

Social Media-Tag für vhs-Marketingverantwortliche



© Bilder erstellt mit KI, Adobe Stock



Online, 29.02.2024

Eine Veranstaltung des Digitalverbunds Oberfranken:
Marketing-Digithek

Ihre heutigen Moderator*innen



Claudia Degenkolb

Marketing, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit an der vhs Hofer Land, Projektmanagerin im „vhs-Digitalverbund Oberfranken: Marketing-Digithek“

Tel.: 09281 7145-14
c.degenkolb@vhshoferland.de



Veronika Wagner

Marketing, Kommunikationsdesign und Öffentlichkeitsarbeit an der vhs Fichtelgebirge, Verbundpartnerin im „vhs-Digitalverbund Oberfranken: Marketing-Digithek“

Tel.: 09287 80051-34
v.wagner@vhs-fichtelgebirge.de



Benedikt Dellert

Marketing, Presse und Öffentlichkeitsarbeit an der vhs Coburg Stadt und Land, Verbundpartner im „vhs-Digitalverbund Oberfranken: Marketing-Digithek“

Tel.: 09561 8825-56
benedikt.dellert@vhs-coburg.de

marketing-digithek@vhs-bayern.de

Eine Veranstaltung des Digitalverbunds Oberfranken:
Marketing-Digithek



Schön, dass Sie heute da sind!

Da wir heute sehr viele Teilnehmende sind, hier einige Bitten vorweg:

- Wir schalten Sie stumm. In den Fragerunden heben wir die Stummschaltung auf. Bitte dann individuell stummschalten, um Störungen zu vermeiden.
- Bitte nutzen Sie gern den Chat. Wir beantworten Fragen im Chat und senden diese Fragen und Antworten im Nachgang an Sie. In den Fragerunden (*jeweils nach den Vorträgen und am Nachmittag*) kommen wir gern ins Gespräch, bitte nutzen Sie dazu die Handhebefunktion.
- Alle Präsentationen gehen im Nachgang an Sie.
- Mittagspause ca. 12.15 Uhr + eine kurze Pause gegen 11 Uhr
- Falls möglich, bitte wie folgt benennen:
Vorname Nachname, vhs Musterstadt



Tagesprogramm



vhs

Digitalverbund Oberfranken
Marketing-Digithek

- 09:15 – 10:00 Uhr
Tipps und Tricks für VHS-Verwaltungsmitarbeitende, die Social Media „so nebenbei“ betreiben
Janina Schubert, vhs Unteres Pegnitztal
- 10:00 – 11:00 Uhr
KI bzw. ChatGPT für Social Media nutzen, um Zeit zu sparen
Mirijam Kobzan, vhs Stadt Ansbach
- 11:00 – 12:00 Uhr
Datenschutz auf Social Media (TikTok, WhatsApp-Business und mehr)
Christian Zappe, Medien- und IT-Jurist
- 12:15 – 13:00 Uhr
Mittagspause
- 13:00 – 14:00 Uhr
Meta Business Suite, ein nützliches und dazu kostenloses Tool für Social Media, außerdem Social Media Ads
Marcel Finzel & Team von der Medienagentur „markatus“ aus Coburg
- 14:00 – 15:00 Uhr
Austausch und Diskussion



vhs

Digitalverbund Oberfranken
Marketing-Digithek

Tipps und Tricks für VHS- Verwaltungsmitarbeitende, die Social Media „so nebenbei“ betreiben

Janina Schubert, vhs Unteres Pegnitztal





Social Media

Redaktion

MARKETING SO NEBENBEI?

Studium:

- Pädagogik
- Theaterwissenschaft
- Medienwissenschaft
- Interreligiöse Studien

Arbeitsschwerpunkte:

- Bildung
- Medien
- Marketing
- Kommunikation



Janina
Schubert



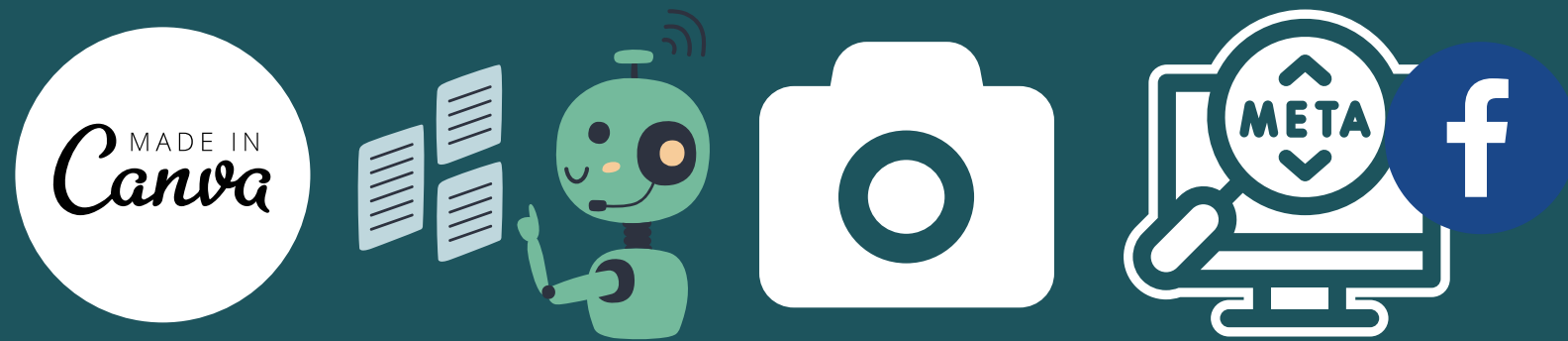
“Hey Britta, denkst du an den Post für Social Media?”

“EWW...”

Kennst du das?



Ruhe bewahren. Problem lösen.



1. Programme wählen.



2. Abos abschließen.



3. Favoritenleiste personalisieren

Themen andenken

Dozenten-/
Teamvorstellung

Neues aus der vhs
(Newsletter, WhatsApp-
Kanal, neue Räume...)

Ankündigung
neuer Kurse



Öffnungs-
Schließzeiten

Typische Fragen
& Antworten

Welche Beiträge
lassen sich gut
vorbereiten?

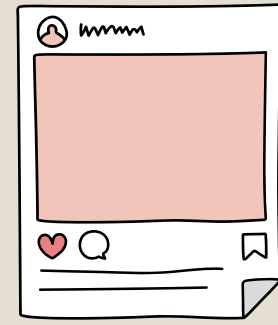
Die Umsetzung...

Mit Struktur zum Ziel

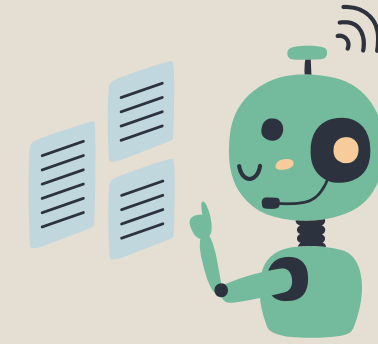


**Instagram-Post
in 10 Minuten?**

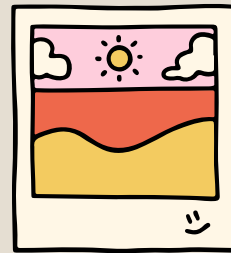
Schritt für Schritt



3. Sharepic erstellen.



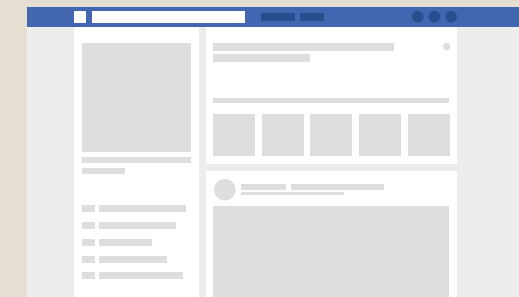
4. Text generieren.



2. Bild auswählen.



1. Themen sammeln.



5. Beitrag planen.

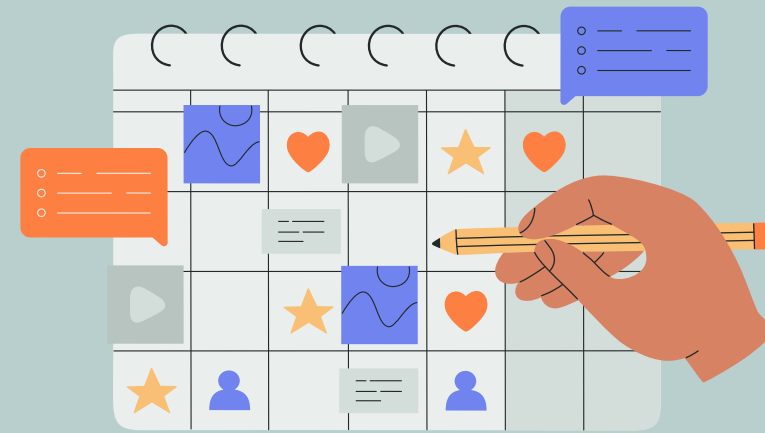


6. Nächster Post...

Tipps & Tricks



**Findet
Informationsflüsse
im Team.**



**Schaffe dir klare
Zeitfenster.**



**Arbeite in ruhiger
Umgebung.**

**Platziere Text
mittig.**

**Platziere Fotos bis
zum Rand.**

**Produziere vor, z.B.
einen Monat.**

**Weniger ist
mehr – nutze
kurze Texte.**

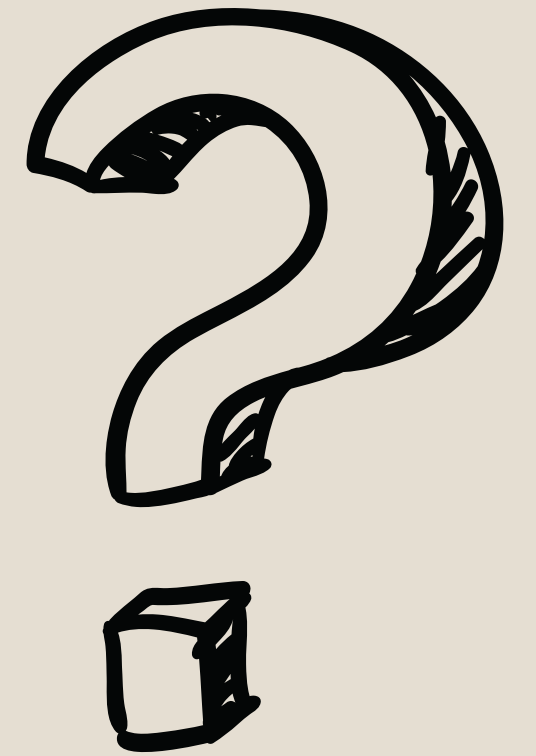
**Baue Icons
ein.**

**Füge
Alternativtexte
ein.**

**Achte auf klare
Kontraste und eine
gute Bildqualität.**



Noch Fragen



Kontakt:

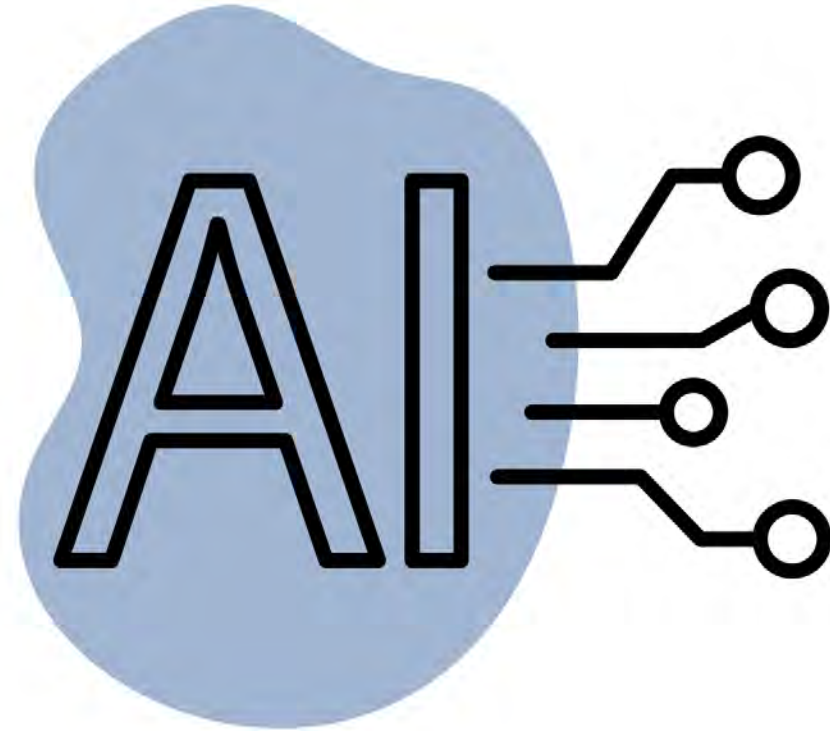
Janina Schubert

j.schubert@vhs-up.de



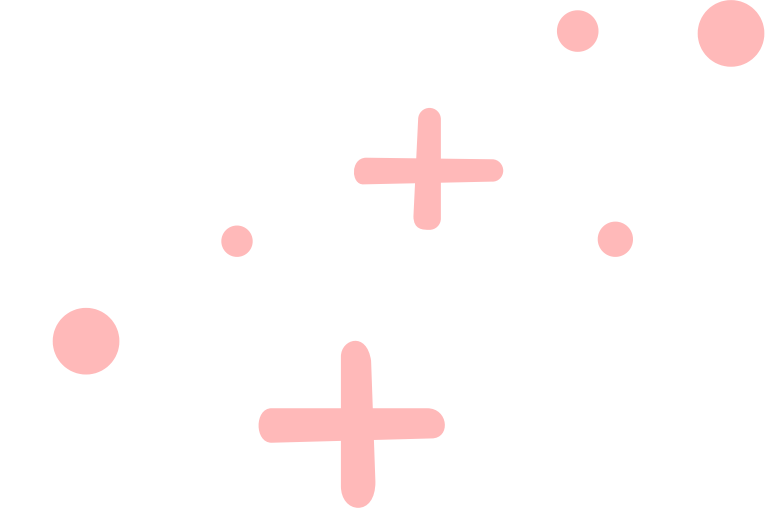
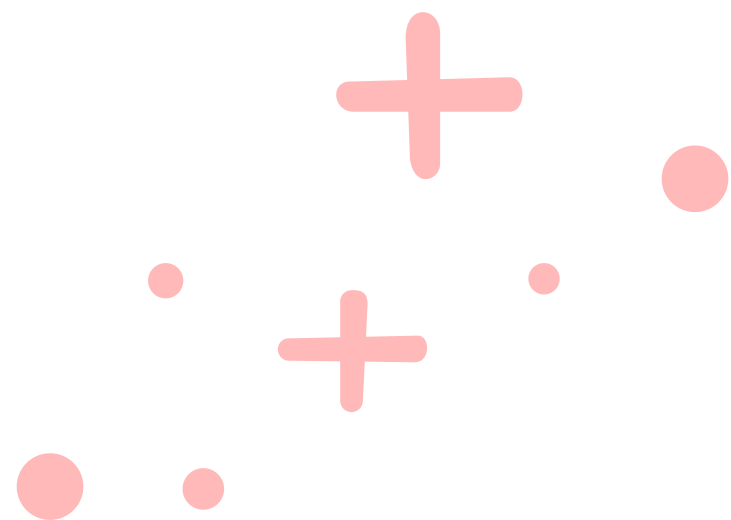
KI bzw. ChatGPT für Social Media nutzen, um Zeit zu sparen

Mirijam Kobzan, vhs Stadt Ansbach



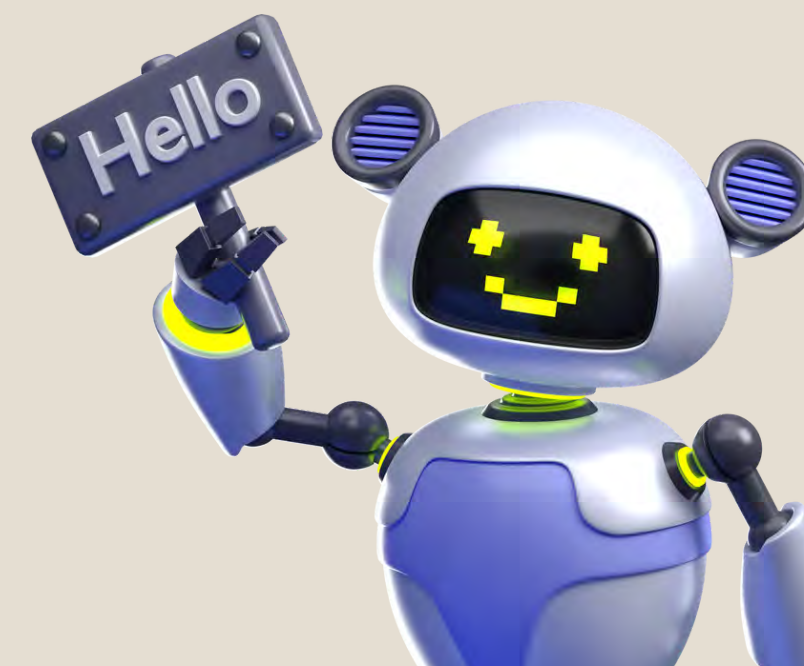


CHATGP- WAS?

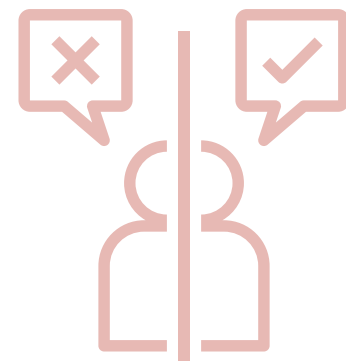
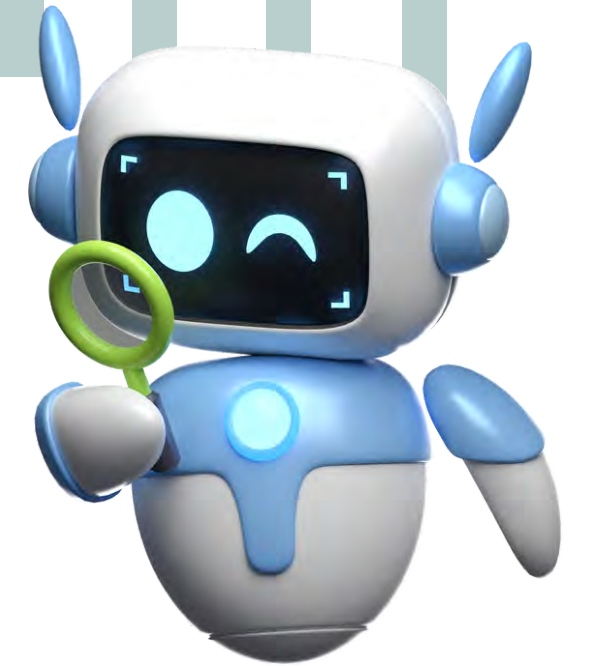
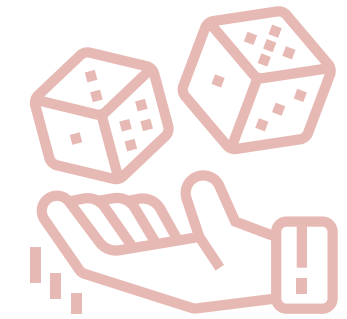
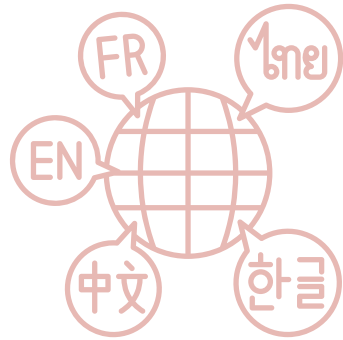
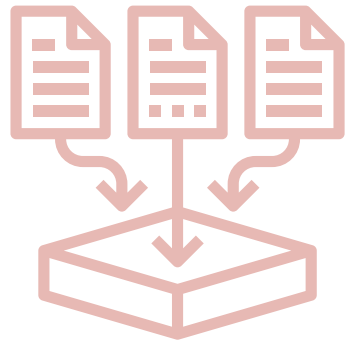
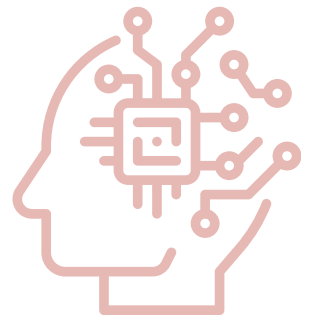




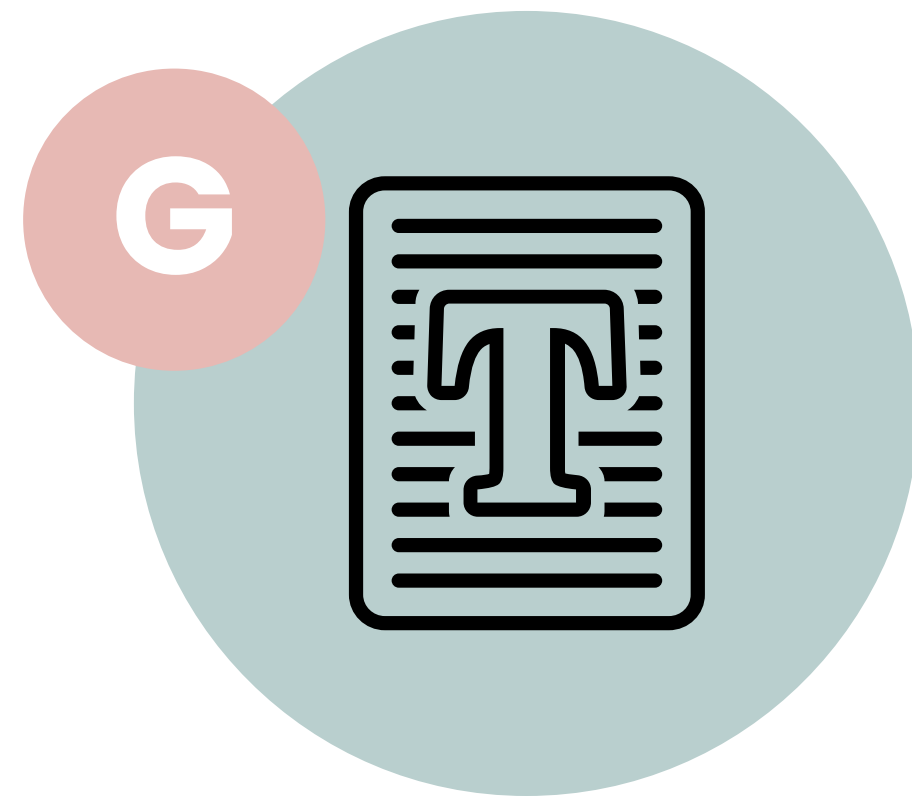
**Mirijam
Kobzan**



Was ist eine KI?

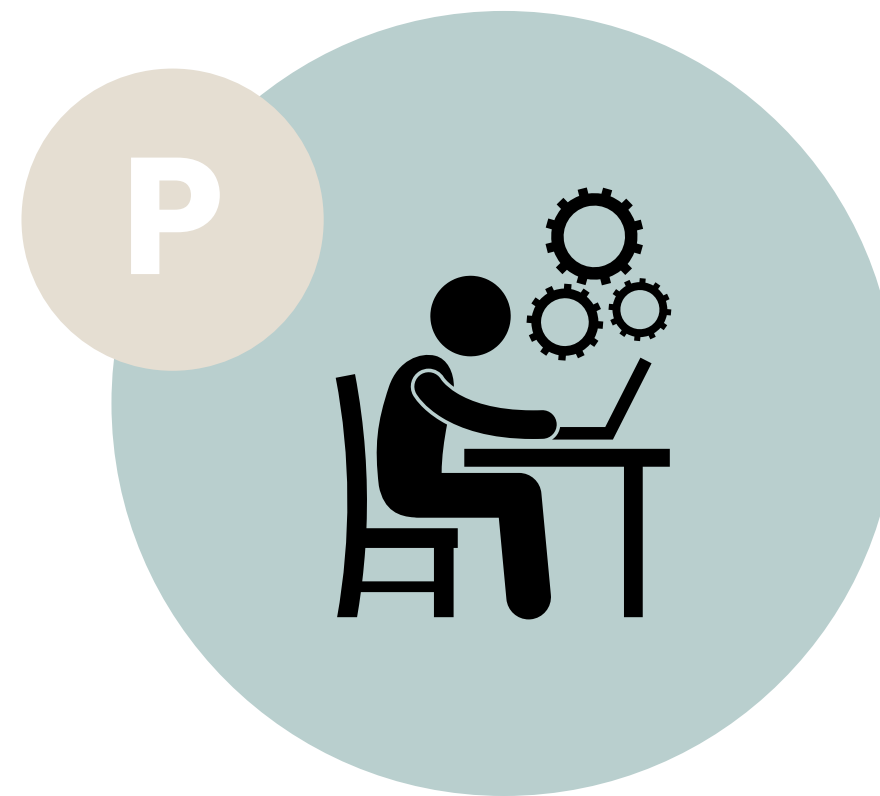


GPT



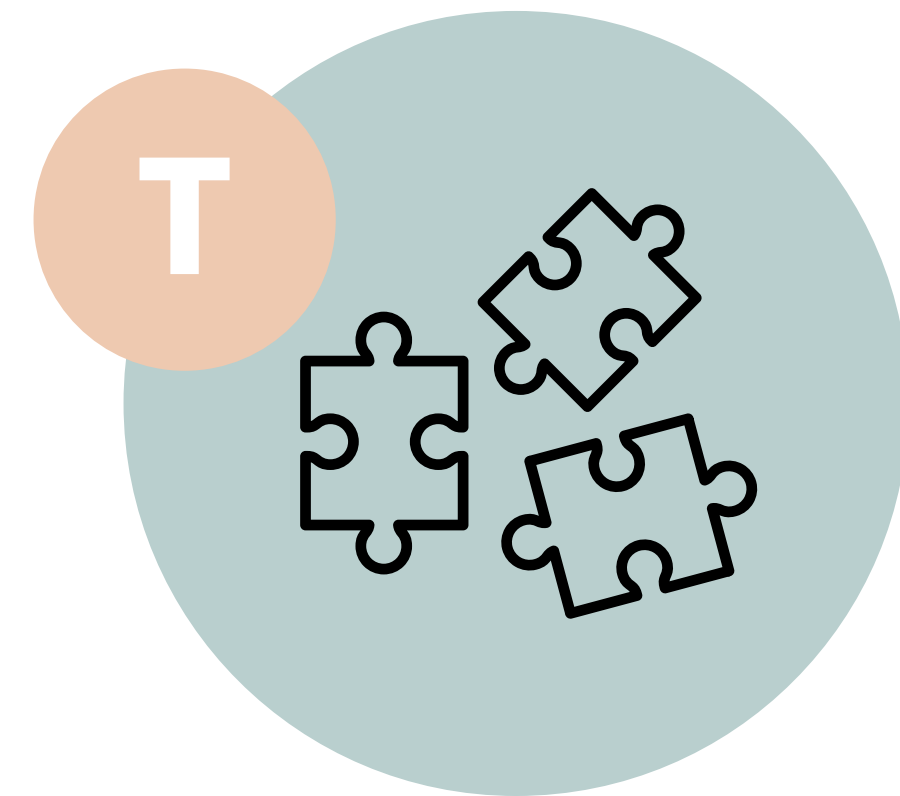
TEXTVERARBEITUNG

Generative



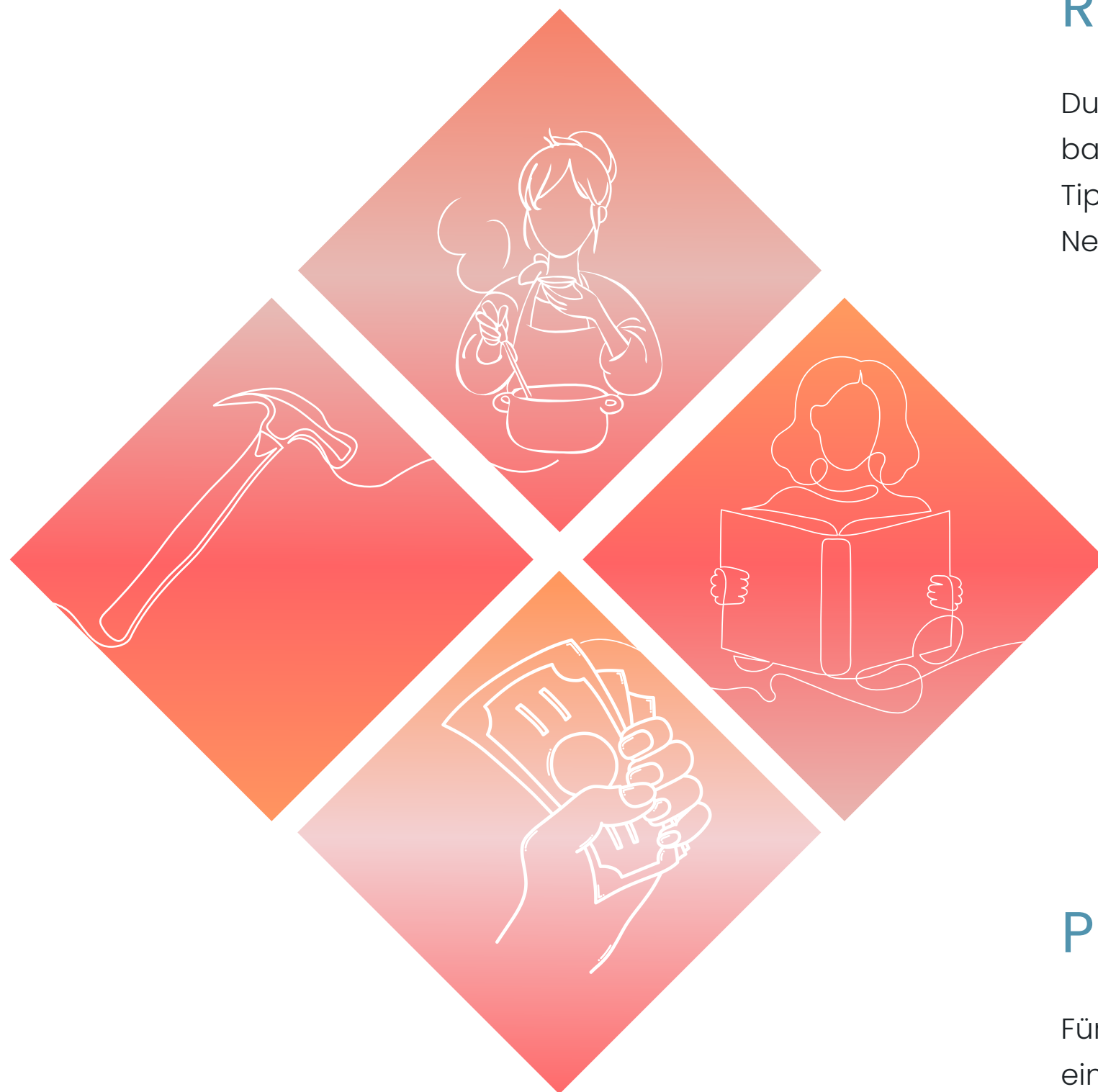
TRAINING

Pre-trained



MUSTERERKENNUNG

Transformer



REZEPTVORSCHLÄGE UND KOCHHILFE:

Du kannst ChatGPT um kreative Rezeptideen bitten, die auf den Zutaten basieren, die du gerade zur Hand haben. Es kann auch Anleitungen und Tipps zum Kochen geben, was besonders nützlich ist, wenn Sie etwas Neues ausprobieren möchten.

UNTERSTÜTZUNG BEI HAUSAUFGABEN UND LERNEN:

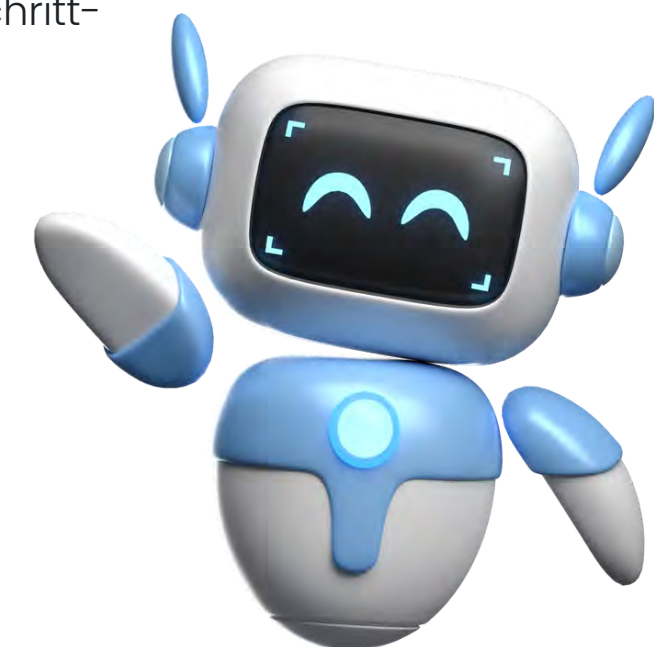
ChatGPT kann eine wertvolle Ressource für Schüler und Studenten sein, indem es hilft, schwierige Konzepte zu erklären, bei Hausaufgaben zu assistieren oder als Lernpartner für Prüfungsvorbereitungen zu dienen.

TECHNISCHE UNTERSTÜTZUNG UND PROBLEMBEHEBUNG:

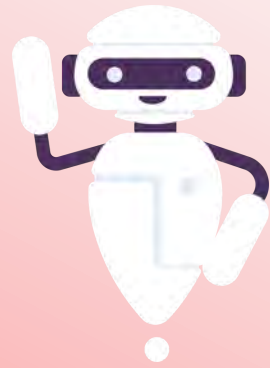
Bei technischen Problemen mit Ihrem Computer, Smartphone oder anderen Geräten kann ChatGPT erste Diagnosen stellen und Schritt-für-Schritt-Anleitungen zur Problembeseitigung bieten.

PERSÖNLICHE FINANZBERATUNG:

Für grundlegende Fragen zu persönlichen Finanzen kann ChatGPT einfache Tipps zur Budgetplanung, zum Sparen und zu Investitionen geben, wobei zu beachten ist, dass es keinen professionellen Finanzberater ersetzt.



BEISPIELE EINSATZGEBIETE



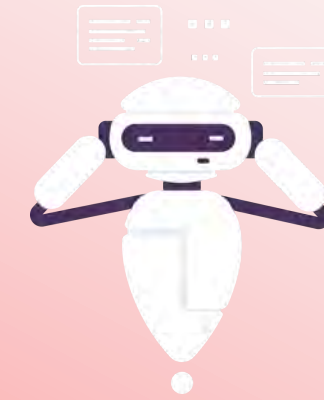
INHALTSENTWICKLUNG UND KREATIVITÄT

- **Ideenfindung:** ChatGPT kann genutzt werden, um kreative Ideen für Posts, Kampagnen oder Veranstaltungen zu generieren, die auf die Interessen und Bedürfnisse der Zielgruppe abgestimmt sind.
- **Content-Erstellung:** Von der Ausarbeitung inspirierender Zitate bis hin zur Erstellung von informativen Blog-Beiträgen kann ChatGPT dabei helfen, vielfältigen Content zu entwickeln, der auf verschiedenen Social Media Plattformen geteilt werden kann.
- **Interaktive Inhalte:** Entwicklung von Quizzes, Umfragen oder interaktiven Geschichten, die die Nutzer einbinden und zur Teilnahme anregen.



ANALYSE UND STRATEGIEENTWICKLUNG

- **Trendanalyse:** Nutzung von ChatGPT, um aktuelle Trends in den sozialen Medien zu identifizieren, die für die Zielgruppe der VHS relevant sind, und um darauf basierend Inhalte zu erstellen oder Kampagnen zu planen.
- **Feedback-Auswertung:** Analyse von Nutzerfeedback und Kommentaren, um Einblicke in die Bedürfnisse und Präferenzen der Zielgruppe zu gewinnen, was zur Optimierung der Social Media Strategie beitragen kann.
- **Strategieoptimierung:** ChatGPT kann helfen, Ideen für die Anpassung der Social Media Strategie zu entwickeln, basierend auf der Performance vergangener Posts und Kampagnen.



VISUELLE INHALTSSTRATEGIE MIT DESIGN-TOOLS

- **Einsatz von Canva für professionelle Designs:** Canva bietet ein umfangreiches Set an Vorlagen und Design-Elementen, die speziell für Social Media Posts, Banner und Werbematerialien optimiert sind.
- **Integration von DALL-E für einzigartige Bilder:** DALL-E kann genutzt werden, um individuelle und kreative Bilder zu generieren, die genau auf die Inhalte Ihrer Posts abgestimmt sind. Diese Bilder können dazu beitragen, die Einzigartigkeit der Inhalte zu unterstreichen und die Markenidentität visuell zu stärken.

Das Geheimnis hinter dem Prompt

Detaillierte Einführung:

"Ich bin ein Anfänger im Webdesign und suche nach Tipps zur Farbauswahl."

Direkte Instruktionen:

"Kannst du mir das in einfacher Sprache erklären?"

Fragen im Kontext stellen:

"Aus der Perspektive eines Teenagers, wie welche vhs Kurse sind spannend?"

Experimentieren und iterieren:

Variiere den Kontext, den Ton oder die Formulierung Deiner Frage und sehe, wie das Modell reagiert.

Spezifizieren des Formats:

"Kannst du das als Liste darstellen?" oder "Bitte formuliere das als Frage."

Verwendung von Anführungszeichen:

Wörter wörtlich nehmen

Vorherige Antworten zitieren:

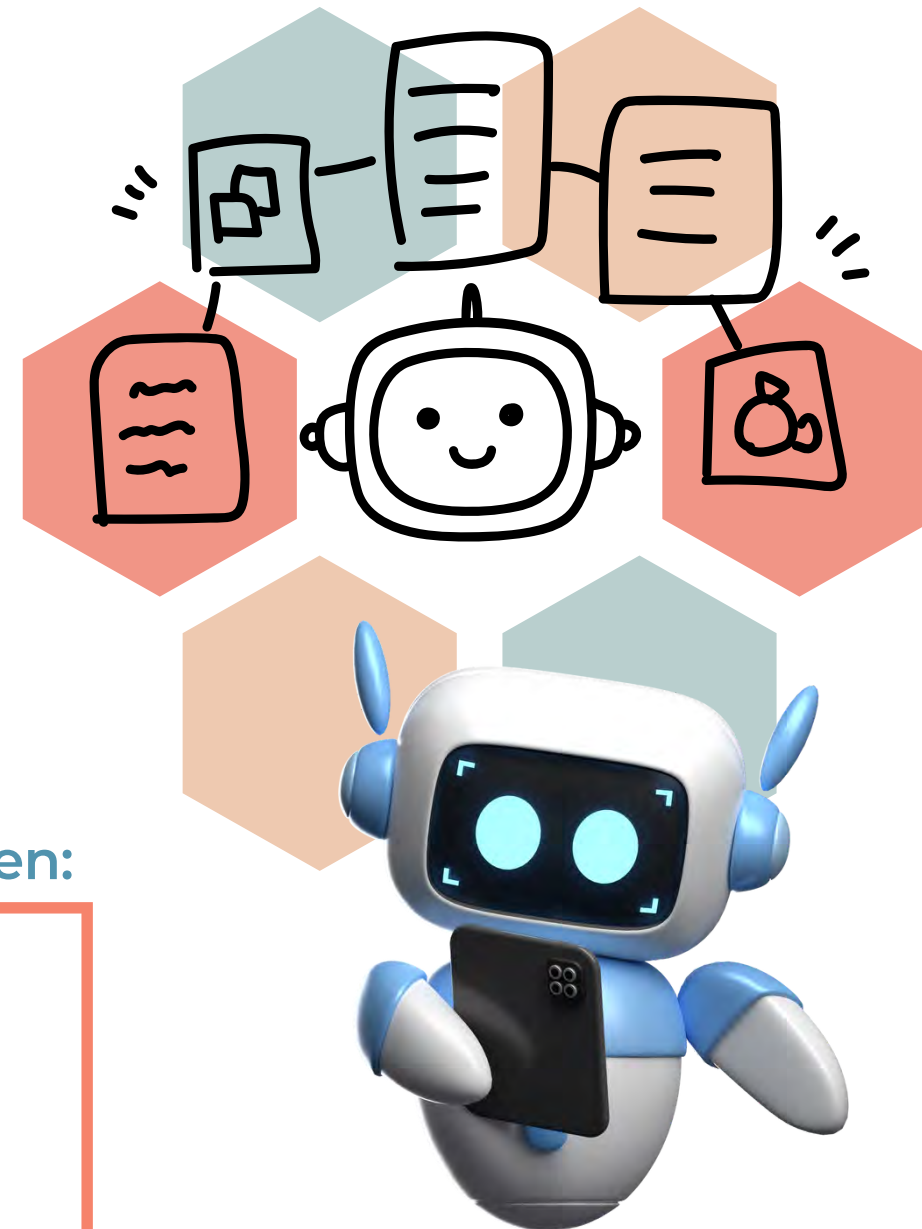
Antwortstruktur

Feedback geben:

Wenn eine Antwort nicht zufriedenstellend ist, gebe Feedback und versuche, die Frage neu zu formulieren oder zusätzlichen Kontext zu bieten.

Fragen nach Quellen:

Nach der allgemeinen Quelle oder dem Ursprung einer Information fragen.



CHATGPT & VERSTÄNDLICHE SPRACHE



Differenzierung von Sprachstilen



Leichte Sprache

- **Zielgruppe:** Personen mit Lernschwierigkeiten oder eingeschränkter Sprachkompetenz.
- **Merkmale:** Sehr kurze Sätze, Vermeidung von Fremdwörtern und komplizierten Satzstrukturen.
- **Anwendung:** Offizielle Dokumente, Barrierefreiheit, inklusive Kommunikation.

Einfache Sprache

- **Zielgruppe:** Breites Publikum, Nicht-Muttersprachler, Kinder.
- **Merkmale:** Einfache Wortwahl, klare Satzstrukturen, Vermeidung von Fachjargon.
- **Anwendung:** Allgemeine Kommunikation, Bildungsmaterialien, Nachrichten.

Verständliche Sprache

- **Zielgruppe:** Allgemeine Öffentlichkeit, inklusive Fachpublikum.
- **Merkmale:** Ausgewogene Sätze, klare Begriffe, ggf. adäquate Fachterminologie.
- **Anwendung:** Allgemeine sowie berufliche Kommunikation

Verständliche Sprache mit ChatGPT



Erstelle Texte mit der KI

Nutze ChatGPT, um komplexe Texte zu vereinfachen. Gebe einen komplizierten Text ein und bitte das Tool, diesen in verständlicher Sprache wiederzugeben.

Wichtig: Definiere genau, was du unter verständlicher Sprache verstehst (Satzzeichen, Zielgruppe, Struktur, Wording...)

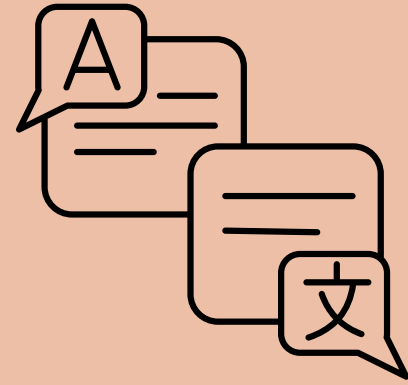
Hol dir Feedback

Verwende ChatGPT, um Feedback zu deinen Texten zu erhalten. Frage, ob bestimmte Passagen klar sind oder wie sie verbessert werden könnten.

Tipp: Bitte ChatGPT den Text aus der Perspektive deiner Zielgruppe zu bewerten.

Nutze die KI als Trainingspartner

Setze ChatGPT ein, um Übungen zum Schreiben in verständlicher Sprache zu generieren. Beispielsweise kann ChatGPT Szenarien vorschlagen, in denen du kurze, klare Nachrichten formulieren musst.



Überprüfe Fachbegriffe

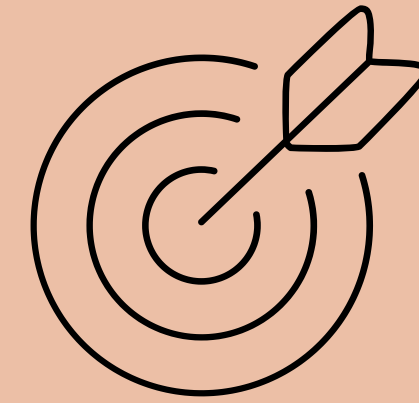
Verwende ChatGPT, um Fachjargon oder komplizierte Begriffe zu identifizieren und durch verständlichere Alternativen zu ersetzen.

Tipp: Bitte ChatGPT, alternative Vorschläge in verständlicher Sprache zu geben.



Strukturiere Informationen

Bitte ChatGPT, beim Strukturieren von Informationen zu helfen. Beispielsweise kann es Listen, Aufzählungspunkte oder Zusammenfassungen erstellen, um die Klarheit zu verbessern.



Schreibe zielgruppenorientiert

Passe deine Sprache mit Hilfe von ChatGPT an unterschiedliche Zielgruppen an. Experimentiere mit verschiedenen Formulierungen und bitten ChatGPT um Vorschläge für verschiedene Publikumsgruppen.



CONTENT- KREATION

Wichtig!

Social-Media-Spezifische Anforderungen



ZIELGRUPPENVERSTÄNDNIS

Verstehe deine Zielgruppe und passe den Inhalt entsprechend deren Interessen und Bedürfnissen an.

PLATTFORMSPEZIFISCHE ANFORDERUNGEN

Berücksichtige die Besonderheiten der jeweiligen Social-Media-Plattform (z. B. Zeichenlimit auf X, visuelle Schwerpunkte auf Instagram).

MARKENKONFORMITÄT

Stelle sicher, dass alle Inhalte die Werte und den Stil deiner Marke widerspiegeln.

AKTUALITÄT UND RELEVANZ

Erstelle Inhalte, die aktuell und relevant für deine Zielgruppe sind.

Tipps & Tricks



1. Regelmäßige Aktualisierungen

Nutze ChatGPT, um regelmäßig frische und interessante Inhalte zu erstellen.

2. Diversifizierung

Experimentiere mit verschiedenen Arten von Inhalten (Text, Bilder, Videos, Live-Streams).

3. Interaktionsförderung

Erstelle Beiträge, die zur Interaktion anregen, und nutze ChatGPT, um kreative Call-to-Actions zu entwickeln.

4. Feedback-Nutzung

Beziehe Nutzerfeedback in deine Content-Strategie ein und verwenden ChatGPT, um auf Trends und Anregungen zu reagieren.

5. Effizienzsteigerung

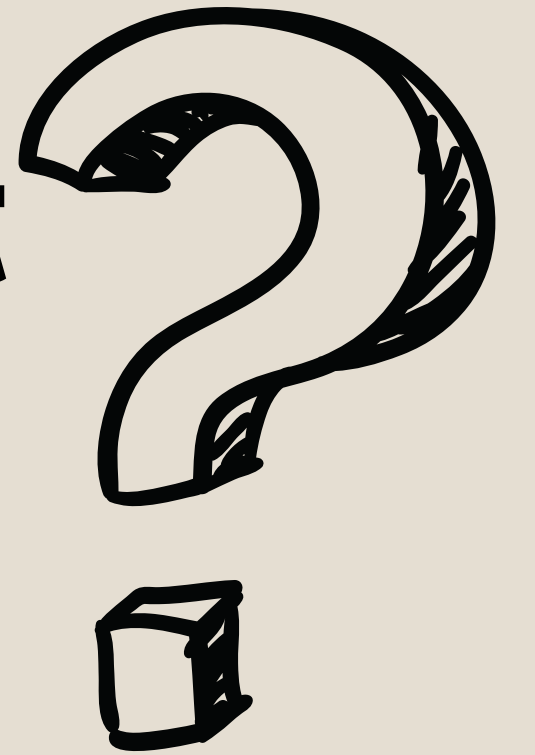
Automatisiere Routineaufgaben wie häufige Fragen oder Standardantworten mit Hilfe von ChatGPT, um Zeit zu sparen.

Sprechstunde 06.03.

Verständliche Sprache und ChatGPT

vhsCloud: barrierefreinetz@herzo.vhs.cloud

Was ist
unklar



Kontakt:

Mirijam Kobzan

mirijam.kobzan@ansbach.de



Datenschutz auf Social Media (TikTok, WhatsApp-Business und mehr)

Christian Zappe, Medien- und IT-Jurist



Datenschutz auf Social Media (TikTok, WhatsApp-Business und mehr)

Christian Zappe



Datenschutz in sozialen Netzwerken

Soziale Netzwerke sammeln viele Daten ihrer Nutzer. Wenn diese in falsche Hände geraten, kann das zum Risiko werden.

<https://www.bfdi.bund.de/DE/Buerger/Inhalte/Telemedien/DatenschutzInSozialenNetzwerken.html>



Beispiel TikTok

- mangelnden Daten- und unzureichenden Jugendschutz
- Daten von Minderjährigen Personen ohne Einwilligung der Erziehungsberechtigten
- Minderjährigen müssen mindestens 13 Jahre alt sein. TikTok hat angekündigt, das Alter der Nutzenden zukünftig vermehrt mittels zu KI analysieren
- Vom persönlichen TikTok-Account zum TikTok-Business-Konto

<https://www.vibss.de/vereinsmanagement/marketing/social-media/tiktok-twitch-linkedin-co/tiktok/tiktok-vereinskonto-einrichten>

A decorative vertical bar on the right side of the slide, consisting of a thin grey line on the left and a wider blue rectangle on the right.

The TikTok logo, featuring the stylized musical note icon followed by the word "TikTok" in a bold, black, sans-serif font.

Nutzung von privaten Endgeräten für Social Media

Viele Volkshochschulen haben Beschäftigte im Homeoffice bzw. im mobile Office. Nicht wenige arbeiten hier mit privaten Endgeräten.

Bei Bring Your Own Device werden personenbezogene oder firmeninterne Daten auf einem privaten Gerät abgerufen und gespeichert. Dies entspricht nicht DSGVO!

ToDos:

1. Dienstrichtlinie - Mobile Device Management
2. Vereinbarungen im Arbeitsvertrag

https://www.haufe.de/compliance/management-praxis/bring-your-own-device-datenschutz-beachten_230130_437814.html



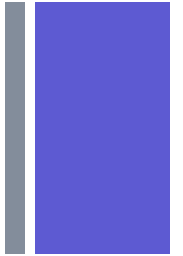
Datenschutz bei der Multiplikation von Inhalten

- Ein Merkmal von Öffentlichkeitsarbeit ist das intensive Streben nach Reichweite und Multiplikation der Inhalte. Hierzu werden Dienstleister, wie soziale Netzwerke und Newsletter-Versanddienste, eingesetzt. Damit kommt die Frage nach den Beteiligten als Verantwortliche und die Ausgestaltung der Pflichten zur Einhaltung des Datenschutzes auf.
- Rechtsgrundlagen zur Arbeit mit personenbezogenen Daten in der Öffentlichkeitsarbeit
 - Einwilligung (Art. 6 Abs. 1 lit. a, Art. 7 DSGVO)
 - Vertragliche Rechtsgrundlagen (Art. 6 Abs. 1 lit. b DSGVO)
 - „Berechtigte Interessen“ (Art. 6 Abs. 1 lit. f DSGVO) beziehungsweise „öffentliches Interesse“ für öffentliche Einrichtungen (Art. 6 Abs. 1 lit. e DSGVO)
 - Art. 5 GG i.V.m. Art. 85 DSGVO

Social-Media-Angebote der Stadt München: <https://stadt.muenchen.de/infos/socialmediaregister.html>

Datenschutzhinweise für die Social Media-Kanäle

1. Betreiber der Social Media-Profile
2. Rechtsgrundlage für die Datenverarbeitung
3. Zwecke der Datenverarbeitung
4. Facebook
5. Instagram
6. Twitter
7. YouTube
8. TikTok
8. LinkedIn
10. Alternativer voraussetzungsloser Informationszugang



Bildrechte und Urheberrechte

- Bildrechte & Lizenzen klären (gilt auch für Musik)
- Urheber immer nach Lizenzen fragen
- Bildverwendung nur mit Erlaubnis
- Keine Google-Bildersuche
- AGBs kostenloser Datenbanken beachten
- Quellen angeben und Urheber nennen: Bei Shutterstock wird die Nennung beispielsweise wie folgt vorgeschrieben: „Künstlername/ shutterstock.com“.
- Creative Commons als Alternative zu Bilddatenbanken nutzen, z.B. pixabay

Einwilligungserklärung

Einwilligung zur Veröffentlichung von Foto- und/oder Filmaufnahmen

Hiermit erteile/n ich/wir die Einwilligung, dass der _____ (Name des Vereins/Verbandes) die von meinem Kind und/oder mir angefertigten Foto- und/oder Filmaufnahmen (nachfolgend Bildmaterial) zum Zwecke der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie für werbliche Zwecke in allen Print- und Onlinemedien (einschließlich Social-Media-Plattformen) ohne inhaltliche, zeitliche und räumliche Beschränkung on- und offline verbreiten und veröffentlichen darf. Soweit sich aus dem Bildmaterial Hinweise auf meine ethnische Herkunft, Religion oder Gesundheit ergeben (z.B. Hautfarbe, Kopfbedeckung, Brille) bezieht sich meine Einwilligung auch auf diese Angaben.

Hinweise:

Informationen im Internet sind weltweit zugänglich und können mit Suchmaschinen gefunden und mit anderen Informationen verknüpft werden, woraus sich unter Umständen Persönlichkeitsprofile über mich erstellen lassen. Ins Internet gestellte Informationen, einschließlich Fotos, können problemlos kopiert und weiterverbreitet werden. Es gibt spezialisierte Archivierungsdienste, deren Ziel es ist, den Zustand bestimmter Websites zu bestimmten Terminen dauerhaft zu dokumentieren. Dies kann dazu führen, dass im Internet veröffentlichte Informationen auch nach ihrer Löschung auf der Ursprungs-Seite weiterhin andernorts aufzufinden sind.

Diese Einwilligung ist freiwillig. Ich kann sie ohne Angabe von Gründen verweigern, ohne dass ich deswegen Nachteile zu befürchten hätte. Ich kann diese Einwilligung zudem jederzeit in Textform (z.B. Brief, E-Mail, Fax) für die Zukunft widerrufen. Gleichwohl kann eine generelle Löschung des veröffentlichten Bildmaterials aus dem Internet nicht garantiert werden, da z.B. Suchmaschinen das Bildmaterial in ihren Index aufgenommen haben oder Dritte das Bildmaterial unbefugt kopiert oder verändert haben könnten.

Einwilligungserklärung

- Anlass _____ Datum _____
- Name _____ Vorname _____
- Geb.datum _____ E-Mail _____
- Straße/Nr. _____ PLZ, Ort _____
- Datum & Unterschrift des Abgebildeten _____

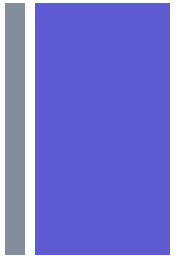
Bei Minderjährigen, die das 13. Lebensjahr vollendet haben, ist neben der Einwilligung der gesetzlichen Vertreter auch die Einwilligung des/der Minderjährigen erforderlich.

Bei Minderjährigen:

Ich/Wir habe/haben die Einwilligungserklärung zur Veröffentlichung des Bildmaterials zur Kenntnis genommen und bin/sind mit der Veröffentlichung einverstanden.

Vor- und Nachname des/der gesetzl. Vertreter _____

Datum & Unterschrift des/der gesetzl. Vertreter _____



Datenschutzrechtliche Informationspflichten nach Art. 13 DSGVO



Für die Datenverarbeitung Verantwortlicher

Verantwortlicher für die Verarbeitung der personenbezogenen Daten im Sinne von Art. 4 Abs. 7 DSGVO

ist _____ (Name des Vereins/Verbandes), _____ (Straße und Hausnummer d. Vereins/Verbandes), _____ (PLZ und Stadt des Vereins/Verbandes), Telefon des Vereins/Verbandes: _____, Telefax des Vereins/Verbandes: _____, E-Mail des Vereins/Verbandes: _____

Datenschutzbeauftragte des Verantwortlichen

(Nichtöffentliche Stellen benötigen regelmäßig erst dann einen Datenschutzbeauftragten, wenn zehn Personen und mehr in der automatisierten Verarbeitung personenbezogener Daten dauerhaft beschäftigt sind. Wenn dies nicht auf Ihren Verein/Verband zutrifft, kann dieser Passus gestrichen werden.)

Datenschutzbeauftragte/-er des _____ (Name des Vereins/Verbandes)

ist _____ (Name d. Datenschutzbeauftragte/-er), _____ (Straße und Hausnummer d. Datenschutzbeauftragte/-er), _____ (PLZ und Stadt d. Datenschutzbeauftragte/-er), Telefon d. Datenschutzbeauftragte/-er: _____, E-Mail d. Datenschutzbeauftragte/-er: _____.

Zweck und Rechtsgrundlage der Verarbeitung

Die Verarbeitung des Bildmaterials (Erhebung, Speicherung und Weitergabe an Dritte) erfolgt aufgrund der ausdrücklichen Einwilligung des/der Betroffenen bzw. der Personensorgeberechtigten nach Art. 6 Abs. 1 lit a DSGVO im Rahmen des Einwilligungszwecks.

Datenschutzrechtliche Informationspflichten nach Art. 13 DSGVO

Kategorien von Empfängern der personenbezogenen Daten

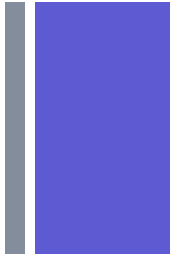
Das Bildmaterial wird an die Nutzer im Rahmen der Einwilligung weitergegeben. Ferner wird das Bildmaterial ggf. zur Erstellung und Veröffentlichung von Print (-Publikationen) an die beauftragten Agenturen weitergegeben. Im Rahmen des Uploads des Bildmaterials in soziale Netzwerke wird das Bildmaterial an die betreffenden Anbieter der sozialen Netzwerke weitergegeben.

Dauer der Speicherung der personenbezogenen Daten: Das Bildmaterial wird vorbehaltlich eines Widerrufs der Einwilligung des/der Betroffenen auf unbestimmte Zeit gespeichert.

Widerrufsrecht bei Einwilligungen: Die Einwilligung zur Verarbeitung des Bildmaterials kann jederzeit mit Wirkung für die Zukunft widerrufen werden. Der Widerruf muss in Textform (z.B. Brief, E-Mail, Fax) an die o.g. Kontaktdaten des Verantwortlichen erfolgen.

Betroffenenrechte

Nach der Datenschutzgrundverordnung stehen Ihnen folgende Rechte zu: Werden Ihre personenbezogenen Daten verarbeitet, so haben Sie das Recht Auskunft über die zu Ihrer Person gespeicherten Daten zu erhalten (Art. 15 DSGVO). Sollten unrichtige personenbezogene Daten verarbeitet werden, steht Ihnen ein Recht auf Berichtigung zu (Art. 16 DSGVO). Liegen die gesetzlichen Voraussetzungen vor, so können Sie die Löschung oder Einschränkung der Verarbeitung verlangen sowie Widerspruch gegen die Verarbeitung einlegen (Art. 17, 18, 21 DSGVO). Wenn Sie in die Datenverarbeitung eingewilligt haben oder ein Vertrag zur Datenverarbeitung besteht und die Datenverarbeitung mit Hilfe automatisierter Verfahren durchgeführt wird, steht Ihnen ggf. ein Recht auf Datenübertragbarkeit zu (Art. 20 DSGVO). Ferner haben Sie ein Beschwerderecht bei der _____ Landesdatenschutzbehörde.



Was ist zu beachten?

- Einwilligung erforderlich
- Nachweis der Erteilung einer Einwilligung
- Ausnahme von der Pflicht zur Einwilligung, sofern die Bedingungen des § 7 Abs. 3 UWG erfüllt sind. Wenn:
 - die E-Mail-Adresse im Zusammenhang mit dem Verkauf einer Ware oder Dienstleistung von dem Kunden erlangt wurde,
 - sich der Newsletter auf das Angebot für eigene ähnliche Waren oder Dienstleistungen beschränkt,
 - der Kunde der Verwendung nicht widersprochen hat und
 - der Kunde bereits bei Erhebung der Adresse und bei jeder Verwendung klar und deutlich darauf hingewiesen wird, dass er der Verwendung jederzeit widersprochen werden kann.
- Hinweis auf eine Abmeldemöglichkeit
- Impressumspflicht im Newsletter
- Link zur Datenschutzerklärung empfehlenswert

Beispiel Newsletter-Tool Mailchimp

- Sitz in den USA
- Alternativen beispielsweise rapidmail, CleverReach mit Sitz in Deutschland
- Vertrag zur Auftragsverarbeitung nach Artikel 28 DSGVO
- Alternative SuperMailer: Sie benötigen keinen Vertrag zur Auftragsdatenverarbeitung (AVV), da Sie selbst die Daten auf Ihrem eigenen Rechner oder Webserver speichern. Ein AVV ist nur notwendig wenn Sie die personenbezogenen Daten Ihrer Newsletter-Empfänger an einen externen fremden Cloud-Anbieter weitergeben, der die Daten auf seinem eigenen Server speichert.

Beispiel für eine Formulierung in der Datenschutzerklärung

„Mit unserem Newsletter informieren wir Sie über wichtige Informationen zum Leistungsangebot der Volkshochschule Musterstadt.

Wenn Sie den Newsletter empfangen möchten, benötigen wir von Ihnen eine valide E-Mail-Adresse sowie Informationen, die uns die Überprüfung gestatten, dass Sie der Inhaber der angegebenen E-Mail-Adresse sind bzw. deren Inhaber mit dem Empfang des Newsletters einverstanden ist. Hierzu nutzen wir das sog. double-opt-in-Verfahren. Weitere Daten werden nicht erhoben. Diese Daten werden nur für den Versand der Newsletter verwendet und werden nicht an Dritte weitergegeben.

Mit der Anmeldung zum Newsletter speichern wir Ihre IP-Adresse und das Datum der Anmeldung. Diese Speicherung dient alleine dem Nachweis im Fall, dass ein Dritter eine E-Mail-Adresse missbraucht und sich ohne Wissen des Berechtigten für den Newsletterempfang anmeldet. Rechtsgrundlage für die Verarbeitung Ihrer personenbezogenen Daten ist Art. 6 Abs. 1 lit. a DSGVO.

Ihre Einwilligung zur Speicherung der Daten, der E-Mail-Adresse sowie deren Nutzung zum Versand des Newsletters können Sie jederzeit widerrufen. Der Widerruf kann über einen Link in den Newslettern selbst oder per Mitteilung an die Kontaktmöglichkeiten des für die Verarbeitung Verantwortlichen erfolgen.“

Formulierung Bestandskunden anschreiben

„Sehr geehrte Kund*innen der Volkshochschule Musterstadt,

Wir nutzen Ihre E-Mail-Adresse neben der Vertragsabwicklung im Rahmen der Kursbuchungen, um Sie per E-Mail über eigene ähnliche Kursangebot der Volkshochschule zu informieren. Sie können der Verwendung Ihrer E-Mail-Adresse jederzeit widersprechen, ohne dass hierfür zusätzliche Kosten entstehen. Sollten Sie keine weitere Werbung über unser Kursangebot wünschen, teilen Sie uns dies bitte per E-Mail an folgende Adresse mit: Bitte fügen Sie hier Ihre E-Mail-Adresse ein oder klicken auf den Link bitte fügenden Sie den Namen des Links ein, z.B. „Abbestellen“ am Ende des Newsletter.“

Impressumspflicht

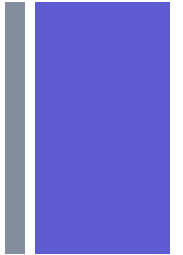
Zu den **allgemeinen Pflichtangaben** gehören:

- Vollständige Adresse der Volkshochschule Musterstadt
- Telefonnummer
- E-Mail-Adresse
- Angaben zur Geschäftsführung
- Registereintrag beim Amtsgericht
- Redaktionell verantwortliche Person
- Foto und Bildernachweis
- Ggf. Haftungsausschluss

Beispiel: <https://www.mvhs.de/impressum>



IHRE FRAGEN...



Vielen Dank für die
Aufmerksamkeit



Christian Zappe

Medien- und IT-Jurist

zertifizierter Datenschutzbeauftragter

Referent für Medien- und Kommunikationsrecht



T.: +49 (0)152 33655830

E.: office@christian-zappe.de

W.: www.christian-zappe.de

- Z A P P E | Datenschutz Consulting
Unternehmensberatung für Datenschutz und IT-Sicherheit
- Leitung Externer Datenschutz
Paritätischer Wohlfahrtsverband Niedersachsen

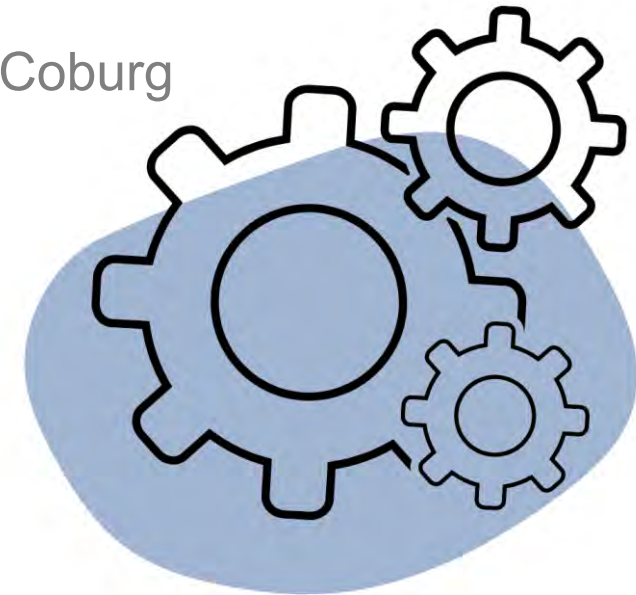


vhs

Digitalverbund Oberfranken
Marketing-Digithek

Meta Business Suite, ein nützliches und dazu kostenloses Tool für Social Media, außerdem Social Media Ads

Marcel Finzel & Team von der Medienagentur „markatus“ aus Coburg



Social YOUR VHS *Up*



FAKTEN, CREATOR STUDIO
CONTENT CREATION
WERBEANZEIGENMANAGER



Social Media
FAKTEN | CREATOR STUDIO



JAN
2023

OVERVIEW OF SOCIAL MEDIA USE

HEADLINES FOR SOCIAL MEDIA ADOPTION AND USE (NOTE: USERS MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS)



NUMBER OF SOCIAL
MEDIA USERS



70.90
MILLION

SOCIAL MEDIA USERS
vs. TOTAL POPULATION



85.1%

SOCIAL MEDIA USERS AGE 18+
vs. TOTAL POPULATION AGE 18+



89.9%

SOCIAL MEDIA USERS
vs. TOTAL INTERNET USERS



91.4%

AVERAGE TIME SPENT USING
SOCIAL MEDIA EACH DAY



1H 41M

AVERAGE NUMBER OF SOCIAL
PLATFORMS USED EACH MONTH



5.3

FEMALE SOCIAL MEDIA USERS
vs. TOTAL SOCIAL MEDIA USERS



50.3%

MALE SOCIAL MEDIA USERS
vs. TOTAL SOCIAL MEDIA USERS



49.7%

JAN
2023

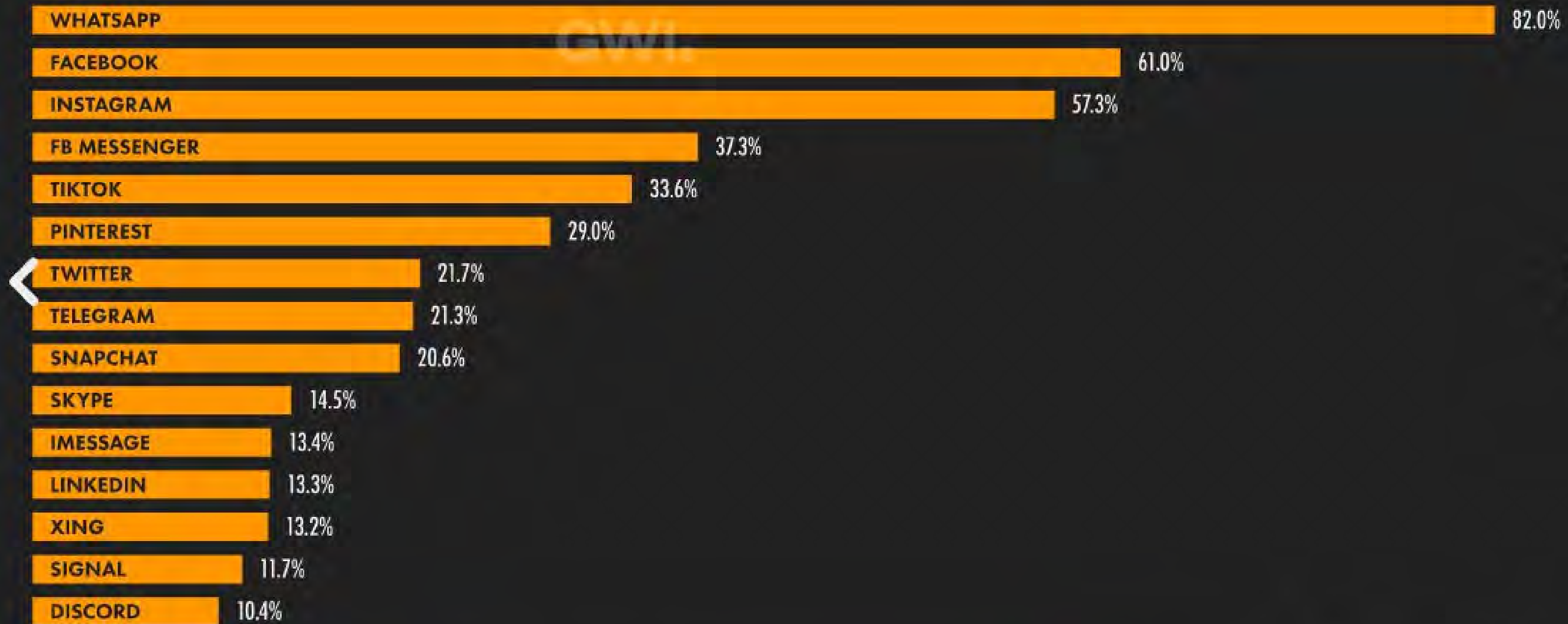
MOST USED SOCIAL MEDIA PLATFORMS

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO USE EACH PLATFORM EACH MONTH

NOTE: YOUTUBE IS NOT OFFERED AS AN ANSWER OPTION FOR THIS QUESTION IN GWI'S SURVEY, SO IT WILL NOT APPEAR IN THIS RANKING.



GERMANY



SOURCE: GWI (Q3 2022) FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD-GLOBAL SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE GWI.COM FOR FULL DETAILS. **NOTE:** YOUTUBE IS NOT OFFERED AS AN ANSWER OPTION FOR THIS QUESTION IN GWI'S SURVEY. **COMPARABILITY:** A VERSION OF THIS CHART THAT APPEARED IN OUR PREVIOUS REPORTS WAS BASED ON A PREVIOUS QUESTION IN GWI'S SURVEY THAT INCLUDED YOUTUBE AS AN ANSWER OPTION. GWI'S CURRENT SURVEY FEATURES A REVISED VERSION OF THIS QUESTION THAT DOES NOT INCLUDE YOUTUBE AS AN ANSWER OPTION, WHILE OTHER CHANGES TO THE QUESTION'S WORDING MAY MEAN THAT THE VALUES AND RANK ORDER SHOWN HERE ARE NOT DIRECTLY COMPARABLE WITH THOSE SHOWN ON A SIMILAR CHART IN PREVIOUS REPORTS.



Meta Business Suite

Markatus - Marke...


- Startseite
- Benachrichtigungen
- Planer
- Content
- Insights
- Postfach
- Leads Center
- Monetarisierung
- Werbeanzeigen
- Alle Tools

Meta Business Suite

Markatus - Marke...

Startseite

Benachrichtigungen



MARKATUS

Facebook-Follower 487 Instagram-Follower 1.023

Beitrag erstellen Reel erstellen Story erstellen Live gehen Mehr

To-do-Liste
Sieh dir ungelesene Nachrichten, Kommentare und andere Dinge an, die deine Aufmerksamkeit erfordern.

Du hast deine To-do-Liste abgearbeitet.

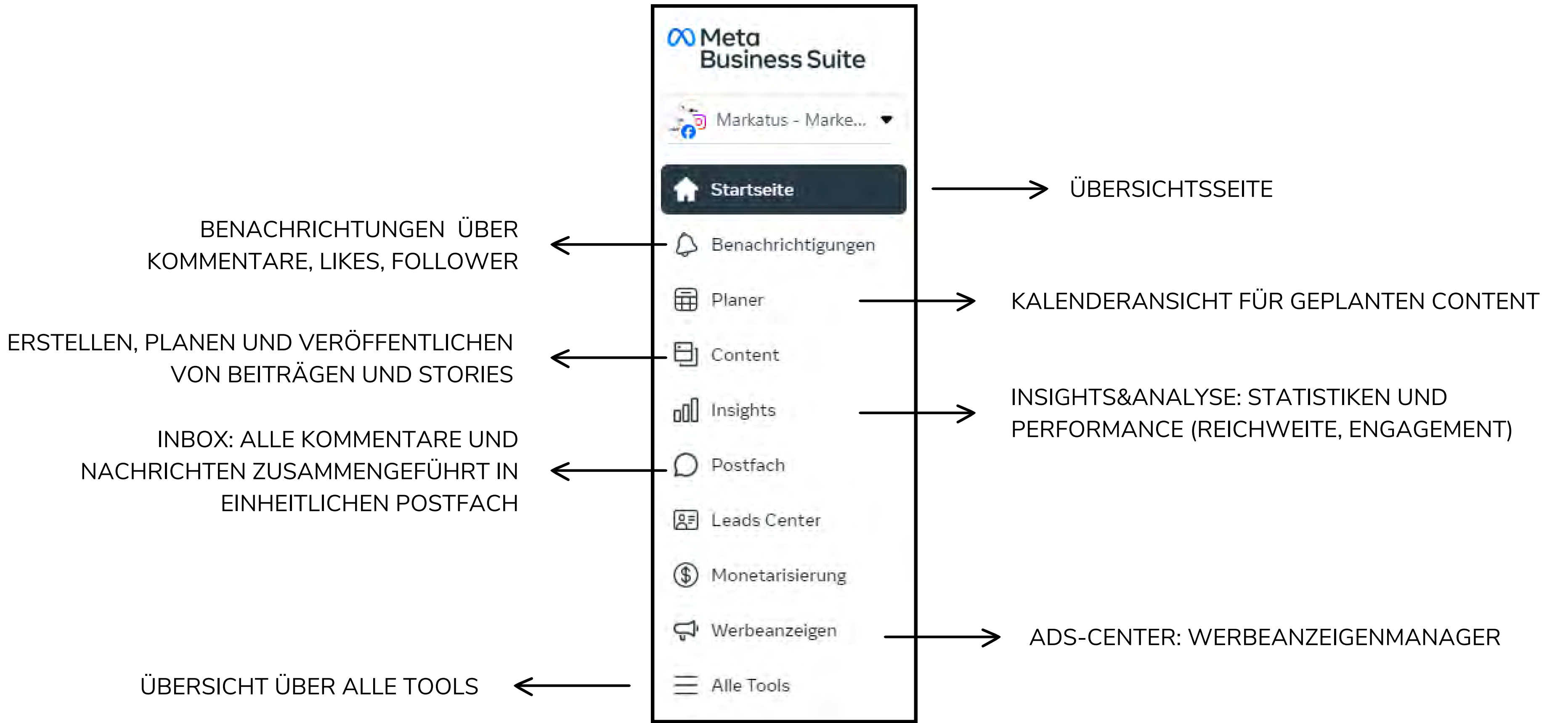
Verwalte deinen Marketing-Content
Sieh dir deine letzten und bevorstehenden Beiträge, Stories und Anzeigen an und plane deinen Content im Voraus.

Planer Beiträge und Reels Stories Werbeanzeigen

Sieh dir die Beiträge und Reels der letzten 60 Tage an.



WWW.FACEBOOK.COM/CREATORSTUDIO



ÜBERSICHT ÜBER VERÖFFENTLICHTE,
GEPLANTE BEITRÄGE UND ENTWÜRFE

BEITRÄGE ERSTELLEN

The screenshot displays the Facebook Content Manager interface. On the left is a navigation sidebar with various content management options. The main area shows a list of posts under the 'Veröffentlicht' (Published) tab. A top navigation bar includes buttons for 'Daten exportieren', 'Reel erstellen', and 'Beitrag erstellen'. A large black arrow points from the German text 'ÜBERSICHT ÜBER VERÖFFENTLICHTE, GEPLANTE BEITRÄGE UND ENTWÜRFE' to the 'Beitrag erstellen' button. Another black arrow points from the German text 'BEITRÄGE ERSTELLEN' to the 'Beitrag erstellen' button, which is also circled in black.

Content

Daten exportieren | Reel erstellen | **Beitrag erstellen**

Content

Beiträge und Reels

Stories

A/B-Tests

Feed und Raster

Erwähnungen und Markierung...

Clips

Collections

Facebook-Fotos

Playlists

Serien

Creative Assets

Videos zum Crossposten

Reels-Wiedergaben umfassen jetzt auch erneute Wiedergaben
Erneute Wiedergaben werden jetzt zur Anzahl der Wiedergaben von Facebook- und Instagram-Reels dazugerechnet, wenn die Reels nach dem 21. September 2023 erstellt wurden.

Veröffentlicht | Geplant | Entwürfe | Ablaufende Beiträge | Abgelaufene Beiträge

Beitragsart | Filtern | Löschen | Nach ID oder Untertitel suchen | Letzte 90 Tage: 29.11.2023 bis 26.02.2024 | Spalten

Titel	Veröffentlicht am	Status	Distribution	Angesehene Minuten	3-sekündige Aufrufe	1-minütige Videoaufrufe	Du h a
NEWS! Markatus ist a... Markatus - Marketing Fil...	Samstag, 24. Febru...	Beitrag bewerben	...	--	0 3-sekündige Aufrufe	0 1-minütige Videoaufrufe	--
NEWS! Markatus ist a... markatus_agentur	Samstag, 24. Febru...	Beitrag bewerben	...	--	--	--	--
Eure Website ist noch... markatus_agentur	Donnerstag, 22. Feb...	Beitrag bewerben	...	--	--	--	--
Eure Website ist noch... Markatus - Marketing Fil...	Donnerstag, 22. Feb...	Beitrag bewerben	...	--	0 3-sekündige Aufrufe	0 1-minütige Videoaufrufe	--
Bereit, deine Online-Präs... Markatus - Marketing Fil...	Dienstag, 20. Febru...	Beitrag bewerben	...	--	0 3-sekündige Aufrufe	0 1-minütige Videoaufrufe	--
Bereit, deine Online-Präs... markatus_agentur	Dienstag, 20. Febru...	Beitrag bewerben	...	--	--	--	--



AUSWAHL DER PROFILE

VORANSICHT IM JEWEILIGEN PROFIL

BEITRAGSBILD/
VIDEO HOCHLADEN

TEXT, EMOJIS,
HASHTAGS
HINZUFÜGEN

DATUM UND
UHRZEIT FESTLEGEN
UND VORPLANEN

Beitrag erstellen

Posten in

Markatus - Marketing Film Social und markatus_agentur

Medien

Teile Fotos oder ein Video. Ein Instagram-Beitrag darf nicht mehr als 10 Fotos beinhalten.

Foto hinzufügen Video hinzufügen Vorlage verwenden

Beitragsdetails

Beitrag für Facebook und Instagram anpassen

Text

0/1024

Planungsoptionen Datum und Uhrzeit festlegen

Privatsphäre-Einstellungen

Beitrag bewerben Abbrechen Später fertigstellen Veröffentlichen

Facebook Feed-Vorschau

Markatus - Marketing Film Social

Gerade eben

Gefällt mir Kommentieren Teilen



AUSWAHL DER PROFILE

VORANSICHT IM JEWEILIGEN PROFIL

STORYBILD/ VIDEO
HOCHLADEN

DATUM UND
UHRZEIT FESTLEGEN
UND VORPLANEN

Story erstellen

Teilen in

Markatus - Marketing Film Social und markatus_agetur

Medien

Du kannst bis zu 10 Bilder und Videos hochladen.

Ziehe Fotos oder Videos hierher.

Foto/Video hinzufügen

Planungsoptionen

Jetzt teilen Planen

Facebook-Story Instagram-Story

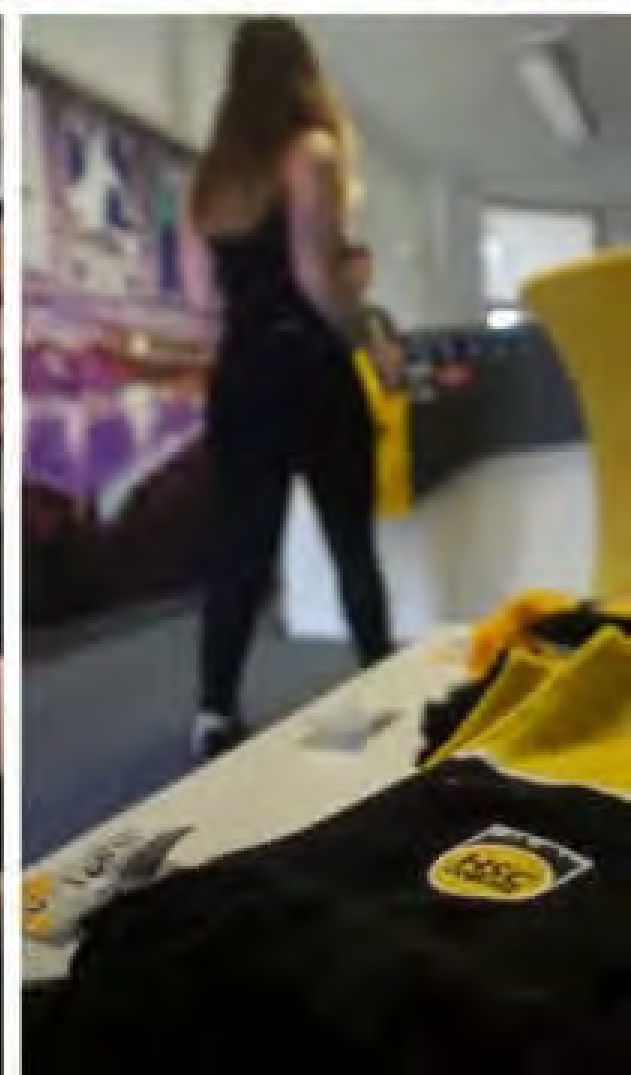
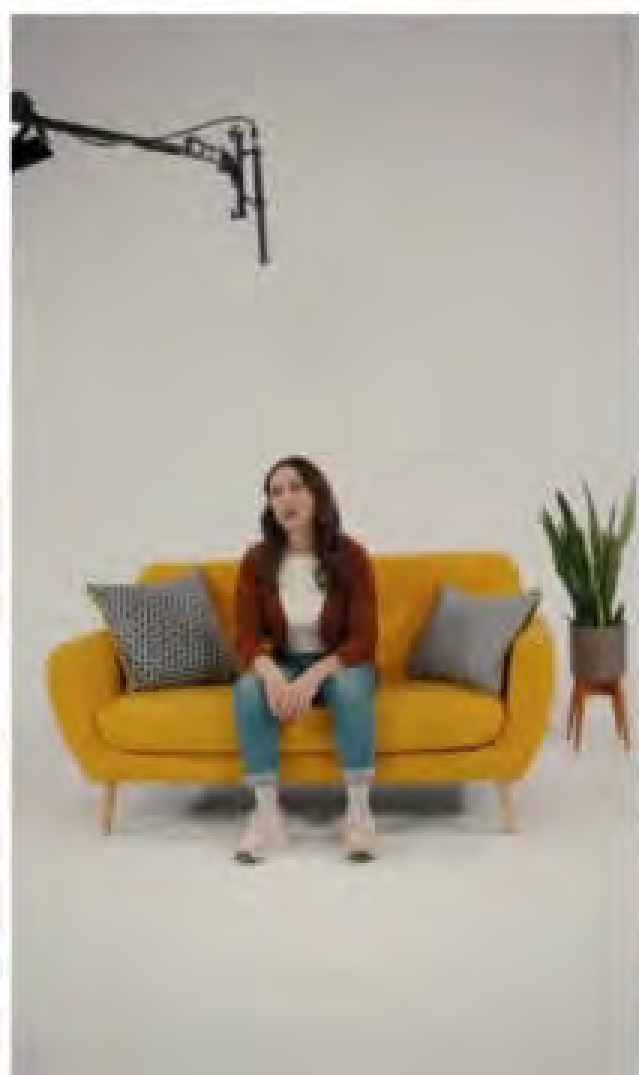
Lade Medien hoch, um dir eine Vorschau deiner Story anzusehen.

Abbrechen Teilen



Social Media
CONTENT CREATION





 VISUELLE WAHRNEHMUNG
BLEIBT BESSER IM GEDÄCHTNIS

 VERTRAUEN + EMOTIONEN

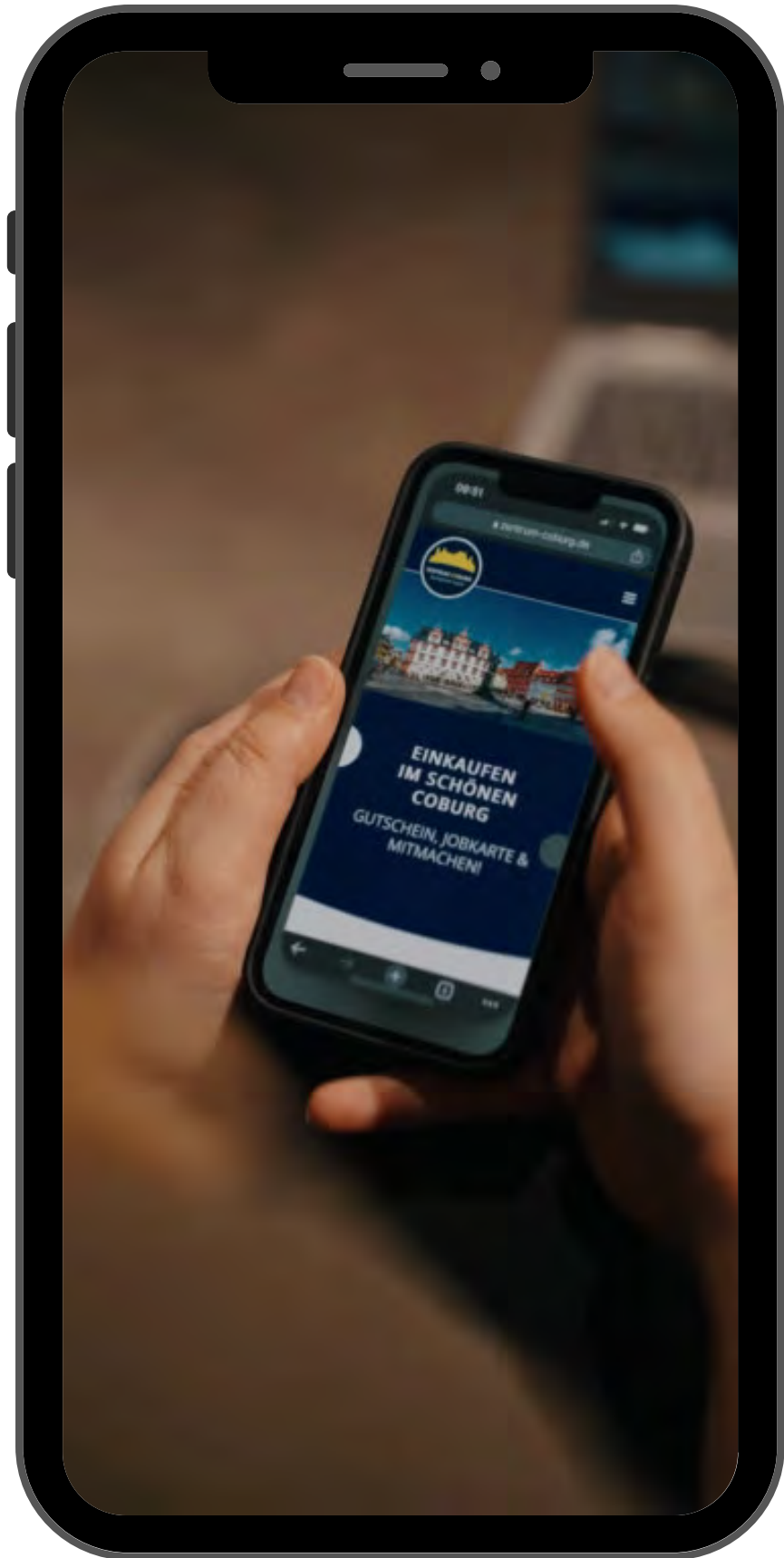
 GROSSE REICHWEITE

VIDEOS FIRST,
ABER WARUM?

 STORYTELLING

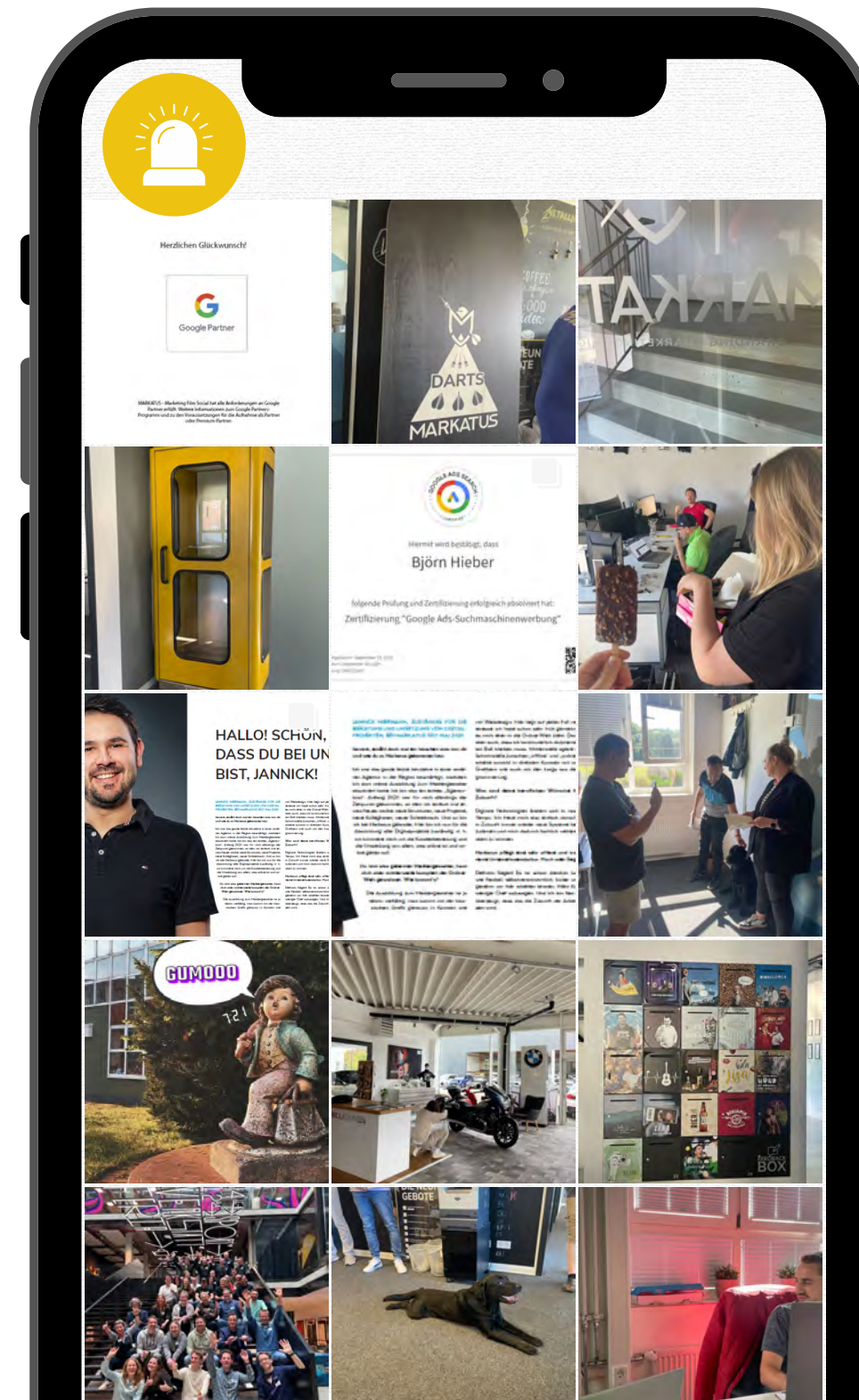
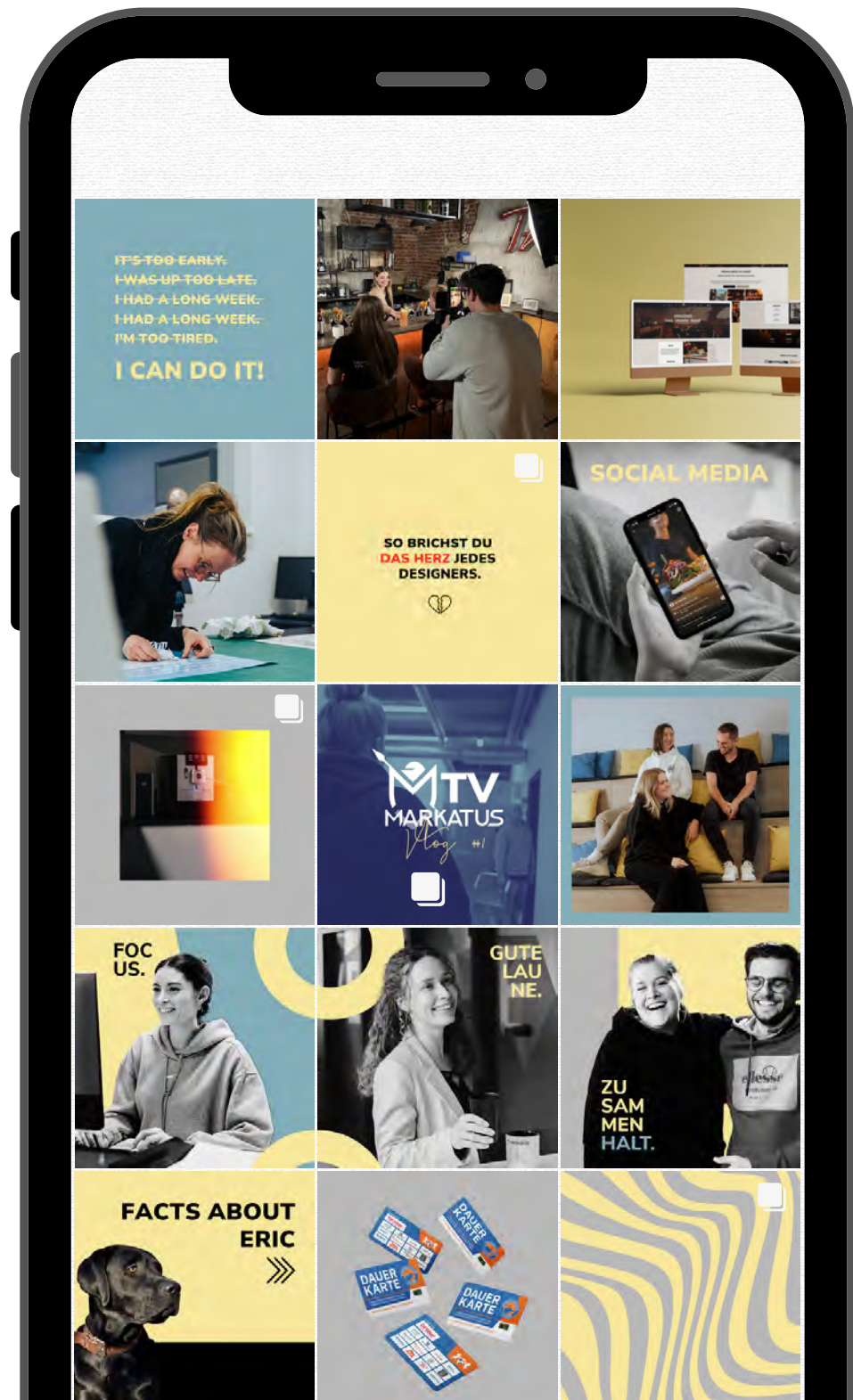
 MARKETINGINSTRUMENT
MIT DEM HÖCHSTEN ROI





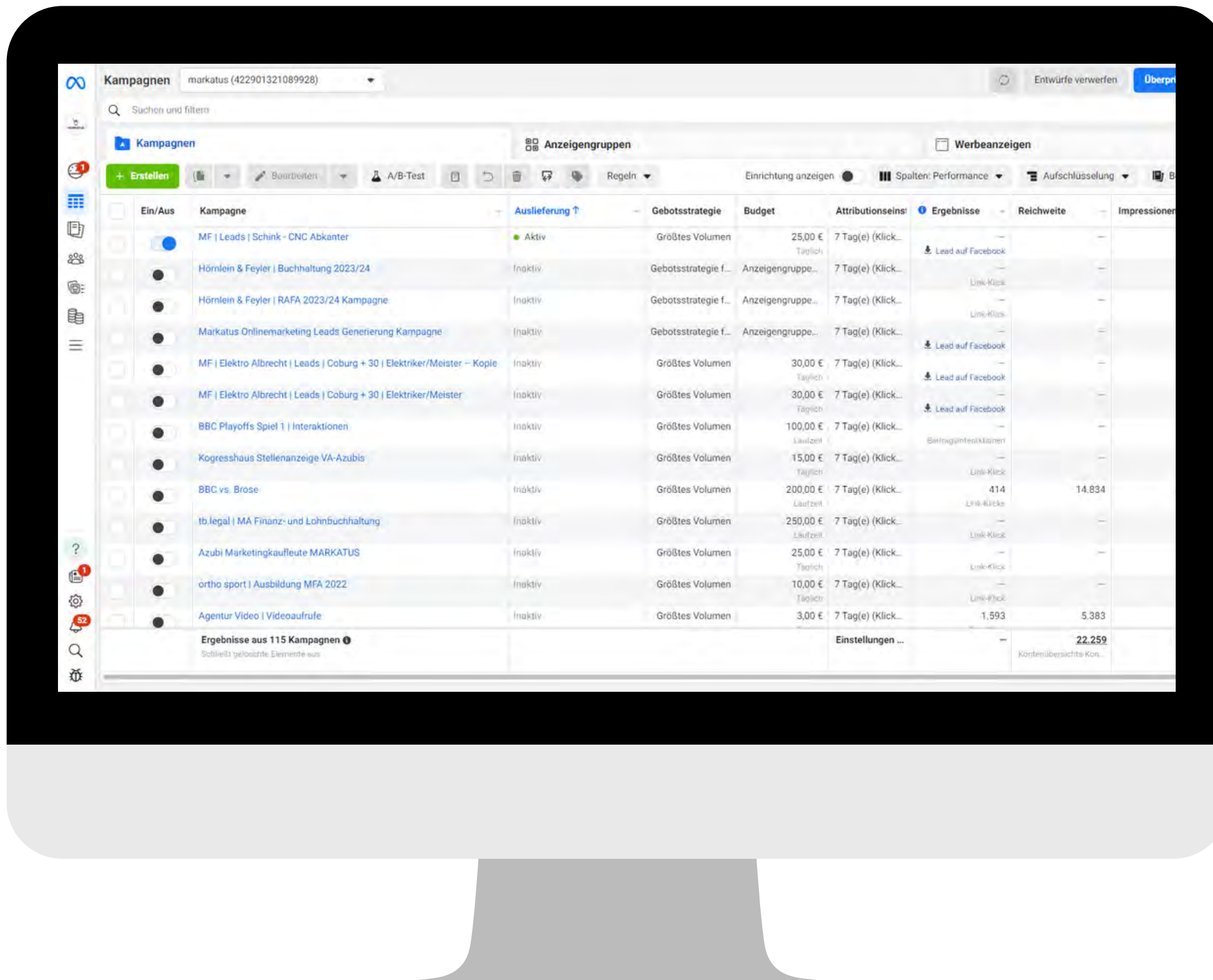
WICHTIG:

GUTER MIX AUS BILD UND VIDEO
AUTHENTIZITÄT & GUTE QUALITÄT



Social Ads
WERBEANZEIGENMANAGER





Ein/Aus	Kampagne	Auslieferung	Gebotsstrategie	Budget	Attributionseinst.	Ergebnisse	Reichweite	Impressionen
<input checked="" type="checkbox"/>	MF Leads Schink - CNC Abkanter	Aktiv	Größtes Volumen	25,00 € Täglich	7 Tag(e) (Klick...)	Lead auf Facebook		
<input type="checkbox"/>	Hörnlein & Feyler Buchhaltung 2023/24	Inaktiv	Gebotsstrategie f...	Anzeigengruppe...	7 Tag(e) (Klick...)	Link-Klick		
<input type="checkbox"/>	Hörnlein & Feyler RAFA 2023/24 Kampagne	Inaktiv	Gebotsstrategie f...	Anzeigengruppe...	7 Tag(e) (Klick...)	Link-Klick		
<input type="checkbox"/>	Markatus Onlinemarketing Leads Generierung Kampagne	Inaktiv	Gebotsstrategie f...	Anzeigengruppe...	7 Tag(e) (Klick...)	Lead auf Facebook		
<input type="checkbox"/>	MF Elektro Albrecht Leads Coburg + 30 Elektriker/Meister - Kopie	Inaktiv	Größtes Volumen	30,00 € Täglich	7 Tag(e) (Klick...)	Lead auf Facebook		
<input type="checkbox"/>	MF Elektro Albrecht Leads Coburg + 30 Elektriker/Meister	Inaktiv	Größtes Volumen	30,00 € Täglich	7 Tag(e) (Klick...)	Lead auf Facebook		
<input type="checkbox"/>	BBC Playoffs Spiel 1 Interaktionen	Inaktiv	Größtes Volumen	100,00 € Laufzeit	7 Tag(e) (Klick...)	Beraterinteraktionen		
<input type="checkbox"/>	Kongresshaus Stellenanzeige VA-Azubis	Inaktiv	Größtes Volumen	15,00 € Täglich	7 Tag(e) (Klick...)	Link-Klick		
<input type="checkbox"/>	BBC vs. Brose	Inaktiv	Größtes Volumen	200,00 € Laufzeit	7 Tag(e) (Klick...)	414 Link-Klicke	14.834	
<input type="checkbox"/>	tb.legal MA Finanz- und Lohnbuchhaltung	Inaktiv	Größtes Volumen	250,00 € Laufzeit	7 Tag(e) (Klick...)	Link-Klick		
<input type="checkbox"/>	Azubi Marketingkaufleute MARKATUS	Inaktiv	Größtes Volumen	25,00 € Täglich	7 Tag(e) (Klick...)	Link-Klick		
<input type="checkbox"/>	ortho sport Ausbildung MFA 2022	Inaktiv	Größtes Volumen	10,00 € Täglich	7 Tag(e) (Klick...)	Link-Klick		
<input type="checkbox"/>	Agentur Video Videoaufrufe	Inaktiv	Größtes Volumen	3,00 €	7 Tag(e) (Klick...)	1.593	5.383	
Ergebnisse aus 115 Kampagnen						Einstellungen ...		22.259
Schließt gelochte Elemente aus								Kontenübersichts-Kon...



*Vielen Dank für
eure Aufmerksamkeit*



Das Projekt **Marketing-Digithek des Digitalverbundes Oberfranken** ist Teil eines acht Digitalverbünde umfassenden Programms im Rahmen der Digitalisierungsstrategie des Bayerischen Volkshochschulverbandes bvv.

Unser Ziel ist schlicht Arbeitserleichterung für VHS-Mitarbeitende rund um die Themen Webseite, Social Media und Newsletter. Dazu stellen wir kontinuierlich Material zur Verfügung. Zudem fördern wir den Austausch zwischen den vielfältigen Volkshochschulen bzw. ihren Mitarbeitenden.

Ziel der VHS-Marketing-Digithek:

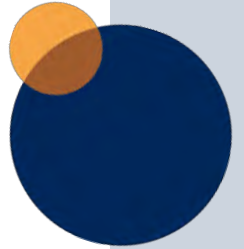
Übersichtliche und einfach zu handhabende Marketing-Digithek zu den **Schwerpunkten Website, Social Media und Newsletter löst mit wenigen Klicks digitale Fragestellungen** speziell für Volkshochschulen.

In dieser Marketing-Digithek zu finden: Arbeitsschritte, Anleitungen, Checklisten, Templates, Videoschulungen, Handouts für digitale Anfänger und Fortgeschrittene.

In kurzer Zeit baut eine VHS (unabhängig von ihrer Größe) **ihr digitales Marketing auf/aus**, weil sie Probierphasen überspringen kann.

Volkshochschulen beteiligen sich am Ausbau der Marketing-Digithek.

Marketing-Verantwortliche kommen in einen engeren Austausch.



Marketing-Digithek-Ergebnisse unter:

<https://cloud.vhs-bayern.de/s/ydPwKibxS8GAq72>

(bis 31. März 2024)

Social Media:

Aufbau der Präsenz

Facebook:

Unternehmensseite erstellen

Anzeigenschaltung mit Hinweisen zu Metapixel

Wie sollte der Datenschutz gestaltet sein

Alternativen zu Facebook, Twitter und Co.

Technisches und rechtliches Know-how

Bezahlte Werbung

Meta-Pixel

Instagram:

Drittanbieter-Analyse- und Planungstools

Hashtag-Analysertools

Analyse von Werbeanzeigen

Übersicht zu Analysetools

Zielgruppen-Analysertools

Formate

Content: Inspiration und Nutzwert

Account erstellen

Canva für Instagram, Puzzlefeed

Pinterest:

Account erstellen

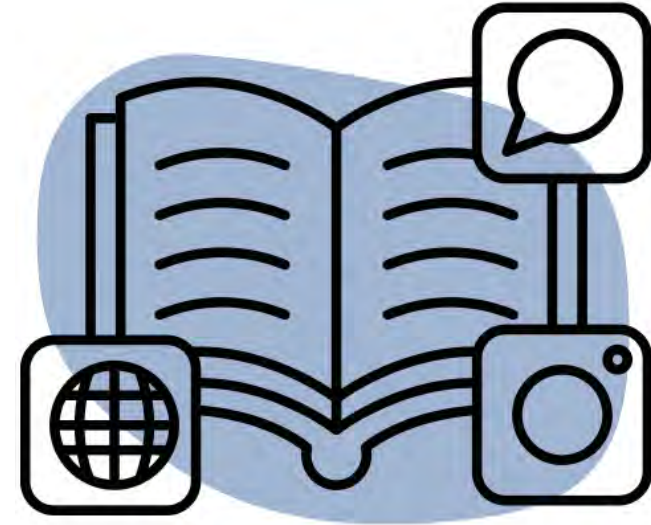
Lohnt es sich für Volkshochschulen

WhatsApp:

WhatsApp für Volkshochschulen

WhatsApp Channel DSGVO

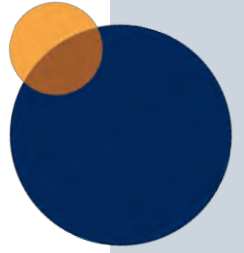
WhatsApp Channel Einrichtung



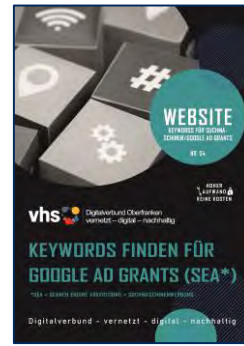
Ergebnisse in Kürze auf der Webseite des bvv:

<https://vhs-bayern.de/leistungen/servicestelle-digitalisierung/vhs-digitalverbuende-ueberblick/>

Auszüge aus der Marketing-Digithek:



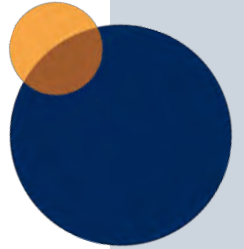
Auszüge aus der Marketing-Digithek:



Website-Analyse-Tools

DSGVO-konforme Tools und Google Analytics

	Google Analytics	matomo (früher: piwik)	e-tracker	hotjar
DSGVO-konform	😊	😊	😊	😊
Funktionsumfang	😊	😊	😊	😊
Benutzerfreundlichkeit/Einarbeitung	😊	😊	😊	😊
Einrichtung/Set up	😊	😊	😊	😊
Support	😊	😊	😊	😊
Preis	😊	😊	😊	😊



Auszüge aus der Marketing-Digithek:

WEBSITE
SOCIAL MEDIA + NEWSLETTER

vhs Digitalverbund Oberfranken
vernetzt – digital – nachhaltig

AUSWERTUNG UMFRAGE
BAYERISCHE VOLKSHOCHSCHULEN
ZUR VERWENDUNG VON
PROGRAMMEN UND SOFTWARE

Digitalverbund – vernetzt – digital – nachhaltig

**BILDER/
FILME**
WIEDER NUTZEN
KEINE KOSTEN

vhs Digitalverbund Oberfranken
vernetzt – digital – nachhaltig

**BILD-/FILMVERWENDUNG –
RECHTE, PFLICHTEN,
NACHWEISE, QUELLEN**

Digitalverbund – vernetzt – digital – nachhaltig

Übersicht über wichtige Rechte Rechte Creative Commons

Diese Arbeit ist eine Übersetzung von ["Creative Commons: Die Rechte der Nutzer"](#) von [Lutz Preuss](#) und [Lutz Preuss](#) und ist unter der [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](#) veröffentlicht.

Es geht um die Rechte und Pflichten der Nutzer von Creative Commons. Die Rechte und Pflichten der Nutzer sind in der [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](#) definiert.

Die Rechte der Nutzer sind:

- Recht auf Zitat
- Recht auf Weiterverbreitung
- Recht auf Weiterentwicklung
- Recht auf Weiterverteilung
- Recht auf Weiterverbreitung
- Recht auf Weiterentwicklung
- Recht auf Weiterverteilung

Die Pflichten der Nutzer sind:

- Recht auf Zitat
- Recht auf Weiterverbreitung
- Recht auf Weiterentwicklung
- Recht auf Weiterverteilung
- Recht auf Weiterverbreitung
- Recht auf Weiterentwicklung
- Recht auf Weiterverteilung

Die Rechte der Nutzer sind:

- Recht auf Zitat
- Recht auf Weiterverbreitung
- Recht auf Weiterentwicklung
- Recht auf Weiterverteilung
- Recht auf Weiterverbreitung
- Recht auf Weiterentwicklung
- Recht auf Weiterverteilung

Die Pflichten der Nutzer sind:

- Recht auf Zitat
- Recht auf Weiterverbreitung
- Recht auf Weiterentwicklung
- Recht auf Weiterverteilung
- Recht auf Weiterverbreitung
- Recht auf Weiterentwicklung
- Recht auf Weiterverteilung

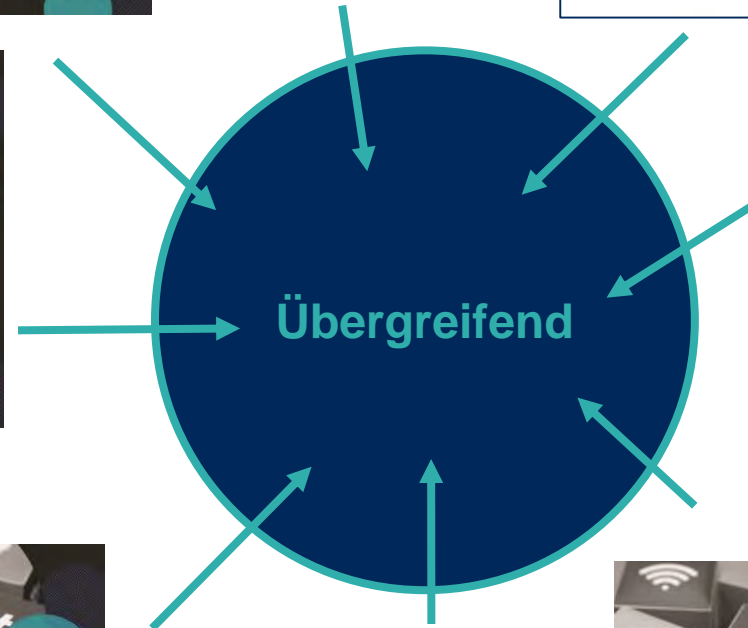
WEBSITE

vhs Digitalverbund Oberfranken
vernetzt – digital – nachhaltig

**MEHRERE BILDER GLEICH-
ZEITIG KOMPRIMIEREN**

MIT DEM BILDBEARBEITUNGSPROGRAMM IrfanView

Digitalverbund – vernetzt – digital – nachhaltig



ChatGPT
KÜNSTLICHE INTELLIGENZ
IM VEC-MARKETING

vhs Digitalverbund Oberfranken
vernetzt – digital – nachhaltig

**KÜNSTLICHE INTELLIGENZ
FÜR WEBSITE, SOCIAL
MEDIA UND NEWSLETTER**

Digitalverbund – vernetzt – digital – nachhaltig

WEBSITE

vhs Digitalverbund Oberfranken
vernetzt – digital – nachhaltig

**BILDBEARBEITUNGSPROGRAMM
INSTALLIEREN**

IRFANVIEW

Digitalverbund – vernetzt – digital – nachhaltig

SOCIAL MEDIA
Grafikprogramm Snappa

vhs Digitalverbund Oberfranken
vernetzt – digital – nachhaltig

GRAFIKPROGRAMM SNAPPA

ALTERNATIVE ZU CANVA,
VERGLEICH UND
KONTREBERSTELLUNG

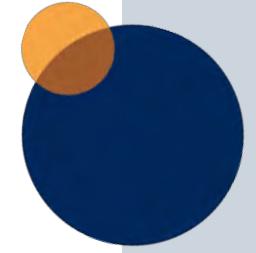
Digitalverbund – vernetzt – digital – nachhaltig

SOCIAL MEDIA
BILDFORMAT ANPASSEN +
NEZZE

vhs Digitalverbund Oberfranken
vernetzt – digital – nachhaltig

**BILDFORMAT SCHNELL
ANPASSEN FÜR VERSCHIEDENE
KANÄLE MIT SNAPPA**

Digitalverbund – vernetzt – digital – nachhaltig



Auszüge aus der Marketing-Digithek:

NEWSLETTER TIPPS #1 Probierer

- WIDERSPRECHEN SIE NICHT DENN BETRIEF:** Lassen Sie Ihre Kontakte kontaktieren, es wird Ihnen 1-2 mal Newsletter zu dem Thema "Probierer" verschickt. Wenn Sie keine Zeit haben, um diese Newsletter zu lesen, können Sie sie jederzeit löschen. Sie werden nicht mehr angeschrieben, wenn Sie dies tun.
- ERZEUGEN SIE DRINGLICHKEIT:** Geben Sie Ihren Kontakten einen Grund, warum sie Ihre Newsletter lesen sollten. Bieten Sie ihnen einen exklusiven Rabatt oder eine kostenlose Beratung an.
- NUTZEN SIE IMAGES ALS FARBLEITER:** Verwenden Sie Bilder, die Ihre Produkte oder Dienstleistungen zeigen. Dies hilft, Ihre Botschaft zu verdeutlichen und Ihre Kontakte zu überzeugen.
- NENNEN SIE ABO-NENNEN BEIM NAMEN:** Persönliche Grüße sind ein guter Weg, um Ihre Kontakte zu überzeugen. Verwenden Sie den Namen des Empfängers, um Ihre Newsletter zu personalisieren.

Mögliche Schritte zum Verteiler-Aufbau (Werbung für Newsletter)

- Zielgruppe und Markt/Produkt definieren und analysieren
- Anzeigensystem und Werbemaßnahmen definieren, die die Zielgruppe ansprechen
- Liste von Kontakten generieren (z.B. durch die Telefonbücher)
- Kontaktadressen überprüfen und korrigieren, wenn notwendig
- Liste in kleine Segmente unterteilen, um sie gezielter zu versenden
- Testeinstellungen durchführen und die Ergebnisse analysieren
- Erfolgskriterien festlegen und die Kampagne auswerten

NEWSLETTERSYSTEME

- MAILEON:**
 - sehr programmierflexibel und personalisierbar
 - Druck- und Web-Content
 - HTML- und JavaScript-Integration
 - Bearbeitung von Regeln, Filtern, Segmentierung
 - professioneller Support
- MAILZMANY:**
 - Preiswert, einfach zu bedienen
 - Integration von Social Media
 - Integration von CRM-Systemen
- RAPIDMAIL:**
 - sehr einfach zu bedienen
 - sehr schnelle E-Mail-Versand
 - sehr einfache Integration
 - sehr einfache Integration

Noch Fragen? Wir können wir Ihnen weiterhelfen?

Ihr Ansprechpartner bei rapidmail

Justin Scharf
Sales Manager
+49 781 55 77 95-63
justin.scharf@rapidmail.de

NEWSLETTER TIPPS #2 Versand

- DER VERSANDESPUNKT IST WICHTIG:** Die Uhrzeit, zu der Ihre Newsletter verschickt werden, ist ein wichtiger Faktor für den Erfolg. Testen Sie verschiedene Uhrzeiten, um herauszufinden, wann Ihre Kontakte am ehesten online sind.
- WANN IST DER BESTE MOMENT?** Die besten Zeiten sind die, zu denen Ihre Kontakte am ehesten online sind. Dies kann von der Branche und dem Zielmarkt abhängen.
- KENNEN SIE IHRE ZIELGRUPPE?** Versuchen Sie, Ihre Newsletter an diejenigen Kontakte zu versenden, die am ehesten Interesse an Ihrem Angebot haben.
- DURCH TRACKING DIE BESTE ZEIT FINDEN:** Verwenden Sie Tracking-Tools, um herauszufinden, wann Ihre Kontakte am ehesten online sind.



Newsletter-Tool Bewertung

	Mailson	MailZmany	Rapidmail
Usability	★★★★	★★★★	★★★★
Funktionsumfang	★★★★	★★★★	★★★★
Support	★★★★	★★★★	★★★★
Preis	★★★★	★★★★	★★★★

Newsletter für Einsteiger #2 Darstellung

Ein Beispiel für eine Newsletter-Darstellung für Einsteiger.

MAILEON Angebot

Ein Beispiel für ein MAILEON-Angebot.

ANGEBOT

Ein Beispiel für ein Angebot.

Newsletter auswerten für Einsteiger

Ein Beispiel für einen Newsletter-Auswertungsbericht.

Die DSGVO-Checkliste für Ihren Newsletter

- Software
- Anzeigensystem
- Datenschutzerklärung
- Newsletter-Abmeldung

VW Coburg Start und Land - Schwerpunkt Newsletter

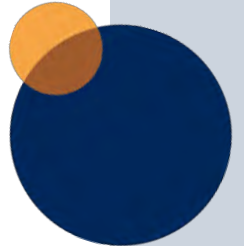
Ein Beispiel für einen Newsletter-Auswertungsbericht.

Konferenz Marketing und Kommunikation

20. September 2023

Programm

Uhrzeit	Thema/Sprecher	Referenten
18:30 - 19:00 Uhr	Eröffnung und Begrüßung	Carsten Thiele, Marketing
19:05 - 19:15 Uhr	Die Macht eines Businessplan als Newsletter aus	Matthias Hagenauer
19:20 - 19:30 Uhr	Best practice für den Newsletter	Matthias Hagenauer
19:35 - 19:45 Uhr	Best practice für den Newsletter	Matthias Hagenauer
19:50 - 19:55 Uhr	Best practice für den Newsletter	Matthias Hagenauer
19:55 - 20:05 Uhr	Die Newsletter-Produktion und -verteilung	Christoph Busch
20:10 - 20:15 Uhr	Witzige Fragen	Christoph Busch
20:20 - 20:30 Uhr	Spezielle, komplexe Integrationen	Christoph Busch
20:35 - 20:45 Uhr	Newsletter-Tools für die Design- und Marketing-Profession	Matthias Hagenauer
20:50 - 20:55 Uhr	Warten - Sagen Sie!	Matthias Hagenauer
21:00 - 21:05 Uhr	Die Newsletter-Produktion	Christoph Busch
21:10 - 21:15 Uhr	Best practice für den Newsletter	Matthias Hagenauer
21:20 - 21:25 Uhr	Die Newsletter-Produktion	Christoph Busch
21:30 - 21:35 Uhr	Die Newsletter-Produktion	Christoph Busch
21:40 - 21:45 Uhr	Die Newsletter-Produktion	Christoph Busch
21:50 - 21:55 Uhr	Die Newsletter-Produktion	Christoph Busch
22:00 - 22:05 Uhr	Die Newsletter-Produktion	Christoph Busch



Kontaktieren Sie uns:



Claudia Degenkolb

Marketing, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
an der vhs Hofer Land, Projektmanagerin im
„vhs-Digitalverbund Oberfranken:
Marketing-Digithek“

Tel.: 09281 7145-14
c.degenkolb@vhshoferland.de



Veronika Wagner

Marketing, Kommunikationsdesign und
Öffentlichkeitsarbeit an der vhs Fichtelgebirge,
Verbundpartnerin im „vhs-Digitalverbund
Oberfranken: Marketing-Digithek“

Tel.: 09287 80051-34
v.wagner@vhs-fichtelgebirge.de



Benedikt Dellert

Marketing, Presse und Öffentlichkeitsarbeit an der
vhs Coburg Stadt und Land, Verbundpartner im
„vhs-Digitalverbund Oberfranken: Marketing-
Digithek“

Tel.: 09561 8825-56
benedikt.dellert@vhs-coburg.de

marketing-digithek@vhs-bayern.de

**Eine Veranstaltung des Digitalverbunds Oberfranken:
Marketing-Digithek**



Feedback-Link – wir freuen uns auf Rückmeldung

- https://app.edkimo.com/feedback/obverit?utm_source=pwa&utm_medium=fbc-copy

