

SOCIAL MEDIA GUIDE

damit kann es jeder!



INHALT

- Die 9 Social Gebote
- Social-Media-Strategie
- Bildformate
- Hashtags auf Social Media
- Posting Tool: Meta
- Linktree: Zielseite für Links
- Kanäle vom Kirchenkreis
- Canva: Design Tool
- Canva Codes: Elemente / Schriftarten
- Canva Shortcuts
- CapCut: Video Schnitt
- Corporate Design
- NEU** • KI Tools
- Links
- Anhang: Einverständniserklärung
- Social Glossar

Die 9 Social Gebote

Achten Sie auf sich

Übernehmen Sie sich nicht. Sie müssen nicht immer alles machen. Agieren Sie - wenn möglich - als Team. Gehen Sie mit Bedacht vor. Lesen Sie zweimal durch, was Sie veröffentlichen möchten.

Achten Sie auf andere

Hören Sie zu und behandeln Sie andere Menschen im Netz freundlich und mit Respekt. Reagieren Sie auf Kritik sachlich und freundlich. Biedern Sie sich nicht an. Gehen Sie verantwortlich mit den Informationen um, die Sie erhalten.

Sprechen Sie für sich

Machen Sie deutlich, in welcher Funktion Sie sprechen. Kennzeichnen Sie persönliche Meinungsäußerungen. Erwecken Sie nicht den Anschein, offizielle Verlautbarungen wiederzugeben, wenn es sich um persönliche Meinungen handelt.

Seien Sie ehrlich

Verstellen Sie sich nicht. Informationen sind im Internet überprüfbar. Falsche Aussagen und Halbwahrheiten oder gar Unwahrheiten schaden der Glaubwürdigkeit.

Halten Sie sich an geltendes Recht

Veröffentlichen Sie Texte, Fotos und Videos nur dann, wenn Sie dazu berechtigt sind. Unwissenheit schützt nicht vor Strafe! Veröffentlichen Sie keine beleidigenden, rechtswidrigen und verleumderischen Inhalte. Verlagern Sie seelsorgliche Kommunikation in datenschutzrechtlich unbedenkliche Bereiche.

Internes bleibt intern

Veröffentlichen Sie keine sensiblen Daten und keine internen Informationen.

Keine Informationsbarrieren - schließen Sie niemanden aus

Wichtige Informationen müssen allen frei zugänglich sein! Sie gehören auch im eigenen Interesse auf Ihre Website, wo sie jederzeit abrufbar sind. Veröffentlichen Sie also nichts Wesentliches exklusiv in geschlossenen Netzwerken wie facebook, für die man sich extra anmelden muss.

Bringen Sie die Kirche zur Sprache

Seien Sie Botschafter der Kirche und sprechen Sie über kirchliche Themen. Bringen Sie Ihr Fachwissen ein. Verbreiten Sie kirchliche Inhalte, indem Sie sie kommentieren, "Gefällt mir" klicken und teilen.

Gehen Sie mit Freude an die Sache!

Machen Sie nichts, was Ihnen grundsätzlich unangenehm ist, aber bleiben Sie offen für Neues. Probieren Sie auch mal was aus. Nutzen Sie Ihre Gaben. Seien Sie authentisch.

Die Kernfragen einer Social-Media-Strategie

- Was möchte ich mit Social Media erreichen?
- Wen möchte ich mit meinen Inhalten ansprechen?
- Auf welchen Plattformen über welche Inhalte möchte ich kommunizieren?
- Wie läuft der Content-Produktionsprozess ab?

Die Fragen stehen für die folgenden vier Grundsäulen, die eine Social-Media-Strategie tragen, wie es die nachfolgende Grafik veranschaulicht:

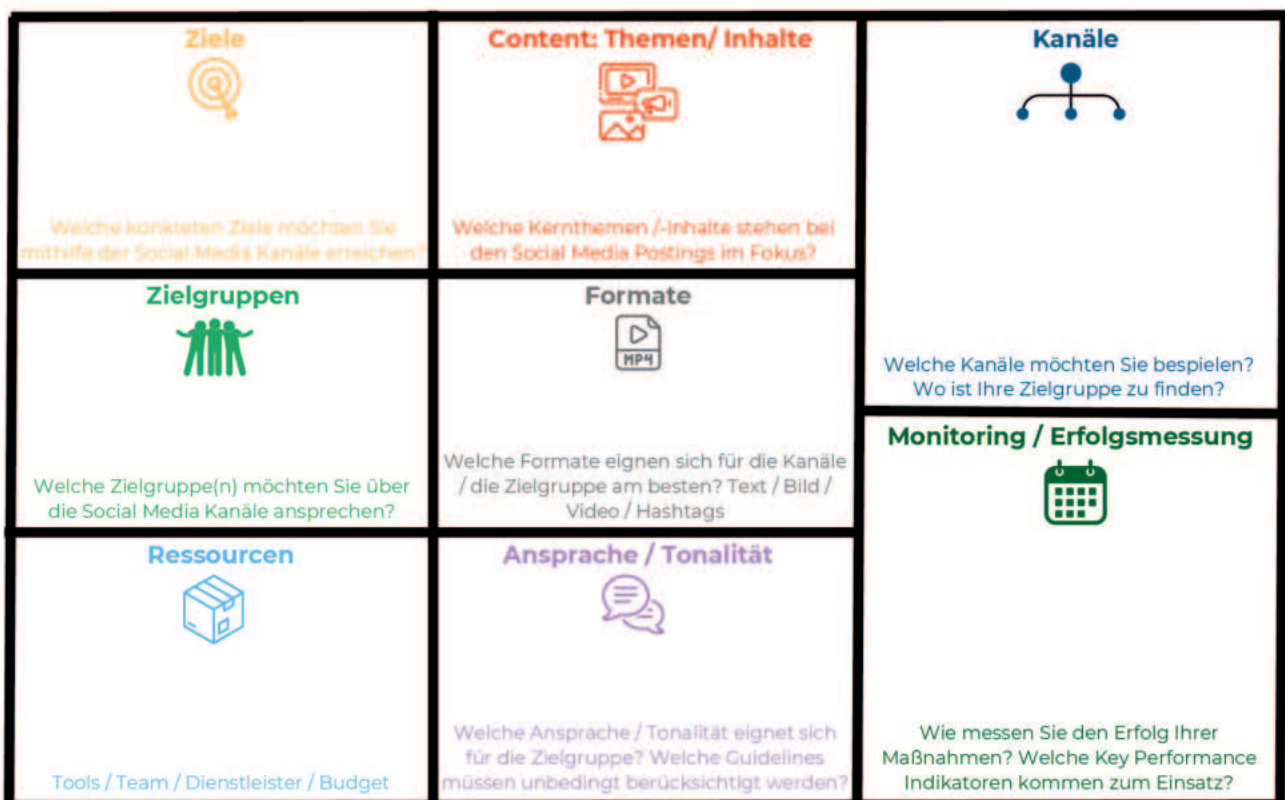
Bedenke bei der Entwicklung deiner Social-Media-Strategie folgende Punkte:

- Wer ist wofür verantwortlich?
- Welche Kompetenzen sind intern vorhanden?
- Welche Richtlinien für die Content-Produktion braucht es?
- Welche Tools können helfen?
- Wie findet Controlling und Optimierung statt?



Quelle: www.crowdmedia.de/4-saeulen-einer-social-media-strategie/

Social Media Strategie Canvas



Quelle: www.marketinginstitut.biz/blog/wp-content/uploads/2021/09/Social-Media-Strategie-Canvas-3.png

Instagram

Fotobeiträge:

Du wirst feststellen, dass die meisten Bilder in deinem News-Feed als Quadrat erscheinen. Es gibt aber noch zwei weitere Möglichkeiten, ein Foto zu posten: Neben dem klassischen Quadrat kannst du deine Bilder im Querformat (Landscape) oder im Hochformat (Portrait) posten:

- Quadrat (Standard): 1:1, **1200 x 1200 px**
- Landscape / Querformat: 16:9, **1200 x 608 px**
- Portrait / Hochformat: 4:5, **1200 x 1350 px**

Wichtig! Der Beitrag wird im Profil-Feed trotzdem nur als Quadrat angezeigt, deswegen achte hierbei darauf, dass wichtige Elemente mittig platziert sind.



Instagram Story:

Grundsätzlich kannst du alles in den Instagram Stories posten, da du das ausgewählte Bild oder Video vergrößern und verkleinern kannst. Jedoch ist es von Vorteil, wenn du in den Stories den gesamten Bildschirm einnimmst.

- Fullscreen: 9:16; **1080 x 1920 px**

Wichtig! Platziere im oberen und unteren Rand deiner Instagram Story keine wichtigen Elemente, da dort später dein Name, dein Profilbild sowie die Funktionen zum Schreiben, Liken und Teilen eingeblendet werden.



Instagram Story
1080 x 1920 px

Videobeiträge:

Ähnlich wie Instagram Bilder hast du für Instagram Video drei Optionen.

- Standard/Querformat: 16:9, **1920 x 1080 px**
- Quadrat: 1:1, **1080 x 1080 px**
- Portrait/Hochformat: 4:5, **1080 x 1350 px**

Wichtig! Erstelle das Vorschaubild für Videos in 1200 x 1200 px

Reels:

Grundsätzlich werden Instagram Reels im Full-Screen-Format abgespielt und sollten deshalb in 1080 x 1920 px erstellt werden. Behalte jedoch im Hinterkopf, dass dein Reels-Video im News-Feed nur im Portrait angezeigt und der obere sowie untere Rand abgeschnitten werden. Deshalb solltest du darauf achten, dass alle wichtigen Elemente des Videos in der Mitte platziert sind.

- Video (Full-Screen): 9:16, **1080 x 1920 px**
- Video im News-Feed (Portrait): 4:5, **1200 x 1350 px**

Vorschau:

- Profil-Feed: 1:1, **1200 x 1200 px**
- Reels-Feed: 9:16, **1080 x 1920 px**

Wichtig! Beim Vorschaubild deiner Reels solltest du beachten, dass es im Profil-Feed als Quadrat und im Reels-Feed als Full-Screen angezeigt wird.



Profilfoto und Highlight-Cover:

Sowohl dein Profilbild als auch die Highlightcover werden von Instagram automatisch rund zugeschnitten. Deshalb eignen sich dafür am besten quadratische Fotos.

- Quadrat: 1:1, **1200 x 1200 px**

Wichtig! Am besten das Hauptmotiv in der Mitte zentrieren, weil es ja rund ausgeschnitten wird.



Profilbild & Highlightcover



Weitere Infos



Kann ich bereits veröffentlichte Bilder oder Videos im Nachhinein bearbeiten oder austauschen?

Nein. Du kannst bereits hochgeladene Instagram-Bilder und Videos im Nachhinein nicht mehr bearbeiten oder austauschen. Solltest du beispielsweise versehentlich die falsche Version des bearbeiteten Bildes ausgewählt haben, hast du nur eine Möglichkeit: Das Foto löschen und ein neues veröffentlichen.

Folgende Optionen hast du aber noch nach der Veröffentlichung des Posts: Text nachbearbeiten, Personen markieren oder einen Ortslabel hinzufügen.



Welches Dateiformat müssen Instagram Videos haben?

Das Video muss im MP4-Format sein und sollte eine Bildrate von mindestens 30 FPS sowie eine Auflösung von 720 px haben.



Wie kann ich das Bildformat bei Instagram ändern?

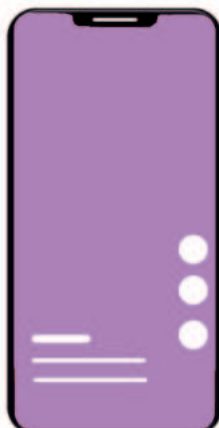
Wenn du bei deinem nächsten Post das Bildformat ändern möchtest, gehst du folgendermaßen vor:

1. Tippe oben auf das Plus-Symbol, um einen neuen Beitrag zu erstellen.
2. Wähle das gewünschte Bild oder Video aus.
3. Tippe in der Vorschau unten links auf das Vergrößern-Symbol (Pfeil nach unten links und oben rechts).
4. Nun kannst du zwischen Quadrat und Hoch- oder Querformat wechseln.



TikTok

Das perfekte TikTok-Video ist im Seitenverhältnis 9:16, also einem Hochformat. Die empfohlene Auflösung liegt bei 1080 x 1920 Pixel. Bestenfalls filmst du deinen Clip bereits im Hochformat mit deinem Smartphone.



Facebook

Empfehlung für Postings:

Ein Posting erstellen mit mind. vier Bilder, dann erstellt Facebook automatisch eine Art "Collage" und die Art von Posting laufen bei Facebook am besten. Der Text darf auch länger ausfallen.

Wichtig! Das erste Bild sollte ein hochkant oder Querformat sein (1080 x 1920 px) die anderen Bilder sollten dann quadratisch sein (1200x1200 px)



Profilbild 800 x 800 px

- Mindestgröße: 320 x 320 px
- **Empfohlene Größe: 800 x 800 px**
- Angezeigte Größe: 180 x 180 px

UNSER TIPP: Dieses Bild repräsentiert Dein Unternehmen auf Facebook. Wähle es bewusst und ansprechend aus.

Eine Miniatur des Bildes in der Größe 40 x 40 px wird angezeigt, wenn Du etwas postest oder kommentierst und wenn nach Dir mit Facebook OpenGraph gesucht wird.

Geteiltes Bild (16:9) 1200 x 630 px

- Mindestbreite: 500 px
- Mindesthöhe: variabel
- **Empfohlene Breite: 1200 px**
- **Variable Höhe: ca. 630 px**
- Angezeigte Größe im Feed: 500 px x variable Höhe
- Maximale Höhe: 750 px

UNSER TIPP: Facebook skaliert das Bild anhand der angezeigten Breite. Verwende ein harmonisches Bildformat, idealerweise im goldenen Schnitt (Verhältnis 5:8).

Geteiltes Bild (4:5) 1200 x 1500 px

- **Empfohlene Breite: 1200 px**
- **Empfohlene Höhe: 1500 px**
- Angezeigte Größe im Feed: 500 px x variable Höhe
- Maximale Höhe: 750 px

Geteiltes Video 1200 x 677 px

- Mindestbreite: 500 px
- Mindesthöhe: variabel
- **Empfohlene Breite: 1200 px**
- **Variable Höhe: ca. 677 px**
- Seitenverhältnis: 16:9 oder 1:1
- Angezeigte Größe: 500 px 282 px (16:9)
500 x 500 px (1:1)

- Dateiformat: .mp4 oder .mov

UNSER TIPP: Facebook erlaubt Videos bis zu einer Länge von 120 Minuten und einer Dateigröße von 4GB. Videos sind eine ideale Möglichkeit, Deiner Zielgruppe von Deinem Unternehmen, Deinen Dienstleistungen oder Produkten zu erzählen.

Titelbild 820 x 312 px

- Mindestgröße: 399 x 150 px
- **Empfohlene Größe: 820 x 312 px**
- Angezeigte Größe: 820 x 312 px
- Angezeigte Größe auf Mobiles: 640 x 360px

- Dateiformat:
 - .jpg für Fotos
 - .png für Bilder mit Text und/oder Logo
- Max. Dateigröße 100 KB

UNSER TIPP: Verwende hier ein für Dein Unternehmen, Deine Dienstleistung oder Dein Produkt repräsentatives Foto, das Deine Zielgruppe anspricht.



Our Story
(rechte Seitenleiste)

Our Story 1200 x 675 px

- Mindestgröße: 308 x 169 px
- **Empfohlene Größe: 1200 x 675px**
- Angezeigte Größe: 308 x 169 px

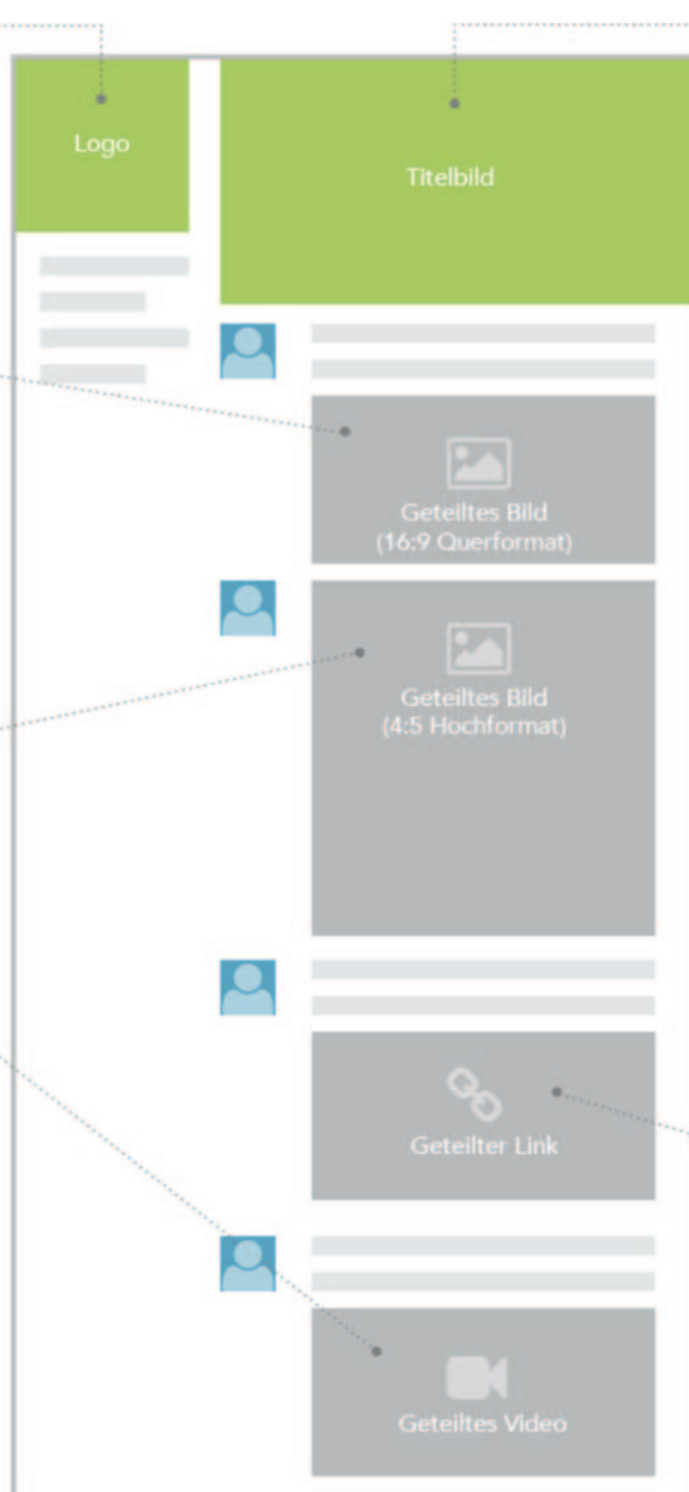
- Dateiformat:
 - .jpg für Fotos
 - .png für Bilder mit Text und/oder Logo

UNSER TIPP: Verwende hier ein für Dein Unternehmen repräsentatives Foto. Achtung, die Ränder können auf mobilen Geräten – wie bei allen Bildern in Facebook – abgeschnitten werden. Platziere daher wichtige Bildinhalte in Richtung Bildmitte.

Geteilter Link 1200 x 627 px

- Mindestgröße: 500 x 261 px
- **Empfohlene Größe: 1200 x 627 px**
- Angezeigte Größe: 500 x 261 px

UNSER TIPP: Facebook erstellt den Bildausschnitt für abweichende Formate automatisch. Wenn Du feststellst, dass das Bild eine geringe Qualität hat oder einfach nicht gut aussieht, so kannst Du den Link auch ohne Bild teilen.



Standard

Allgemeiner # #evkrevie

Wichtig! Das ist unser allgemeiner Kirchenkreis Krefeld-Viersen #
also bitte immer verwenden

Relevante

Thema: Kirche

#evangelisch
#evangelischekirche
#kirche
#church
#gott
#glauben
#digitalekirche
#christentum

Thema: Ort

#evangelischinXY
#evXY



Hashtags auf Social Media

Instagram

1. **Relevanz:** Verwenden Sie Hashtags, die mit Ihrem Inhalt und Ihrer Zielgruppe in Verbindung stehen. Wählen Sie Hashtags, die Ihr Thema, Ihre Nische oder Ihr Interessensgebiet repräsentieren.
2. **Beliebtheit:** Nutzen Sie sowohl allgemeine, beliebte Hashtags als auch spezifischere Hashtags. Die Verwendung beliebter Hashtags kann Ihnen helfen, eine größere Reichweite zu erzielen, während spezifischere Hashtags Ihre Zielgruppe besser ansprechen können.
3. **Hashtag-Limit:** Instagram erlaubt die Verwendung von bis zu 30 Hashtags pro Beitrag. Es ist jedoch nicht notwendig, das Limit immer auszuschöpfen. Finden Sie die richtige Anzahl von Hashtags, die zu Ihrem Inhalt passt und nicht überladen wirkt. Einige Studien zeigen, dass etwa 9-11 Hashtags pro Beitrag eine gute Balance bieten können.

TikTok

1. **Trending Hashtags:** Nutzen Sie die viralen Trends und Challenges auf TikTok, indem Sie relevante Trending Hashtags verwenden. Dies kann Ihre Beiträge sichtbarer machen und die Teilnahme an der Community fördern.
2. **Beliebte Hashtags:** Verwenden Sie allgemeine, beliebte Hashtags, um eine größere Reichweite zu erzielen. Diese Hashtags haben normalerweise ein hohes Volumen an Beiträgen und können dazu beitragen, dass Ihre Inhalte von mehr Nutzern entdeckt werden.
3. **Spezifische Hashtags:** Verwenden Sie spezifische Hashtags, die zu Ihrem Inhalt und Ihrer Zielgruppe passen. Diese Hashtags können Ihnen helfen, eine engagierte und relevante Zielgruppe anzusprechen und Ihre Beiträge vor den richtigen Nutzern zu platzieren.

4. **Beobachten Sie die Hashtag-Charts:** TikTok bietet eine Funktion, mit der Sie die aktuellen beliebten Hashtags in Ihrer Region anzeigen können. Nutzen Sie diese Informationen, um relevante Hashtags zu finden und Ihre Beiträge daran auszurichten.

5. **Mäßige Verwendung:** Übertreiben Sie es nicht mit der Anzahl der Hashtags. Verwenden Sie eine angemessene Anzahl, um Ihre Beiträge nicht überladen wirken zu lassen. Einige Studien deuten darauf hin, dass etwa 4-6 Hashtags pro Beitrag ausreichend sein können.

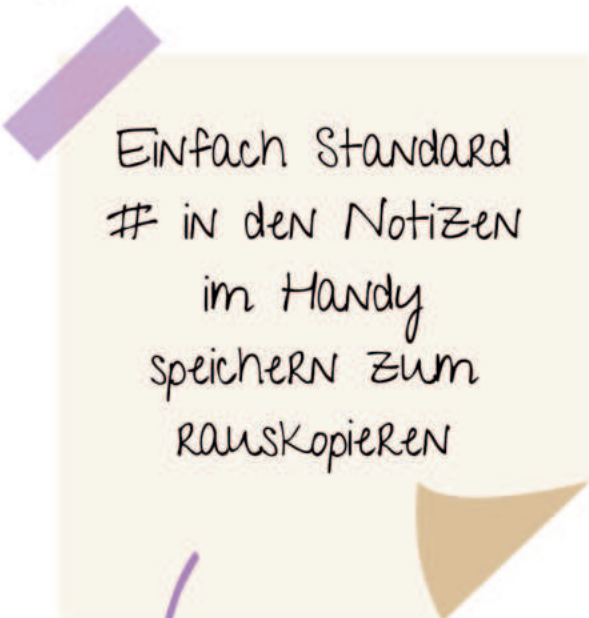
Es ist wichtig zu beachten, dass TikTok eine schnelllebige Plattform ist, und Trends und Hashtags sich häufig ändern können. Bleiben Sie daher auf dem Laufenden, indem Sie die aktuellen Hashtags und Trends in Ihrer Nische verfolgen.

Allgemein

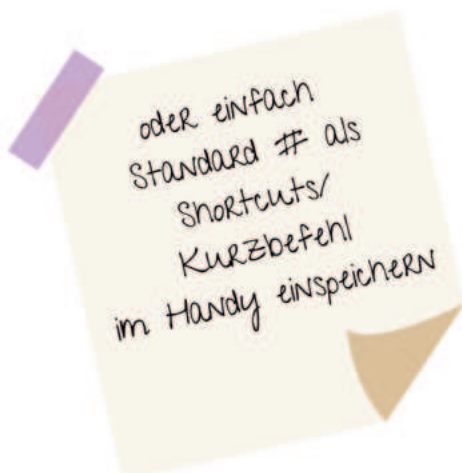
Unabhängig von der Plattform sollten Sie auch immer darauf achten, dass die verwendeten Hashtags relevant, aktuell und nicht irreführend sind. Es ist wichtig, dass die Hashtags Ihren Inhalt und Ihre Zielgruppe widerspiegeln, um eine bessere Interaktion und Sichtbarkeit zu erzielen.

Es ist auch wichtig zu beachten, dass das bloße Hinzufügen von vielen Hashtags nicht automatisch zu einer besseren Reichweite führt. Ihre Beiträge sollten qualitativ hochwertigen Inhalt bieten und eine ansprechende Bildunterschrift haben, um das Interesse und die Interaktion der Nutzer zu wecken.

#-Tipp



Einfach Standard
in den Notizen
im Handy
speichern zum
rauskopieren



oder einfach
Standard # als
Shortcuts/
Kurzbehl
im Handy einspeichern



Posting Texte

Am besten einfach in der Notizen App vom Handy schreiben und rauskopieren.

WICHTIG! Absätze machen!!

Posting Tool

Meta Business Suite

Dieses Tool ermöglicht es, Ihre **Facebook-Seiten** und **Instagram-Profil** an einem Ort zu verwalten. Sie können Beiträge erstellen, Zeitpläne festlegen und die Interaktion mit Ihren Followern überwachen.

Meta Business Suite

Dafür muss die Facebook-Seite mit dem Instagram-Profil verbunden werden.

Funktionen:

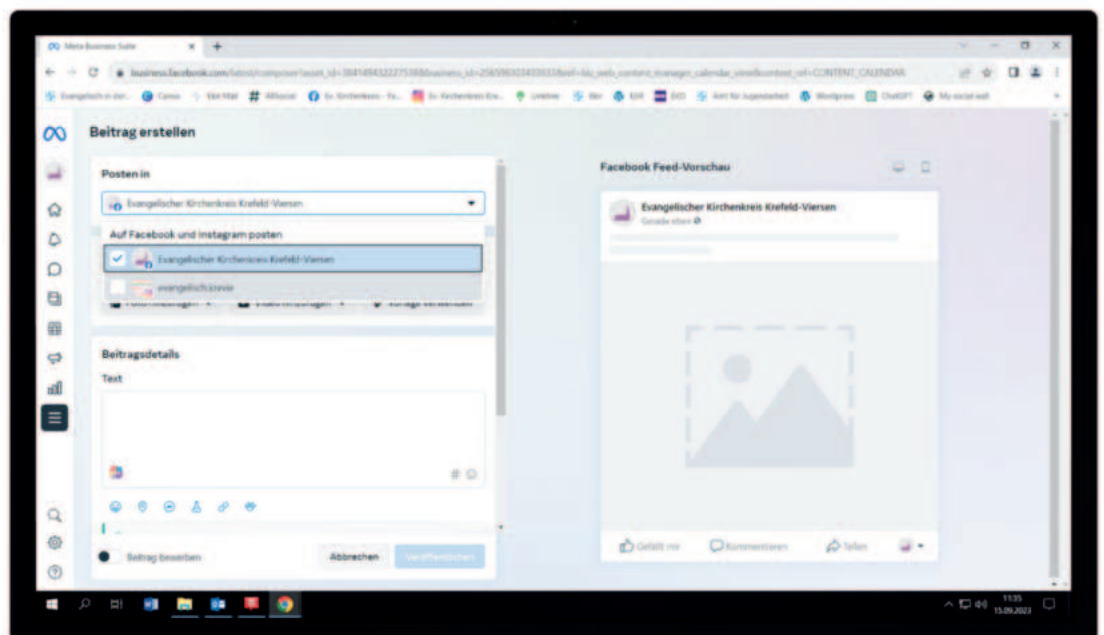
- Echtzeit-Analytik
- Messenger-Dienst
- Verwaltung und Organisation von Beiträgen



Anwenden Sie dies entweder im Webbrowser oder in der App "Business Suite" auf dem Smartphone.

Beiträge einplanen:

Für Facebook,
Instagram oder beide
Plattformen
gleichzeitig



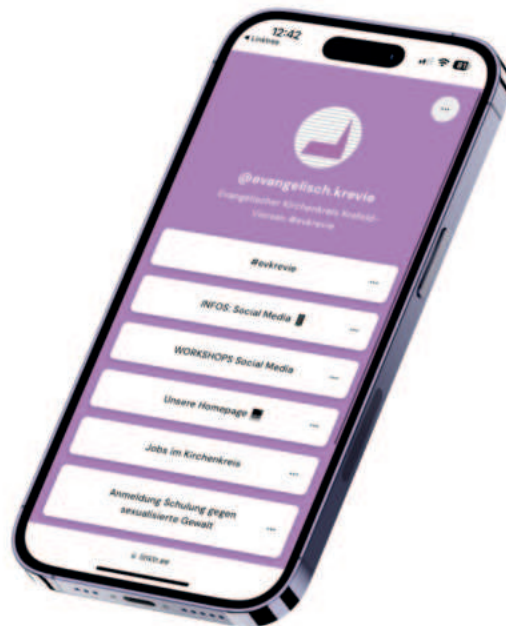


Linktree ist ein Online-Tool, das es Nutzern ermöglicht, eine personalisierte Landingpage mit einer Sammlung von Links zu erstellen. Diese Seite kann in den sozialen Medien, insbesondere auf Plattformen wie Instagram, als einziger Link in der Bio verwendet werden. Durch Linktree können Nutzer verschiedene Links zu ihren Websites, sozialen Profilen, Blogposts oder Produkten an einem zentralen Ort bündeln, um ihre Online-Präsenz effektiver zu verwalten und ihren Followern leichter Zugang zu relevanten Inhalten zu bieten. Es ist besonders nützlich für Personen, die mehrere Links in ihren sozialen Profilen teilen möchten, ohne Platz und Übersichtlichkeit einzuschränken.

Linktree Modelle:

- **FREE - kostenlose Basisversion**
- **STARTER - monatlich 4€**
- **PRO - monatlich 8€**
- **PREMIUM - monatlich 22€**

! Die kostenlose Basisversion reicht jedoch völlig aus!



Linktree*

Anwendbar auf...

- dem Handy als App
- dem PC

Facebook	Instagram		TikTok
Evangelischer Kirchenkreis Krefeld-Viersen 	evangelisch.krevie 	evangelisch.digital 	evangelisch.krevie 

Du findest uns auch auf **YouTube**: @Evangelischer Kirchenkreis Krefeld-Viersen

Canva

Inhalte erstellen

Canva

Canva ist eine Grafikdesign-Plattform für die Erstellung von visuellen Inhalten. Die Software funktioniert nach dem Drag-and-Drop-Prinzip und beinhaltet bereits Vorlagen, Bilder, Schriftarten und Grafikelemente, die von den Nutzern verwendet werden können.

Hier ist eine kurze Erklärung, wie man mit Canva ein Design erstellen kann:

1. Öffne die Canva-Website oder lade die Canva-App auf deinem Gerät herunter.
2. Melde dich an oder erstelle ein kostenloses Konto, falls du noch keins hast.
3. Wähle das gewünschte Format für dein Design. Canva bietet eine Vielzahl von Vorlagen an, darunter Social-Media-Posts, Poster, Flyer, Präsentationen und vieles mehr. Du kannst auch ein benutzerdefiniertes Format wählen.
4. Wenn du eine Vorlage ausgewählt hast, kannst du sie nach Belieben anpassen. Ändere den Hintergrund, füge Text hinzu, lade eigene Bilder hoch oder wähle aus der umfangreichen Sammlung von Canva-Bildern.
5. Nutze die verschiedenen Tools in Canva, um dein Design zu verbessern. Du kannst Schriftarten, Farben und Effekte anpassen, Formen und Symbole einfügen und Filter auf deine Bilder anwenden.
6. Experimentiere mit verschiedenen Layouts und Arrangements, um das gewünschte Aussehen und die gewünschte Ästhetik zu erzielen. Canva bietet viele Möglichkeiten zur Individualisierung, um dein Design einzigartig zu machen.
7. Speichere dein Design, wenn du zufrieden bist, und lade es herunter. Canva bietet verschiedene Dateiformate zur Auswahl, je nachdem, wie du dein Design verwenden möchtest.

Mit Canva kannst du schnell und einfach beeindruckende Designs erstellen, selbst wenn du keine Design-Vorkenntnisse hast. Es bietet eine benutzerfreundliche Oberfläche und eine Vielzahl von Tools und Vorlagen, um deine Kreativität zum Ausdruck zu bringen.

Viel Spaß beim Erstellen deiner eigenen Designs mit Canva!

Preismodelle

Canva bietet verschiedene Preismodelle an, die den unterschiedlichen Bedürfnissen und Anforderungen der Nutzer gerecht werden.

Hier sind die Hauptkostenmodelle von Canva:

1. **Canva Free:** Dieses Modell ist kostenlos und bietet grundlegende Funktionen und Vorlagen. Mit Canva Free können Sie Designs erstellen, Bilder und Texte hinzufügen, Vorlagen verwenden und Ihre Designs herunterladen. Es stehen jedoch einige erweiterte Funktionen und Inhalte nur den zahlenden Abonnenten zur Verfügung.
2. **Canva Pro** : Canva Pro ist das kostenpflichtige Abonnementmodell von Canva. Es bietet erweiterte Funktionen und Inhalte, die über das kostenlose Modell hinausgehen. Mit Canva Pro haben Sie Zugriff auf zusätzliche Vorlagen, Premium-Bilder und Elemente, erweiterte Bearbeitungsoptionen, Team-Collaboration-Tools, erweiterte Größenoptionen und vieles mehr. Der Canva Pro-Plan erfordert ein monatliches oder jährliches Abonnement.

-> Canva bietet spezielle Konditionen für **gemeinnützige Organisationen** an, die es ihnen ermöglichen, **kostenlos** auf den Canva Pro-Plan zuzugreifen. Besuchen Sie die Canva Non-Profit-Seite, um weitere Informationen und Anweisungen zur Beantragung des kostenlosen Canva Pro-Accounts für Non-Profit-Organisationen zu erhalten.

Die Non-Profit-Seite von Canva finden Sie normalerweise im Fußbereich der Canva-Website unter dem Abschnitt "Ressourcen" oder über eine Suche nach "Canva Non-Profit".



Canva Code Elemente

3D Buchstaben

set:nAFAdTR1BFc



set:nAFM1O-qcUU



set:nAFDcuif41l



set:nAFdHMjQmWI



set:nAFJqGA_DL8



set:nAFbzZKBJUs (Farben können geändert werden)



3D Thema Schule



set:nAFBuoqM7DU



brand:BAEsiNeGKhE



Label Sticker (Farben können geändert werden)



set:nAFdy_CS-Lw

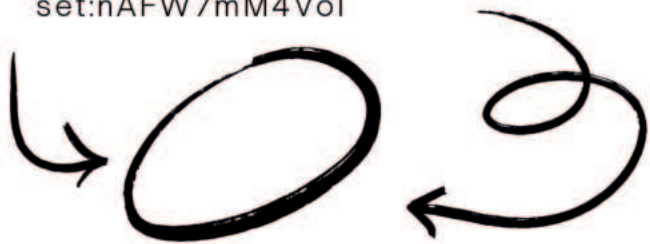


set:nAFdHLpJ81w



Striche/ Pfeile (Farben können geändert werden)

set:nAFW7mM4Vol



set:nAFPzruLhWU

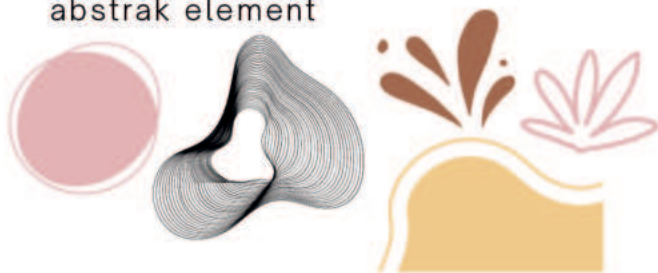


set:nAEeJMGulV0

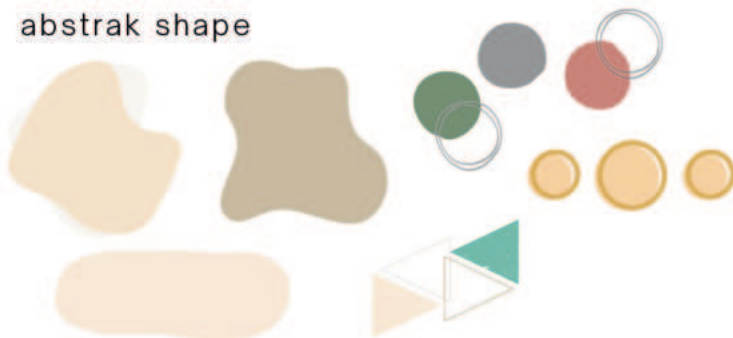


Abstrakte Elemente (Farben können geändert werden)

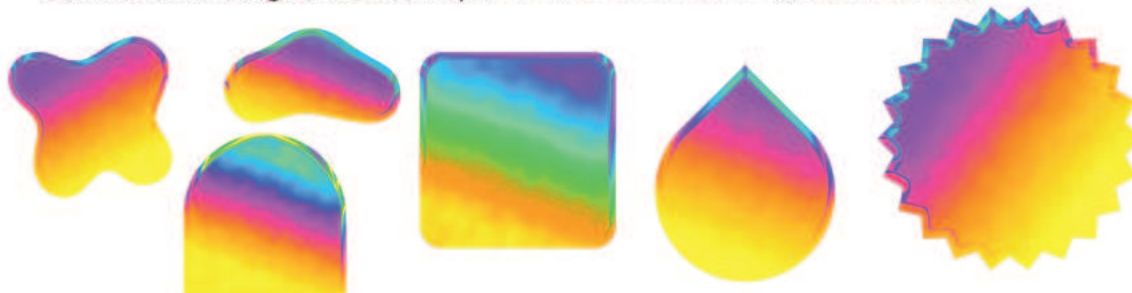
abstrak element



abstrak shape



canvarainbowgradientshape (Farben können NICHT geändert werden)



Brush (Farben können geändert werden)

Brush Stroke



LEAGUE SPARTAN

moontime

Genty
afrah

SUNBORN

glacial indifference

Giaza
ovo

AaBbCc

AaBbCc

AaBbCc

AaBbCc 

AABBCC 

AaBbCc

AaBbCc

AaBbCc

Dream Avenue

Ahsing

ALTA LIGHT

Black Mango

Barbra

SAN DIEGO

Brasika

BROWN SUGAR

Kooka

Sego

Safira March

Breathing

AaBbCc

AaBbCc

AABBCC

AaBbCc

AaBbCc

AABBCC

AaBbCc

AABBCC

AaBbCc

AaBbCc

AaBbCc

AaBbCc

Canva Extra Tipp: Nutze Shortcuts

Um beim Erstellen deiner Designs in Canva noch schneller zu werden, gibt es so genannte „Shortcuts“, das sind Tastaturkürzel, die du verwenden kannst um z.B. ein neues Textfeld ohne einen Klick hinzuzufügen. Manche davon kennst du bestimmt schon von anderen Programmen.

14 Shortcuts habe ich dir zusammengefasst:

1. **Fetter Text:** cmd/Strg + B Taste
2. **Text unterstreichen:** cmd/Strg + U Taste
3. **Duplizieren:** cmd/Strg + D Taste
4. **Rückgängig:** cmd/Strg + R Taste
5. **Linie einfügen:** L
6. **Rechteck einfügen:** R
7. **Textfeld einfügen:** T
8. **Kreis einfügen:** V
9. **Element kopieren:** cmd/Strg+ C
10. **Element einfügen:** cmd/Strg + V
11. **Element gruppieren:** cmd/Strg + G
12. **Alle Element auswählen:** cmd/Strg + A
13. **Gruppierung lösen:** cmd/Strg + shift + G
14. **Abstände anzeigen:** Option/Alt Taste

Quelle: <https://kathyursinus.de/10-hilfreiche-canva-tipps/>

Alle weiteren Kürzel findest du auf der Shortcuts-Übersicht auf Canva:
www.canva.com/de_de/help/keyboard-shortcuts/



CapCut ist ein vielseitiges Schnittprogramm, das sich ideal für das Schneiden von Videos für Social Media eignet. Mit einer benutzerfreundlichen Oberfläche bietet es umfangreiche Bearbeitungswerkzeuge, um Videos zu schneiden, Übergänge hinzuzufügen, Text einzufügen und Effekte anzuwenden. Es ermöglicht eine einfache Anpassung von Videoformaten und Export in optimierten Größen für verschiedene soziale Plattformen.

Anwendbar auf...

- dem Handy als App
- auf dem PC



Kostenmodelle:

CapCut ist eine **kostenlose Anwendung**, die ohne Kosten heruntergeladen und verwendet werden kann. Es gibt keine Anschaffungskosten oder Abonnementgebühren, um die grundlegenden Funktionen von CapCut zu nutzen. Jedoch sind manche zusätzliche Funktionen oder Inhalte freizuschalten.

Die drei besten Funktionen von CapCut sind:

1. **Umfassende Videobearbeitungswerkzeuge:** CapCut bietet eine breite Palette von Werkzeugen, um Videos zu schneiden, Übergänge hinzuzufügen, Text einzufügen, Filter und Effekte anzuwenden und vieles mehr. Es ermöglicht Benutzern, ihre Videos professionell zu bearbeiten und anzupassen.
2. **Anpassung für Social-Media-Plattformen:** CapCut erleichtert das Anpassen von Videos für verschiedene Social-Media-Plattformen. Es bietet voreingestellte Formate und Auflösungen für Plattformen wie Instagram, TikTok, YouTube und mehr. Benutzer können ihre Videos optimiert für bestimmte Plattformen exportieren, was den Prozess des Teilens von Videos auf sozialen Medien vereinfacht.
3. **Benutzerfreundliche Oberfläche:** CapCut zeichnet sich durch eine intuitive und benutzerfreundliche Oberfläche aus. Die Bedienungselemente sind gut angeordnet und leicht verständlich, was sowohl Anfängern als auch fortgeschrittenen Benutzern den Einstieg erleichtert. Die App bietet eine schnelle und effiziente Videobearbeitungserfahrung, auch auf Mobilgeräten.



Corporate Design

Corporate Design bezieht sich auf das einheitliche Erscheinungsbild eines Unternehmens oder einer Organisation. Es umfasst verschiedene gestalterische Elemente wie Logo, Farben, Schriftarten, Grafiken und Bildsprache, die spezifisch für das Unternehmen/ Organisation entwickelt wurden.

Das Ziel des Corporate Designs ist es, eine konsistente visuelle Identität zu schaffen und das Unternehmen erkennbar und einprägsam zu machen. Es stellt sicher, dass alle Kommunikationsmittel und Materialien des Unternehmens, wie z.B. Briefpapier, Website, Verpackungen und Werbematerialien, einheitlich gestaltet sind. Ein gutes Corporate Design trägt zur Stärkung der Markenwahrnehmung und -positionierung bei, indem es Vertrauen, Glaubwürdigkeit und Professionalität vermittelt.

Hier sind die typischen Schritte beim Erstellen eines Corporate Designs:

1. **Zielsetzung:** Definiere die Ziele und den Zweck des Corporate Designs. Welche Botschaft möchtest du vermitteln und welche Wirkung soll damit erzielt werden?
2. **Markenidentität definieren:** Analysiere und definiere die Identität und Werte deiner Marke. Was macht deine Marke einzigartig und wie möchtest du von anderen wahrgenommen werden?
3. **Zielgruppenanalyse:** Bestimme deine Zielgruppen und deren Bedürfnisse. Verstehe, wer deine Kunden sind und wie du sie ansprechen möchtest.
4. **Logo-Design:** Entwickle ein aussagekräftiges Logo, das die Identität und den Charakter deiner Marke repräsentiert. Das Logo sollte einfach erkennbar und vielseitig einsetzbar sein.
5. **Farbpalette:** Wähle eine Farbpalette aus, die zu deiner Marke passt und die gewünschte Stimmung und Botschaft vermittelt. Berücksichtige dabei auch die psychologische Wirkung von Farben.
6. **Typografie:** Definiere die Schriften, die in deinem Corporate Design verwendet werden sollen. Wähle Schriftarten aus, die zur Persönlichkeit deiner Marke passen und gleichzeitig gut lesbar sind.
7. **Bildsprache:** Legen Sie fest, welche Art von Bildern und Illustrationen in Ihrem Corporate Design verwendet werden sollen. Berücksichtige dabei den Stil, die Atmosphäre und die Botschaft, die du vermitteln möchtest.
8. **Gestaltungsrichtlinien:** Dokumentiere alle gestalterischen Elemente und Regeln in einem Style-Guide oder einer Design-Richtlinie. Dies umfasst die Verwendung von Logo, Farben, Schriften, Bildern und Layouts.
9. **Umsetzung:** Implementiere das Corporate Design in alle relevanten Bereiche, wie z.B. Website, Flyer, Social-Media und andere Kommunikationskanäle.
10. **Kontinuierliche Überprüfung und Anpassung:** Überwache und überprüfe regelmäßig die Anwendung des Corporate Designs, um sicherzustellen, dass es konsistent und effektiv ist. Nehme bei Bedarf Anpassungen vor, um mit den sich ändernden Anforderungen und Trends Schritt zu halten.

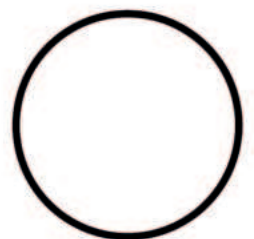
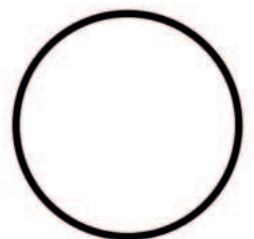
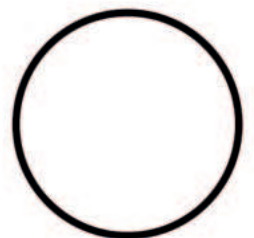
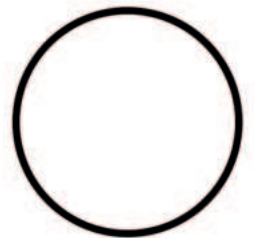
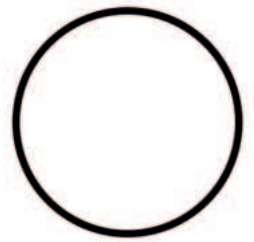
Corporate Design

Bildwelten



Icons

Farben



Logo

Motto

ÜBERSCHRIFT 1

Schmuckschrift

Text Schriftart

Künstliche Intelligenz Tools

5 Prinzipien für die KI- Nutzung

1. KI Tools liefern Input, Vorschläge, Anregungen und Daten, jedoch keine fertigen Ergebnisse.
2. Alle Inhalte, die KI generiert, werden durch menschliche Expertise bewertet und überprüft.
3. Wir nutzen KI Tools nur, wenn wir uns davon eine spürbare Wirkung versprechen.
4. KI kann Arbeitsschritte erleichtern, darf sie aber nie exklusiv erfüllen.
5. Wir geben keine sensiblen Daten in KI Tools ein und prüfen genau, wie es die Tools mit dem Datenschutz halten.

Christian Müller von Sozial-PR

Perplexity.ai

Perplexity AI ist eine Konversations-Suchmaschine, die als „Antwortmaschine“ vermarktet wird und Anfragen mithilfe von natürlicher Sprachvorhersage beantwortet. Perplexity wurde 2022 gestartet und generiert Antworten mithilfe von ausgewiesenen Quellen aus dem Web und zitiert Links innerhalb der Textantwort.

Über den QR-Code kommt ihr zum Tool, das ihr auch ohne Anmeldung nutzen könnt.



Bildgenerierung - Adobe Firefly

Erstelle komplette Bilder auf einer leeren Leinwand aus Text-Prompts mit Bildgenerierung.

Grundsätzlich gibt es viele KI-Tools, die Bilder generieren können. Auch ChatGPT kann das in der Bezahlversion beispielsweise. Adobe Firefly ist hier deshalb aufgeführt, weil Adobe aktuell das einzige Unternehmen ist, das transparent macht, dass die Trainingsdaten entweder unter einer offenen Lizenz standen oder eingekauft wurden.



Schreibcoach - DeepLWrite

DeepL kennen die meisten vermutlich als hervorragendes Übersetzungstool. Mit DeepLWrite, noch in Beta, hat das in Köln sitzende Unternehmen ein KI Schreibtool, das bei der Überarbeitung von Texten wirklich gute Dienste leistet.

Seien es Synonyme, grammatikalisch elegantere Formulierung oder stilistische Optimierungen: DeepLWrite kann das.



Links

Kirchenkreis Krefeld-Viersen Informationsseite Social Media

- Social Media Guide
- Termine Workshops



Canva

Tutorial - Alles was du zum Einstieg wissen musst.

- Erklärvideo
- Beschreibungstext



KI Tools fürs Schreiben ohne ChatGPT: Erfahrungen und Tipps



Einwilligungserklärung über Veröffentlichung von Fotos sowie Videos

Gemeinde/ Einrichtung: _____

Einverständniserklärung der abgebildeten Person

Name, Vorname: _____

Geburtsdatum: _____

Ich erkläre mein Einverständnis zur Veröffentlichung von Fotos sowie Videos, die bei Aktionen der oben genannten entstehen, auf denen auch ich zu sehen bin (gewünschtes bitte ankreuzen):

- ☐ in gedruckten Produkten z.B. Flyer oder Gemeindebrief der oben genannten
- ☐ auf der Homepage der oben genannten
- ☐ auf den Offiziellen Social-Media-Kanäle der oben genannten
- ☐ eine Weiterleitung an die Presse (z.B. lokale Zeitungen in print und online)

Die Veröffentlichung darf ohne weitere Nachfrage erfolgen. Ich bin damit einverstanden, dass die notwendigen Daten verarbeitet werden. Die erfassten Daten werden ausschließlich für Zwecke im Rahmen der oben genannten verwendet. Mir ist bekannt, dass digitale Bilder sowie Videos aus dem Internet oder in sozialen Medien kopiert, woanders verwendet oder verändert werden können, ohne das der oben genannten darauf Einfluss hätte.

Die Erteilung dieser Einwilligung erfolgt freiwillig. Die Verpflichtung ist rechtsverbindlich. Ich werde hiermit vor Abgabe meiner Einwilligung darüber in Kenntnis gesetzt, dass ich die Einwilligung jederzeit ohne Angabe von Gründen – ganz oder teilweise - widerrufen kann.

Der Widerruf gilt nur für die Zukunft. Bis zum Zeitpunkt des Widerrufs bleibt die bis dahin erfolgte Datenverarbeitung rechtmäßig.

Der Widerruf kann in Textform, per Brief oder E-Mail, gegenüber der oben genannten erfolgen.

Ich habe die Erklärung sorgfältig gelesen und gebe hiermit meine Einwilligung:

Ort, Datum

Unterschriften (unter 14 Jahren -> nur des Erziehungsberechtigten; ab 14 Jahren -> des Jugendlichen und des Erziehungsberechtigten; ab 18 Jahren -> nur des Erwachsenen)

WIR auf Social Media!

Evangelischer Kirchenkreis
Krefeld - Viersen

Facebook



@Evangelischer Kirchenkreis
Krefeld-Viersen

TikTok



@evangelisch.krevie

Instagram



@presse_evkrevie



@evangelisch.krevie

#evkrevie



KIRCHENKREIS auf Social Media!

Evangelischer Kirchenkreis
Krefeld - Viersen

Facebook



@Evangelischer Kirchenkreis
Krefeld-Viersen

TikTok



@evangelisch.krevie

Instagram



@presse_evkrevie



@evangelisch.krevie

#evkrevie



Social Glossar

H

Hashtag - Ein Hashtag auf Social Media ist ein Schlagwort oder eine Phrase, die mit einem Doppelkreuz (#) gekennzeichnet ist und verwendet wird, um Beiträge zu einem bestimmten Thema zu kategorisieren und zu verlinken, sodass sie leichter gefunden werden können.

M

Meta - ist das Mutterunternehmen von Facebook und wurde 2021 umbenannt. Es ist eines der weltweit führenden Unternehmen im Bereich soziale Medien und Technologie und betreibt Plattformen wie Facebook, Instagram, WhatsApp und Oculus. Meta verfolgt eine Vision, in der virtuelle Realität und soziale Interaktion stärker miteinander verknüpft werden, um eine Metaverse genannte digitale Welt zu schaffen.

N

News Feed - bei Instagram ist ein dynamischer Bereich, der auf der Startseite der App angezeigt wird und kontinuierlich aktualisierte Beiträge von den Accounts zeigt, denen man folgt. Er präsentiert eine Mischung aus Fotos, Videos und Stories in chronologischer Reihenfolge oder basierend auf den individuellen Interaktionen und Vorlieben des Nutzers und dient dazu, über neue Inhalte und Aktivitäten der abonnierten Konten informiert zu bleiben.

P

Text Prompt - Ein Text-Prompt ist eine Eingabeaufforderung, die verwendet wird, um ein KI-Modell, wie etwa ChatGPT, zu instruieren, einen bestimmten Text zu generieren oder eine spezifische Aufgabe zu erfüllen. Der Begriff "Prompt" stammt aus dem Englischen und bedeutet, einer Maschine oder einem Menschen eine Aufgabe zu geben, die sofort erledigt werden soll.

R

REEL - Ein Reel ist ein kurzes, vertikales Videoformat, das in der Instagram-App erstellt und geteilt werden kann. Es ähnelt den Funktionen anderer Plattformen wie TikTok und ermöglicht es den Benutzern, 15- bis 60-sekündige Videos mit Musik, Effekten und Bearbeitungen zu erstellen.

S

Story - Eine Story auf Social Media ist eine ephemere Art des Teilens von Inhalten, bei der Nutzer Fotos, Videos oder kurze Beiträge veröffentlichen, die nach einer bestimmten Zeit automatisch verschwinden. Stories ermöglichen eine zeitlich begrenzte und spontane Darstellung des Alltags oder besonderer Momente.

Shortcut - Ein Shortcut auf dem Handy ist eine spezielle Verknüpfung oder Tastenkombination, die es ermöglicht, eine bestimmte Funktion, Anwendung oder Aktion schnell und einfach auszuführen, ohne den üblichen Weg zu gehen.

Z

Zielgruppe - bezieht sich auf die spezifische Gruppe von Nutzern oder potenziellen Kunden, die die Hauptempfänger einer Social-Media-Strategie oder Botschaft sind. Sie sind charakterisiert durch gemeinsame Merkmale wie Alter, Geschlecht, Interessen, Verhaltensweisen und Demografie. Das Verständnis und die gezielte Ansprache der Zielgruppe sind entscheidend, um effektive Social-Media-Kommunikation und Marketingaktivitäten zu gestalten.

Ziele - sind spezifische, messbare und erreichbare Ergebnisse oder Absichten, die Unternehmen oder Einzelpersonen verfolgen, um ihre Präsenz und Aktivitäten in sozialen Medien zu steuern. Diese Ziele können vielfältig sein, wie die Steigerung der Markenbekanntheit, die Erhöhung der Kundenzufriedenheit, die Generierung von Leads, die Förderung von Verkaufsabschlüssen oder die Steigerung des Traffic auf einer Website. Die Festlegung klarer Ziele ist entscheidend, um den Erfolg und den ROI (Return on Investment) von Social-Media-Maßnahmen zu bewerten und sicherzustellen, dass sie zur Gesamtstrategie beitragen.