsvolle Bilder und Videos." To the right of this text is a small icon of a person with a backpack. Below the text box are three circular icons: a plus sign, a microphone, and a right-pointing arrow. At the bottom of the interface, there's a red-bordered bar containing three buttons: "Design X", "Social Media X", and "Instagram-Story X". A note at the bottom states: "Canva AI ist nicht unfehlbar, bitte überprüfe das Ergebnis. [Bedingungen ansehen](#) • [Feedback](#)".

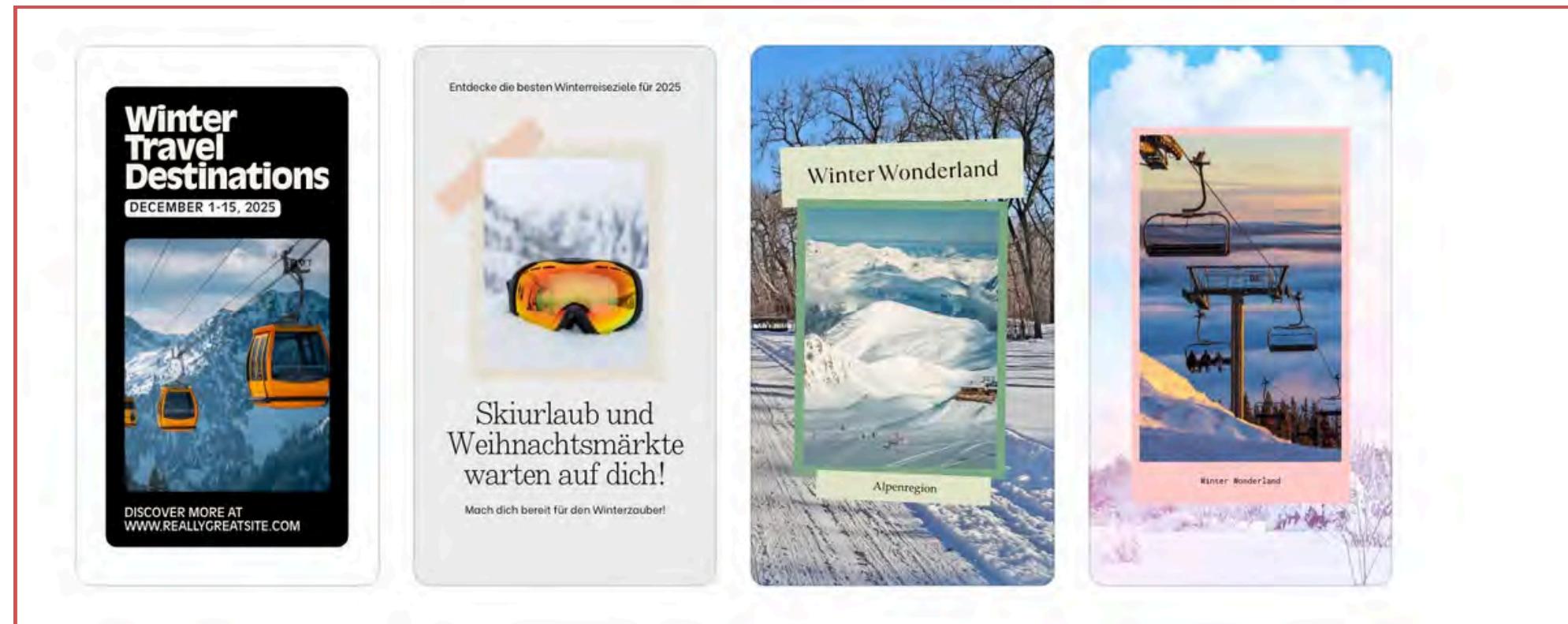
# Canva AI: Beispiel Social Media

← Instagram-Story-Ideen für Winterreiseziele

Präsentiere Reiseziele, die sich besonders gut für Winterreisen eignen (z.B. Skiurlaub, Winterwanderungen, Weihnachtsmärkte). Nutze stimmungsvolle Bilder und Videos.

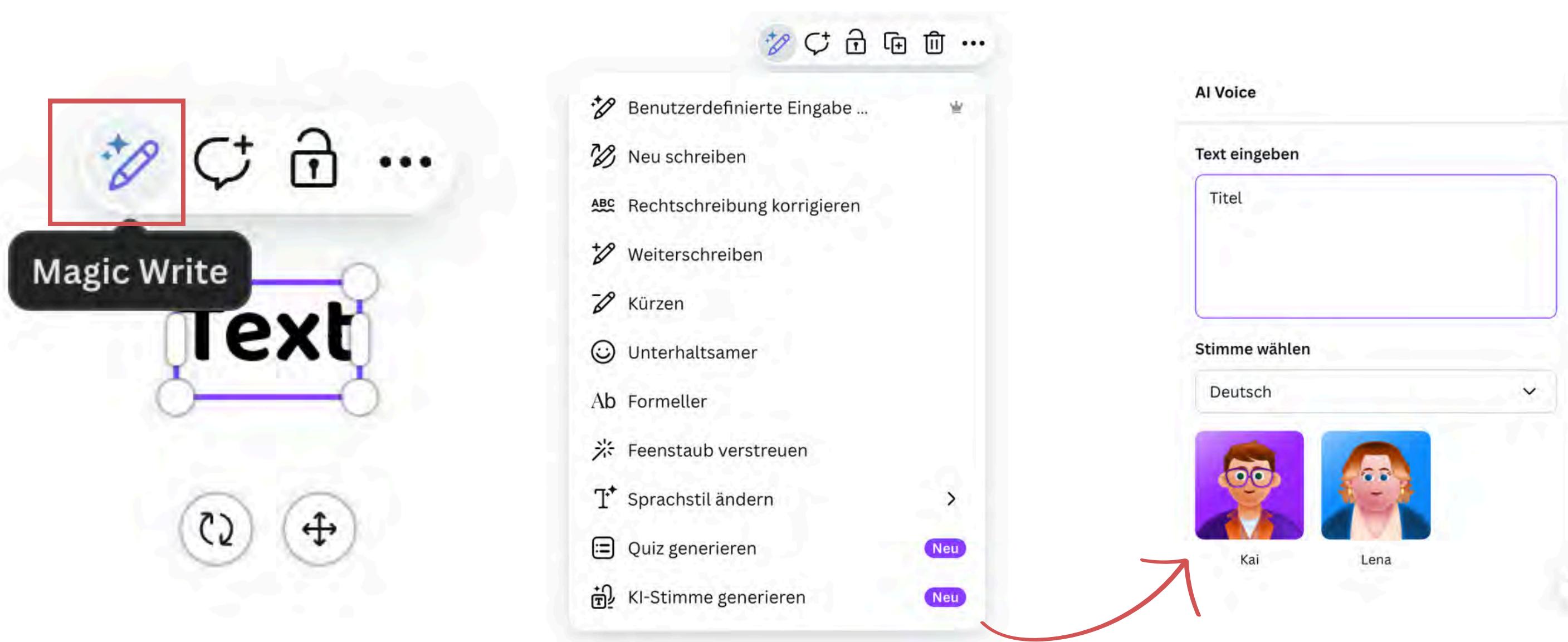
❖ Design    ❤️ Social Media    Instagram-Story

Alles klar, ich kümmere mich darum – einen Moment Geduld, ich stelle die Instagram-Story für dich zusammen.



# Magic Write im Design-Editor

- Zugriff direkt im Design: Textfeld anklicken > „+“ > „Magic Write“
- Typische Anwendungsfälle: Kurztexte für Social-Media-Posts, Einleitungstexte auf Flyern, Stichpunktlisten oder Headlines für Präsentationen
- Texte direkt ins Layout einfügen und visuell anpassen



# Was ist DeepL Write?

- DeepL Write ist ein auf künstlicher Intelligenz basierender Schreibassistent
- Ein kostenloses Online-Tool zur sprachlichen Optimierung von Texten und zur Textkorrektur
- Es hilft dir dabei, klarer, verständlicher und stilistisch passender zu schreiben - in verschiedenen Sprachen
- Ein deutsches Unternehmen mit Sitz in Köln



# Was macht DeepL Write besonders?

Im Gegensatz zu einfachen Rechtschreibprüfungen (wie Word oder Grammarly) geht DeepL Write einen Schritt weiter:

- Vorschläge zur Umformulierung → mehrere Varianten für einen Satz oder Wort
- Verbesserung von Stil und Lesbarkeit → z.B. sachlicher, freundlicher oder flüssiger
- Sprachlich feine Nuancen erkennen → auch bei schwierigen Sätzen oder typischen „Behördensätzen“
- Einfache Bedienung → Text einfügen, auf Vorschläge klicken, fertig!

# Wie funktioniert DeepL Write?



## Registrierung & Nutzung

- Geht auf [deepl.com/write](https://deepl.com/write)
- Wählt eure Sprache (z. B. Deutsch oder Englisch)
- Fügt euren Text ein
- DeepL schlägt euch automatisch Verbesserungen vor (ihr könnt jede einzeln annehmen oder ignorieren)
- Ihr könnt Stil und Ton je nach Zielgruppe anpassen

## DeepL Kostenlose Version:

- Übersetzungen: Bis zu 500.000 Zeichen pro Monat kostenlos
- Einschränkungen: Nur Textübersetzung, keine Dokumentübersetzung

## DeepL PRO:

- Unbegrenzte Übersetzungen
- Dokumentübersetzung
- Zusätzliche Funktionen
- Höchste Datensicherheit

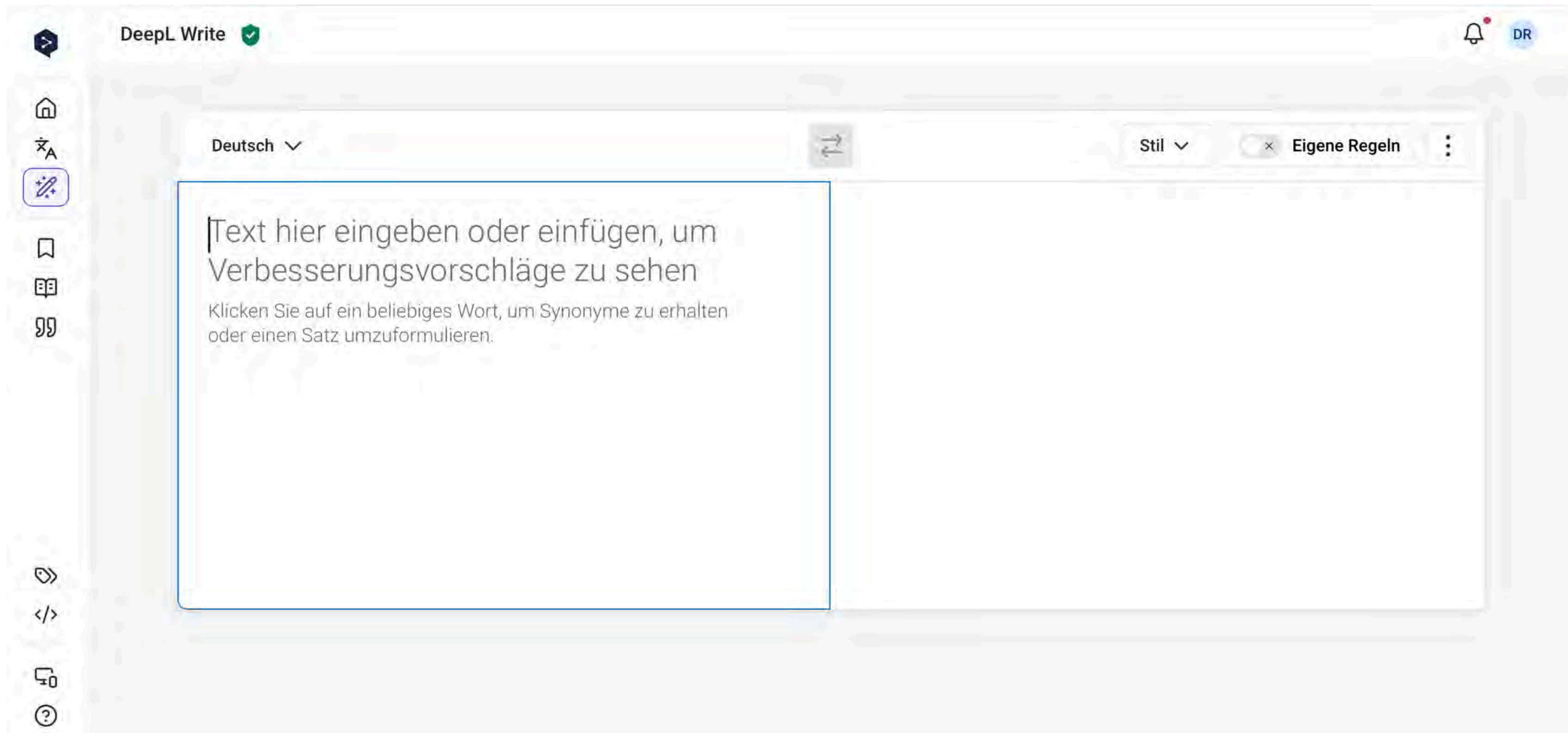
# Wofür eignet sich DeepL Write in der Social-Media- und Öffentlichkeitsarbeit?

- Infotexte verständlicher formulieren
- Social-Media-Posts zielgruppengerecht schreiben
- Newsletter sprachlich vereinheitlichen
- Webseiten-Texte optimieren
- Flyer oder Einladungen sprachlich glätten
- Unterstützung bei barrierearmer Sprache → komplizierte Texte vereinfachen, ohne Anspruch auf vollständige Leichte Sprache

⚠ Hinweis:

DeepL Write ersetzt kein Lektorat und ist keine automatische Lösung für Leichte Sprache. Aber: Gerade kleine Teams können damit schneller zu besseren, klareren Texten kommen.

# DeepL Write



# DeepL Write: Beispiel

The screenshot shows the DeepL Write interface. On the left, there is a text input field with the following German text:

Zeit für unvergessliche Momente! Auf dich wartet der Sommer deines Lebens. Finde jetzt die Jugendreise, die zu dir passt und spare mit unseren Frühbucherpreisen. Sichere dir jetzt schnell deinen Wunschtermin und dein Lieblingstreiseziel - günstiger wird es nicht mehr.

The text has been translated into English on the right side:

Es ist Zeit für unvergessliche Momente! Der Sommer deines Lebens wartet auf dich. Finde jetzt die Jugendreise, die zu dir passt, und spare mit unseren Frühbucherpreisen. Sichere dir schnell deinen Wunschtermin und dein Lieblingsreiseziel – günstiger wird es nicht.

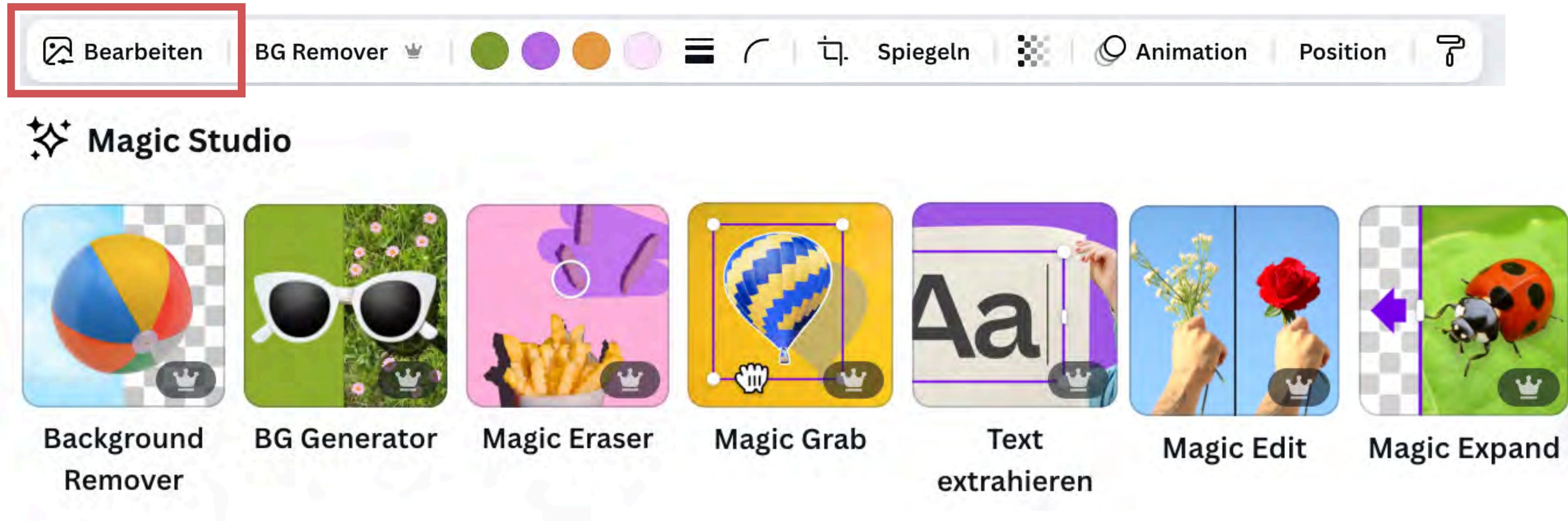
On the far right, there is a sidebar with various editing tools:

- Bearbeitungstools
  - Nur korrigieren (checked)
  - Stil (unchecked)
  - Änderungen anzeigen (unchecked)
- Anpassung
  - Eigene Regeln (unchecked)
  - Begriffe (unchecked)

# KI für Bilder & Designs

- Canva Magic Studio: Ideal für schnelle, praxisnahe Anpassungen direkt im Social-Media-Design
- Gemini Nano Banana
- Midjourney: Gut für ergänzende Stimmungsbilder, aber nicht als Ersatz für echte Fotos
- Adobe Firefly

# Bildbearbeitung mit Magic Studio



Das komplette Magic Studio als Bildbearbeitungsprogramm erscheint, nachdem ihr auf ein Bild geklickt und in der schwebenden Leiste den Button "Bearbeiten" aktiviert habt.

# Einsatz von KI-Tools mit Magic Studio



## Bildbearbeitung

- BG Remover ist die Hintergrundentfernung. Mit einem Klick kann der Background der Bilder entfernt werden.
- BG Generator erstellt einen neuen Hintergrund. Man muss die gewünschte Szenerie beschreiben.
- Mit Magic Eraser könnt ihr ein Objekt auf einem Foto übermalen und so entfernen.
- Magic Grab trennt das Motiv des Fotos vom Hintergrund, um es im Designs neu anzurufen, zu bearbeiten und zu skalieren. Der Hintergrund bleibt erhalten.
- Text extrahieren - Text direkt aus Bildern herauszuziehen.
- Magic Edit erlaubt es, Farben, Formen oder Objekte in einem Design flexibel zu ändern.
- Mit Magic Expand können Bilder korrigiert, vergrößert und von Hoch- zu Querformat umgewandelt werden, um beispielsweise mehr von der Landschaft einzufangen und die perfekte Aufnahme für das Design zu erhalten.

# Canva-Designs: Beispiele



# Was ist Nano Banana (Gemini 2.5 Flash Image)?



- Nano Banana ist ein Bildgenerierungs- und -bearbeitungsmodell, integriert in die Gemini-App von Google.
- Der Fokus liegt darauf, gezielte Bildanpassungen durch natürliche Sprache zu ermöglichen, z. B. Objekte verändern, Teile eines Fotos bearbeiten, mehrere Bilder kombinieren.
- Multi-Bild-Fusion: Verschiedene Bilder lassen sich in einem Ergebnis kombinieren (z. B. Objekte in Umgebungen einfügen)

# Gemini 2.5 Flash Image: Beispiel

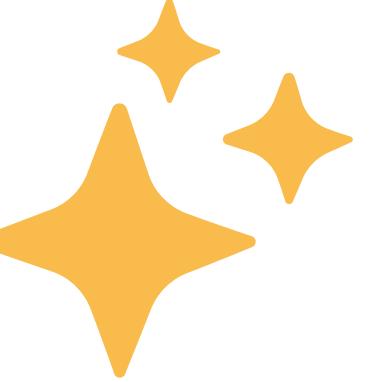


Originalbilder



Gemini generated Image

# Gemini 2.5 Flash Image: Beispiel



- 1

Make the woman on this picture wear a pink t-shirt with the attached logo.

Make the logo a little bit smaller and put it on the upper left side of the t-shirt.
- 2

Make the woman stand in front of a big lake at a summer camp.
- 3

# Was ist Midjourney?



- KI-basiertes Bildgenerierungsmodell
- Einsatz über Discord / Prompt-Schnittstelle - nur als Abo verfügbar (10 €/Monat)
- Erzeugung stimmungsvoller Szenen, wenn keine realen Fotos verfügbar sind
- Gestaltung & Kontrolle per Prompt

# Was ist Adobe Firefly?



- KI-gestütztes Kreativ-Tool von Adobe, spezialisiert auf Text-to-Image (Bilder aus Text)
- Integration in Adobe-Produkte: Firefly ist direkt in Photoshop, Illustrator & Express eingebunden (KI-Bilder können sofort weiterbearbeitet werden)
- Firefly wurde auf lizenzfreien Adobe Stock-Bildern trainiert → rechtlich sicherer als viele andere Generatoren
- Eher stark bei Illustrationen und Stimmungen, weniger bei extrem realistischen Details

# Adobe Firefly: Beispiel

Prompt

A group of teenagers sitting around a campfire at a summer youth camp by the lake, roasting marshmallows, warm golden sunset light, joyful and authentic atmosphere, natural outdoor environment, realistic photography, vibrant colors, cinematic style. Make the face ethnical diverse.



Fi A snowy winter landscape at a youth camp, teenagers playing outside in the snow, a cozy youth hostel building in the background, warm light ... ▾



Prompt

A snowy winter landscape at a youth camp, teenagers playing outside in the snow, a cozy youth hostel building in the background, warm light shining from the windows, joyful atmosphere, realistic photography, cinematic winter style, vibrant colors, 16:9 aspect ratio.

# KI für Organisation & Auswertung (mit vorhandenen Tools)

- Moodboards oder Brandboards erstellen
- Redaktionsplanung mit KI: Themenfindung, Struktur und Postingfrequenz
- Feedback generieren
- Unterstützung bei der Analyse

# Was ist ein Moodboard?

inspire

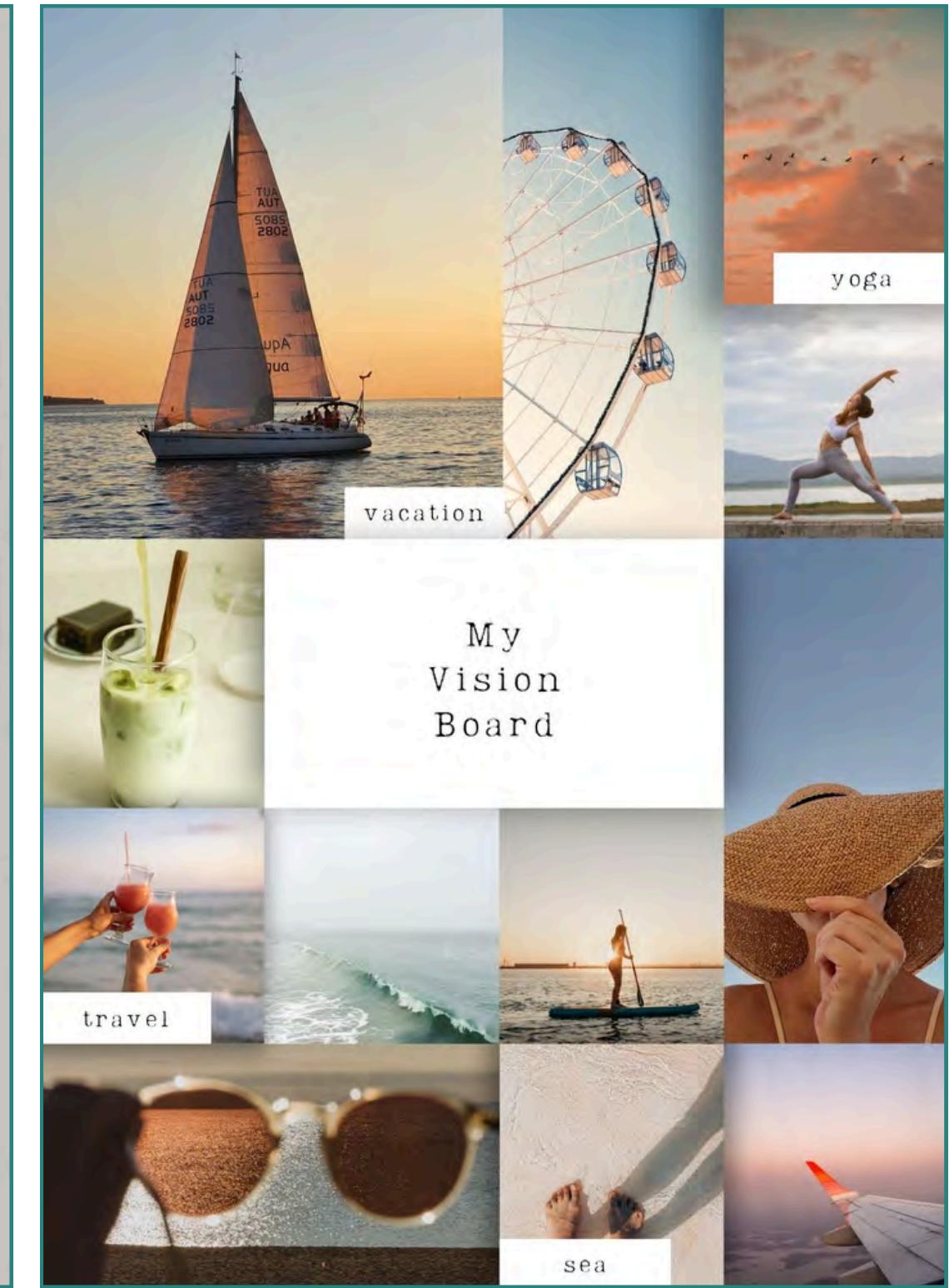
Ein Moodboard dient als visuelle Sammlung von Inspirationen für ein Designprojekt oder eine Marke.

Es zeigt Farben, Bilder, Texturen, Typografien und Stimmungen, die die gewünschte Ästhetik widerspiegeln.



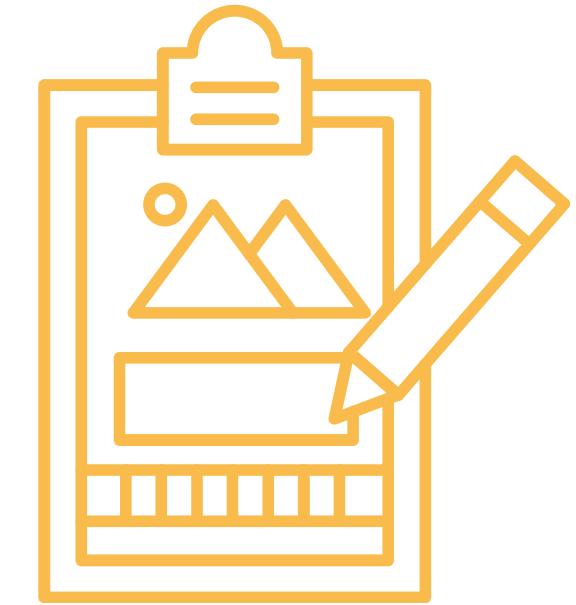
Beispiel: Ein Moodboard für ein modernes Café könnte warme Erdtöne, Bilder von Latte Art, natürliche Holzstrukturen und eine elegante Serifenschrift enthalten.

# Canva Moodboards: Beispiele



# Was ist ein Brandboard? (Brandkit)

Die visuelle Identität der Marke



Ein Brandboard ist ein festgelegter Style-Guide, der alle wichtigen Design-Elemente einer Marke in einer strukturierten Form zeigt.

Es enthält:

- Logo und Logo-Variationen
- Primär- und Sekundärfarben mit Hex-Codes
- Schriftarten für Überschriften und Fließtext
- Icons, Muster oder andere Branding-Elemente

Beispiel: Ein Brandboard für das gleiche Café enthält das finale Logo, exakte Farbcodes, die festgelegten Schriftarten und Icons für Social Media.

# Canva Brandboards: Beispiele

RIMBERIO CITY  
**BORCELLE**  
EST FLORAL ESSENTIAL 22

**Borcelle**  
FLORAL ESSENTIAL

SUBMARK VARIATIONS  
BR FLORAL ESSENTIAL

COLOR PALETTE

MAIN FONT  
**THE SEASONS**  
Font sample: ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

SECONDARY FONT  
**GARET**  
Font sample: ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

Olivia Wilson  
AUS LIEBE ZU ÖLEN

HELL, NATÜRLICH & RUHIG

OW

Olivia Wilson

Platinum Laurel Palm Tree Alabaster Olive

CMYK - 0, 2, 4, 17 RGB - 211, 206, 202 Hex - #D3CECA	CMYK - 5, 0, 20, 26 RGB - 179, 189, 152 Hex - #B3BD98	CMYK - 18, 0, 28, 55 RGB - 94, 114, 82 Hex - #E7252	CMYK - 0, 5, 12, 12 RGB - 225, 214, 197 Hex - #E1D6C5	CMYK - 0, 3, 25, 26 RGB - 188, 182, 141 Hex - #BCB68D
--	---	---	---	---

Aa Belleza Regular  
Brittany Regular  
Helios Condensed Regular

MAIN LOGO  
YOUR LOGO

COLOURS

#FFFFFF #FFFFFF #FFFFFF #FFFFFF #FFFFFF

FONTS

Font Name: ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890!@#\$%^&

Font Name: ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890!@#\$%^&

MOOD BOARD

# Startseite -> Suche: Brand Board

The screenshot shows the Canva search interface with a red box highlighting the search bar containing the query "brand board". Below the search bar, there is a "Mehr anzeigen" (More) button. The main content area displays a grid of 772 Canva Vorlagen (templates) related to "Brand Board". Each template is represented by a small preview image and a "Brand Board vor..." label followed by a user icon. The templates are organized into three rows of 26 items each. The first row includes a "Leeres Design erstellen" template and several "Brand Board" templates with names like "CREATE", "JS", "STUDIO SHOWCASE", "MARIE", "Licerá", "A", "orange", and "Rimberio". The second row features templates such as "PARADISO", "BORCELLE", "OLIVIA Wilson", "PURE", "LOVE", "ANISSA & TAM CO.", "MOON", and "BORCELLE". The third row includes templates like "Fouget studio", "OLIVIA WILSON", "MUSE", "FAUET", "ARROWAI", "Lucia & Co", "BR", "SAMRA HADID", "JAMIE CHASTAIN", and "BORCELLE". Each template preview shows a different design style and color palette.

# Redaktionsplanung mit KI: Themenfindung, Struktur und Postingfrequenz

## ChatGPT – Unterstützung bei Redaktionsplanung

- Themen sortieren, bündeln und strukturieren
- Posts nach Zielgruppen priorisieren (z. B. Eltern vs. Jugendliche)
- Ideen in einen Redaktionsplan überführen
- Texte, Rubriken oder Kampagnenserien weiterentwickeln

# ChatGPT: Konkret anwendbare Beispiele

## Themen strukturieren & priorisieren (Kategorien)

„Wir haben diese Themen: Sicherheit, Teamarbeit, Gemeinschaft, Natur, Abenteuer. Erstelle daraus 3 Themencluster mit passenden Post-Ideen für Eltern und Jugendliche.“

→ Ergebnis: Drei übersichtliche Themenblöcke („Vertrauen & Sicherheit“, „Erlebnisse teilen“, „Hinter den Kulissen“)

# ChatGPT: Konkret anwendbare Beispiele

Redaktionsplan für 4 Wochen erstellen

„Erstelle einen 4-Wochen-Redaktionsplan mit je 2 Posts pro Woche für unseren Instagram-Kanal. Zielgruppe: Eltern von Kindern zwischen 8 und 12 Jahren/Persona „XY“. Fokus: Frühbuchung für Sommerfreizeiten.“

→ Ergebnis: KI liefert Tabelle mit Datum, Thema, Post-Idee, Format (z. B. Reel, Story, Karussell)

# ChatGPT: Konkret anwendbare Beispiele

## Kampagnenideen entwickeln

„Gib mir 5 Kampagnenideen für den Januar, die Eltern motivieren, ihr Kind für unsere Ferienfreizeit anzumelden.“

→ Ergebnis: Ideen wie „#SommerSchonGeplant“, „Das erste Lagerfeuer 2026“, „Eltern erzählen – unsere schönsten Camp-Momente“

# ChatGPT: Konkret anwendbare Beispiele

## Content variieren & recyceln

„Formuliere diese Post-Idee neu für Facebook in einem informativen Ton und für Instagram in einem emotionalen Stil.“

→ Ergebnis: Zwei Textversionen, jeweils an Plattform und Zielgruppe angepasst

# ChatGPT: Konkret anwendbare Beispiele

## Redaktionsrhythmus definieren

„Schlage mir eine sinnvolle Postingfrequenz und Themenrotation vor, wenn wir nur 1-2 Stunden pro Woche für Social Media haben.“

→ Ergebnis: Vorschlag mit realistischem Plan („1 Post pro Woche + 1 Story“, Fokus-Themen nach Monat)

# Feedback generieren & Unterstützung bei der Analyse

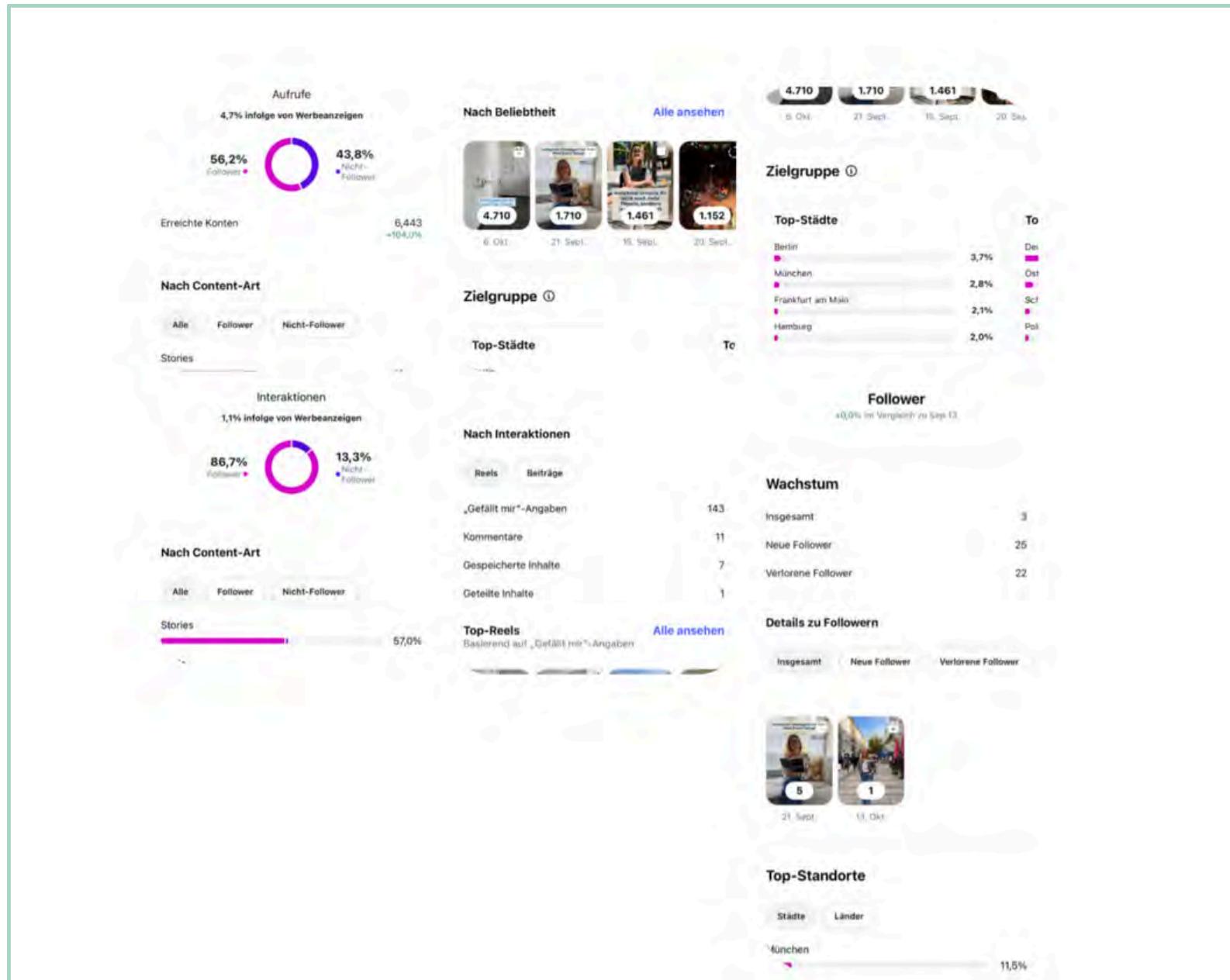
## KI als Reflexionspartner: Ergebnisse gemeinsam auswerten

- KI kann Daten und Inhalte interpretieren, aber nicht bewerten.
- Wir liefern die Daten (z. B. PDF mit Insights oder Screenshots von Posts), die KI hilft beim Verstehen & Strukturieren.

# Analyse: So geht's in der Praxis

- Daten bereitstellen
  - Exportiert z. B. euer Instagram-Insights-PDF (Instagram Analytics bald als PDF exportierbar) oder macht Screenshots eurer Top-Posts.
  - Ladet sie in ChatGPT (Plus) oder Gemini hoch.
- Prompt-Beispiele:
  - „Fasse die wichtigsten Erkenntnisse aus diesem PDF zusammen. Welche Posts haben am meisten Reichweite erzielt und warum?“
  - „Erstelle eine Übersicht: Welche Themen und Formate funktionieren besonders gut bei Eltern?“
  - „Welche Verbesserungsmöglichkeiten erkennst du in diesen Beispielen?“
- Gemeinsam interpretieren:
  - KI liefert eine vorläufige Auswertung, ihr ergänzt mit eurem Fachwissen & Kontext.
  - Diskutiert im Team: Stimmen die Interpretationen? Was überrascht?

# Beispielhafte KI-Auswertung (auf Basis von Screenshots)



Prompt in ChatGPT oder Gemini eingeben:  
„Fasse die wichtigsten Erkenntnisse aus diesem Instagram-Bericht zusammen. Welche Inhalte haben besonders gut funktioniert und warum? Welche Empfehlungen lassen sich daraus ableiten?“

# Beispielhafte KI-Auswertung (auf Basis von Screenshots)

- Allgemeiner Überblick (letzte 30 Tage)
  - 22.692 Aufrufe insgesamt - das entspricht einer deutlichen Steigerung der Reichweite (+104 %)
  - Mehr als 40 % der Aufrufe stammen von Nicht-Followern → gute organische Sichtbarkeit
  - Stories sind mit 43,9 % die erfolgreichste Content-Art, gefolgt von Reels (32,3 %)
- Interaktionen & Engagement
  - 283 Interaktionen, davon 86 % durch bestehende Follower
  - Stories generieren über die Hälfte aller Interaktionen (57 %), was auf hohes Interesse an persönlichen oder spontanen Einblicken hinweist
  - Reels folgen mit 27 % – visuelle, authentische Szenen funktionieren gut
- Top-Performing Posts
  - Reels mit persönlichem oder humorvollem Bezug erreichen die höchsten Aufrufzahlen
  - Beiträge, die Einblicke in den Arbeitsalltag oder Events geben, performen ebenfalls stark
- Zielgruppe & Wachstum
  - Hauptstädte: Berlin, München, Frankfurt → Fokus auf urbane Zielgruppen
  - Wachstum stabil, 25 neue Follower (+0 %)
  - Reels mit persönlichem Bezug generieren die meisten neuen Follower

# Beispielhafte KI-Auswertung (auf Basis von Screenshots)

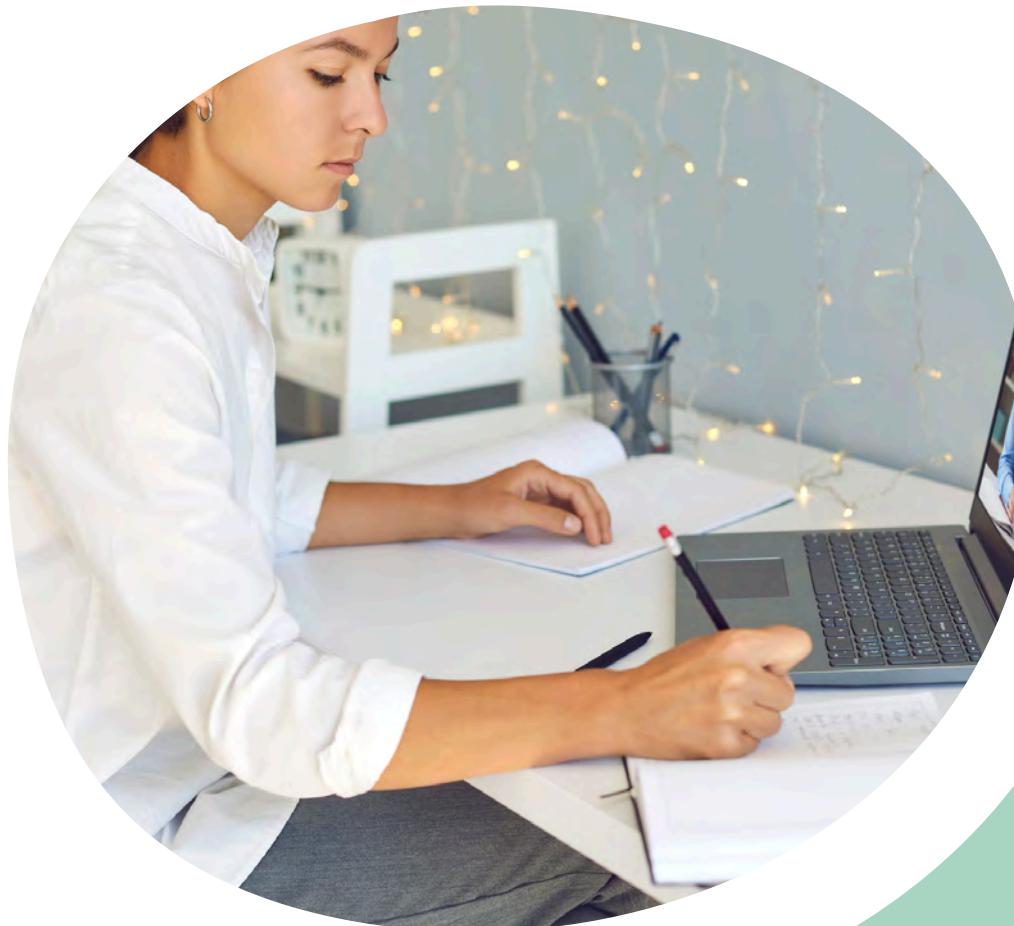
## Interpretation / Handlungsempfehlung:

- Story-Formate weiter ausbauen – sie erzeugen am meisten Interaktion.
- Persönliche Einblicke & Humor funktionieren besser als neutrale Event-Posts.
- Mehr Nicht-Follower-Reichweite über Reels → gezielt für Awareness nutzen.
- Analyse als Routine etablieren: Insights als PDF exportieren → mit KI zusammenfassen lassen → Ergebnisse ins Team bringen.



Die KI sieht Muster, wir erkennen Bedeutung.

# Abschluss & Ausblick



# Was wir heute gelernt haben:

- Wie Social Media gezielt für Kinder- und Jugendreisen eingesetzt werden kann
- Welche Zielgruppen in der Branche wichtig sind und wie man sie besser versteht
- Wie Personas helfen, Inhalte passgenau zu planen und zu gestalten
- Welche Plattformen (Instagram, Facebook, TikTok, LinkedIn) sich für welche Zwecke eignen
- Wie KI-Tools wie ChatGPT, Canva Magic Studio, Firefly oder Gemini bei Text, Design und Planung unterstützen können
- Wie KI als Sparringspartner für Strategie, Planung und Auswertung genutzt werden kann
- Warum trotz KI der persönliche Stil, Authentizität und Zielgruppenverständnis entscheidend bleiben

# Ausblick

KI ist kein Ersatz für Strategie oder Kreativität, sondern ein Werkzeug, das hilft, Strukturen zu schaffen, Entscheidungen zu erleichtern und Routinen zu vereinfachen.

- Erst Ziele & Zielgruppen klären, dann Tools auswählen
- Eigene Erfahrung und Kontextwissen einbringen
- KI-Ergebnisse prüfen und anpassen – sie liefern Vorschläge, keine fertigen Entscheidungen
- Kontinuierlich reflektieren: Welche Formate, Themen und Botschaften funktionieren tatsächlich?





KI kann zwar viel, doch wahre Nähe, Vertrauen und Begeisterung entstehen immer durch Menschen.  
Das gilt sowohl im echten Leben als auch in den sozialen Medien.



## Dominika Rotthaler

Social Media - Strategie,  
Workshops & Seminare



Website: [dominikarotthaler.com](http://dominikarotthaler.com)

## Haftung

### Urheberrechte:

Inhalt, Zusammenstellung und Struktur dieser Präsentation sind urheberrechtlich geschützt.

Die Vervielfältigung und Verbreitung von Informationen und Daten (Text, Bild, Grafik und Animationsdateien) sind ohne vorherige schriftliche Zustimmung des Inhabers untersagt. Dies gilt auch für die auszugsweise Vervielfältigung und Verbreitung.

