

LandAufSchwung Landkeis St. Wendel

DK Digitale Kommunikation

Leitfaden Schwarmfinanzierung:

Leitfaden Schwarmfinanzierung
am Beispiel von
First Responder Freisen

DK Digitale Kommunikation

Dennis Kern

Saarbrücker Str. 95

66625 Nohfelden

Tel: 0151 17246803

mail@denniskern.de

facebook.com/denniskern



Inhaltsverzeichnis

- I. Allgemeine Informationen, Story
- II. Aufgaben, Sinn & Zweck
- III. Weitere Informationen
- IV. Aktuelle Finanzierung
- V. Vision
- VI. Öffentlichkeitsarbeit
 1. Online-Kanäle
 - 1.1 Tonality und Ziele von Online-Kanälen
 - 1.2 Social-Media Kanäle
 - 1.2.1 Facebook
 - 1.2.2 Instagram
 - 1.3 Webseite
 - 1.4 Printmedien / Online-Medien
 2. Redaktionsplan
 3. Workshop

I. Allgemeine Informationen, Story

Eine First-Responder-Gruppe besteht aus ehrenamtlichen Helfern, die bei medizinischen Notfällen schnelle erste Hilfe leisten und die Zeit bis zum Eintreffen des Rettungswagen verkürzen sollen. Zwar ist in der Gemeinde Freisen ein Rettungswagen stationiert, dennoch kann es vorkommen, dass dieser außerhalb der Gemeinde im Einsatz gebunden ist. Kommt es dann innerhalb der 8 Ortsteile zu einem medizinischen Notfall, müssen Rettungsmittel von anderen Rettungswachen, z.B. Türkismühle, St. Wendel, Kusel oder Baumholder anrücken. Dadurch entstehen lange Anfahrtszeiten die durch die First Responder (Helfer vor Ort) überbrückt werden sollen, um eine nahezu optimale Versorgung gewährleisten zu können.

Die First-Responder-Gruppe der Freiwilligen Feuerwehr Freisen nahm am 01. Januar 2014 mit 16 Helfern den Dienst auf. Mittlerweile sind 22 Frauen und Männer ehrenamtlich in der Gruppe aktiv, die einen sehr hohen Ausbildungsstand mitbringen, da ein Großteil von ihnen rettungsdienstliche Qualifikationen aufweist. Die Gemeinde Freisen ist die erste Kommune im Saarland, die solch eine Einheit ihrer Feuerwehr angegliedert hat.

II. Aufgaben, Sinn & Zweck

Aufgaben

Der First Responder erkundet die Lage, leistet qualifizierte Erste Hilfe, gibt eine Rückmeldung an die Rettungsleitstelle und weist die Rettungsmittel (Rettungswagen, Notarzt, Rettungshubschrauber etc.) ein. Der First Responder unterstützt den Rettungsdienst, betreut Notfallzeugen und Laienhelfer und dokumentiert den gesamten Einsatz.

Sinn und Zweck

First Responder sollen die Zeit zwischen Eintreten des Notfalls und der ersten medizinischen Versorgung (sog. *therapiefreies Intervall*) verkürzen. Je schneller qualifizierte Maßnahmen durchgeführt werden, desto günstiger ist der Heilungsverlauf und umso kürzer ist im Durchschnitt die nachfolgend notwendige Behandlungszeit.

Man geht davon aus, dass mit jeder Minute, in der ein Kammerflimmern (eine häufige Form des Kreislaufstillstandes) nicht mit einer Herz-Lungen-Wiederbelebung behandelt wird, die Chancen für das Überleben um 10 % sinken.

Nach etwa fünf Minuten ohne Sauerstoffversorgung treten schwere irreversible Schäden am Hirn auf. Da jedoch allein das Absetzen des Notrufs und die Disponierung in der Rettungsleitstelle etwa zwei Minuten in Anspruch nimmt, und die Fahrzeit ca. 10 Minuten beträgt, erreichen die Einsatzkräfte eines Rettungswagens möglicherweise erst 12 Minuten nach dem Eintritt eines Kammerflimmerns den Patienten, um einen Defibrillator einzusetzen – bei einem Herzstillstand mit Kammerflimmern ist dies für eine Wiederbelebung kritisch.

Je später eine Reanimation und der Einsatz eines Defibrillators erfolgen, desto größer ist die Gefahr, dass der Patient – sofern er überlebt – ein Pflegefall wird.

Eine Reanimation könnte aber von speziell ausgebildeten First Respondern schon nach wenigen Minuten eingeleitet werden. Durch die Verkürzung des therapie freien Intervalls können viele Patienten selbst nach einem Herzinfarkt oder einem Schlaganfall vollständig genesen. Bei Unglücken und Unfällen ist der First Responder außerdem verantwortlich für eine konkrete Einschätzung der Lage am Unglücksort und kann über Funk oder mit einem Mobilfunktelefon Einsatzkräfte nachfordern, so dass eine effektivere Disponierung der Hilfe möglich ist.

First Responder vor Ort in der Gemeinde Freisen

Die Gemeinde Freisen mit ihren ca. 9.000 Einwohnern liegt im Nordosten des Saarlandes im ländlichen Raum. Das Einsatzgebiet der First Responder Gruppe hat ein Einsatzgebiet von ca. 48 km².

Glücklicherweise ist im Ortsteil Freisen ein Rettungswagen stationiert, der im Normalfall recht schnell die jeweiligen Ortsteile erreichen kann. Dennoch muss auch dieser Rettungswagen größere Entfernungen (bis zu 7 km) zurücklegen um die einzelnen Ortsteile in der Gemeinde Freisen zu erreichen.

Durch die verschiedenen Wohnorte der einzelnen Mitglieder der First Responder Gruppe, kann die Anfahrtszeit für den jeweiligen Helfer durchaus kürzer sein als die des Rettungswagens. Wie bereits schon oben beschrieben verringert sich die Überlebenschance bei einem Herzstillstand pro Minute um 10 %, was sehr deutlich macht, dass es in einem solchen Notfall auf jede Minute, meist auf jede Sekunde, ankommt.

III. Weitere Informationen

Rettung aus lebensbedrohlicher Situation führte zur Gründung von First Responder Freisen

In der Vergangenheit wurden einzelne Mitglieder der Gruppe oftmals durch Anwohner über ihren privaten Telefonanschluss über einen Notfall informiert.

So wurde beispielsweise im Ortsteil Schwarzerden ein Helfer von Nachbarn zu einem Notfall gerufen. Eine Frau sei bewusstlos zusammengebrochen. Der Helfer machte sich sofort auf den Weg. Er fand eine bewusstlose Frau vor, die einen Herzstillstand erlitten hatte. Bei der ersten Untersuchung stellte sich heraus, dass die Frau einen Gegenstand verschluckt hatte. Dieser Gegenstand steckte im Rachen fest und blockierte die Atemwege. Der Ersthelfer konnte mit Hilfe seines privaten Equipments den Gegenstand entfernen und mit der Herz- Lungen - Wiederbelebung beginnen. Bereits beim Eintreffen des Rettungswagens aus Freisen konnte der Ersthelfer wieder Atmung und Puls der Frau spüren. Er übergab die weitere Versorgung und Behandlung der Frau an die Kollegen vom Rettungsdienst. Die Frau wurde in das nächstgelegene Krankenhaus gebracht. Schon nach wenigen Tagen konnte die Patientin das Krankenhaus wieder gesund verlassen.

Dieser Rettungseinsatz hat der Frau wohl das Leben gerettet. Weitere ähnliche Notfälle folgten. Aufgrund der gemachten Erfahrungen drängte sich bei den ehrenamtlichen Helfern der First Responder Gruppe immer mehr die Befürchtung auf: „Was passiert wenn der Rettungswagen in Freisen nicht verfügbar ist?“

Man wollte das Potential der rettungsdienstlich ausgebildeten Kameraden innerhalb aber auch außerhalb der Reihen der Feuerwehr nutzen, was schließlich zur Idee der Gründung einer First Responder Gruppe führte. Diese sollte organisatorisch der Freiwilligen Feuerwehr der Gemeinde Freisen angegliedert werden. Es folgten erste Gespräche. Der Bürgermeister der Gemeinde Freisen Karl-Josef Scheer griff die Idee auf, erkannte die Notwendigkeit einer sinnvollen Lösung und unterstützte alle weiteren Schritte zur Gründung der First Responder



nach Kräften. In weiteren Gesprächen mit Landrat Udo Recktenwald und mit dem Geschäftsführer des Zweckverbandes für Rettungsdienst- und Feuerwehralarmierung, Herrn Roth, sowie mit dem Geschäftsführer des DRK Kreisverband St. Wendel, Herrn Scheid, wurden konkrete Umsetzungsschritte auf den Weg gebracht.

Mit der Novellierung des Gesetzes über den Brandschutz, die Technische Hilfe und den Katastrophenschutz im Saarland (SBKG) wurde die rechtliche Grundlage für eine Angliederung an die Feuerwehr Freisen geschaffen. (§ 7 Abs. 3 SBKG)

„Die Feuerwehren können im Rettungsdienst und im Bereich der organisierten Ersten Hilfe mitwirken“.

Mit dieser Angliederung ist auch der Versicherungsschutz der Mitglieder der First-Responder-Gruppe im vollem Umfang gewährleistet.

IV. Aktuelle Finanzierung

Finanzierung der First Responder

Schon bei der Gründung der First Responder-Gruppe war klar, dass es für diese Gruppe keine offiziellen Gelder, keine Zuwendungen oder keine Fördermittel geben wird. Es sind ehrenamtliche Leistungen, die von der Gruppe erbracht werden. Die First Responder werden immer auf Spenden und Sponsorengelder angewiesen sein, um ihre Ausgaben bestreiten zu können für:

- Rettungs-Ausstattungen
- Notfallmittel
- medizinische Geräte

Dabei ist es der Wunsch und die Motivation der Mitglieder der First Responder in jedem Notfall möglichst professionelle, umfassende und bestmögliche Hilfen leisten zu können. “Es geht immerhin in jedem Einsatz um unser höchstes Gut: das Leben”.

“Erst mit einer professionellen Ausstattung, mit ausreichenden Notfallmittel und mit den benötigten Notfall-Geräten kann sichergestellt werden, dass wir unsere Ziele im Notfall bestmöglich erreichen können”.

Aus diesem Grund hat die First-Responder-Gruppe im Jahr 2013 einen Förderverein gegründet, welcher gemeinnützig anerkannt ist, um die Finanzierung von Ausrüstung und Gerätschaften sicher zu stellen. Nur durch ausreichend fördernde Mitglieder kann die Arbeit der Helfer vor Ort langfristig auf feste Füße gestellt werden. Aktuell verzeichnet der Verein 60 Fördermitglieder.

V. Vision

Wo sieht sich First Responder in 3 Jahren?

- 100 Fördermitglieder im Verein
- Anerkennung der Leistung durch ZRF
- Hohe öffentliche Wahrnehmung



- Aktives Vereinsleben
- Zweckmäßige Ausstattung
- Finanzielle Unabhängigkeit
- Saarlands Beste 2019

VI. Öffentlichkeitsarbeit

1 Online-Kanäle

1.1 Tonality und Ziele von Online-Kanälen

- Ehrenamtlich Menschenleben retten in den Fokus stellen, Emotionen wecken
- Wertschätzung des Ehrenamtes erreichen
- Fördermitglieder gewinnen, Spender, Sponsoren

1.2 Social-Media Kanäle

Ziel: Gewinnung von neuen Fans und Reichweite, somit auch neue Fördermitglieder, Spender und Sponsoren.

Folgende Social-Media Kanäle schlage ich vor: **Facebook und Instagram**

1.2.1 Facebook

Facebook ist der blaue Riese mit 30 Millionen Facebook Nutzer in Deutschland (Stand Juni 2018, allfacebook.com). 19 Millionen davon sind jeden Tag auf Facebook aktiv. In Facebook wird die große Masse und auch die Zielgruppe erreicht.

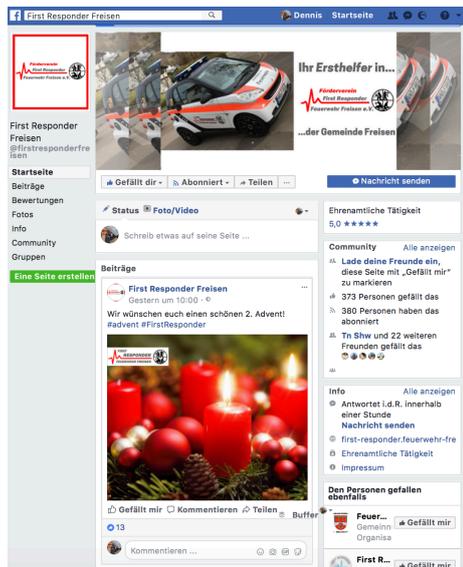
Facebook-Ads (bezahlte Anzeigen) sind zur Zeit die günstige Online-Werbung.

Vorgehensweise:

Wenn noch keine Facebook-Fanpage erstellt ist, ist es unbedingt notwendig eine professionelle Fanpage erstellen zu lassen, dabei ist zu beachten:

- Fanpage Name: First Responder Freisen
- Profilbild erstellen: Logo First Responder Freisen
- Titelbild: Fahrzeug FR + Logo + Motto
- Fotoalben anlegen: Ausstattung, Team, Fahrzeug
- Beschreibung einfügen: Story sehr ausführlich und zielführend
- **Wichtig:** Seite während der Erstellung und Bearbeitung „offline“ schalten!!!

Ziel: Fanpage zu einem bestimmten Tag online schalten und Freunde/Community einladen diese mit „gefällt mir“ zu markieren



1.2.2 Instagram

- Reichweite der Zielgruppe kann noch weiter erhöht werden
- Junges Publikum wird angesprochen
- Mit Bilder werden Emotionen sehr stark geweckt
- Zeitaufwand eher gering
- Instagram Profil kann mit der Fanpage verknüpft werden, cross-posting möglich

Da es am Anfang sinnvoll ist erst einmal einen Social-Media Kanal zu pflegen, ist es am Besten mit Facebook zu starten, Instagram kann nachträglich immer noch angelegt werden.

1.3 Webseite

Wenn keine eigene Webseite vorhanden ist, empfiehlt es sich eine anzulegen. Die Webseite steht immer im Mittelpunkt aller Online-Aktivitäten, da diese Seite dem Verein alleine gehört.

Vorgehensweise:

Die neue Webseite kann mit WordPress und einem Standartthema aufgesetzt werden. Dadurch das *First Responder Freisen* auf der Webseite der Feuerwehr Freisen ihren Platz hatte, kann das Webhosting diese Seite mitgenutzt werden.

Welche Informationen gehören auf die Webseite?

- Alle Informationen rund um den Verein
- Bilderalben anlegen
- Kontaktformular, verschiedene Anträge (Mitglied, Fördermitglied usw.) direkt auf der Webseite veröffentlichen



Wichtig: Der Verwalter der Webseite sollte auch der gleiche Verwalter sein, der sich um die Social-Media Kanäle kümmert, somit ist

1.4 Printmedien / Online-Medien

In der Öffentlichkeitsarbeit eines Vereines ist es sehr wichtig alle verfügbaren Kanäle zu bedienen, dabei sollten die klassischen Printmedien (Zeitung, Amtsblatt) genauso mit Infos, Veranstaltungshinweisen und Änderungen im Verein versorgt werden, wie auch die verfügbaren Online-Medien im Landkreis (z.B. WNDN.de).

2. Redaktionsplan

Der Redaktionsplan ist das Herzstück jeder Social-Media-Arbeit. Wenn eine Fanpage/Webseite usw. mehrere Redakteure hat, ist es empfehlenswert über das GoogleDrive Tool eine kleine Online-Tabelle (Bsp. Siehe unten) zu pflegen. In einer Redaktionssitzung werden die Themen für die nächste Zeit (Für eine Woche, für einen Monat, für ein halbes Jahr) festgelegt und im Redaktionsplan eingeplant. Somit ist eine kontinuierliche Veröffentlichung von Beiträgen gesichert.

In dem Redaktionsplan können nicht nur die Social-Media Kanäle eingeplant werden, sondern alle Beiträge die veröffentlicht werden sollen.

Beispiel: *Online-Tabelle GoogleDrive*

| Thema | Art | Wo? | Wer? | Planung | Wann? | Online |
|--|------|-----|--------|-----------------|----------|---------|
| Vorstellung Einsatzzahlen (Info Grafik) | Post | FB | Daniel | Freigabe | 18.11.17 | online |
| Statistik - Grafik | Post | FB | Daniel | Freigabe | 19.11.17 | online |
| 1. Team-Vorstellung (wöchentlich) - Oliver Kastei | Post | FB | Dennis | Freigabe | 21.11.17 | online |
| Termin Volksbank | Post | FB | Daniel | Freigabe | 27.11.17 | online |
| 2. Team-Vorstellung (wöchentlich) - Björn Werth | Post | FB | Daniel | Freigabe | 29.11.17 | online |
| 1. Erste-Hilfe-Tipps (wöchentlich) - Schlaganfall | Post | FB | Daniel | Freigabe | 02.12.17 | online |
| 3. Team-Vorstellung (wöchentlich) - Alfred Backes | Post | FB | Daniel | Freigabe | 05.12.17 | online |
| Niko-Tag | Post | FB | Dennis | Freigabe | 06.12.17 | online |
| 2. Erste-Hilfe-Tipps (wöchentlich) - Wiederbelebung | Post | FB | Daniel | Freigabe | 07.12.17 | online |
| Countdown Schwarmfinanzierung Start | Post | FB | Dennis | Freigabe | 09.12.17 | online |
| 2. Advent | Post | FB | Dennis | In Planung (FB) | 10.12.17 | geplant |
| Pressekonferenz, Team-Bild mit VB Verantwortlichen | Post | FB | Dennis | In Planung | 11.12.17 | geplant |
| 4. Team-Vorstellung (wöchentlich) - Petra Schöneberger | Post | FB | Daniel | In Planung (FB) | 12.12.17 | geplant |
| Erinnerung Schwarmfinanzierung (Aufruf zum teilen) | Post | FB | Dennis | In Planung | 14.12.17 | geplant |
| 3. Erste-Hilfe-Tipps (wöchentlich) - Herzinfarkt | Post | FB | Daniel | In Planung (FB) | 15.12.17 | geplant |
| Erinnerung Schwarmfinanzierung (Aufruf zum teilen) | Post | FB | Dennis | In Planung | 17.12.17 | geplant |
| 5. Team-Vorstellung (wöchentlich) - Max Kraushaar | Post | FB | Daniel | In Planung (FB) | 19.12.17 | geplant |
| Erinnerung Schwarmfinanzierung (Aufruf zum teilen) | Post | FB | Dennis | In Planung | 21.12.17 | geplant |

Aufbau eines einfachen Redaktionsplanes

Themensammlung

Posts / Blog allgemein

| Thema | Art | Wo? | Wer? | Planung | Wann? | Online |
|-------------------------|-------------|-----------|---------------|--|-----------------|----------------|
| | | | | In Planung Korrektur gelesen Freigabe | | |
| <i>Team-Vorstellung</i> | <i>Post</i> | <i>FB</i> | <i>Daniel</i> | <i>In Planung</i> | <i>12.12.17</i> | <i>geplant</i> |
| | | | | | | |

3. Workshop

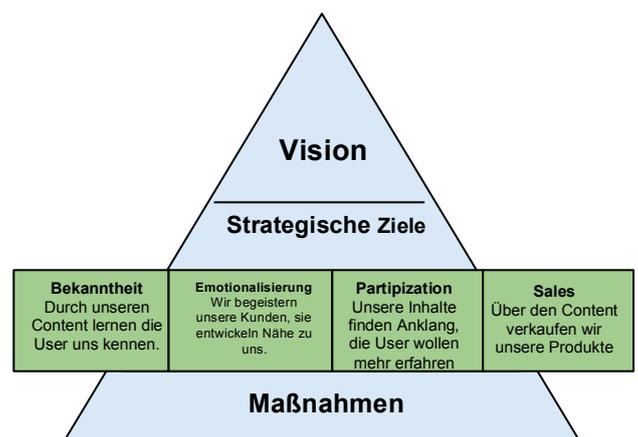
Workshop Öffentlichkeitsarbeit mit Webseite und Facebook

Inhalte:

Was ist Social Media eigentlich?
 Vom Monolog zum vielseitigen Dialog
 Wie Social Media die Medienlandschaft beeinflusst
 Social Media Nutzergruppen, Social Media für Kommunikationszwecke nutzen

Ausarbeitung Vision:

Wo wollen wir in drei Jahren sein?



Was sind unsere Ziele? **SMART** (Spezifisch, messbar, erreichbar, relevant, terminierbar)

Wunschkunden definieren

Auswahl der Social-Media Kanäle

(Facebook, Instagram, Blog)

Und warum? Wie funktionieren diese?

Checkliste: Wie sieht ein perfektes Posting / Beitrag aus? Welche Möglichkeiten gibt es?
 Auswahl der Uhrzeit: Das Team (Vorstand) muss mit unterstützen zu Beginn, gute Uhrzeiten wären später Nachmittag bis gegen Abend, Sonntags (jederzeit)

Praktisches: Umgang mit Facebook Unterschied Profil und Fanseite, Wo finde ich was?

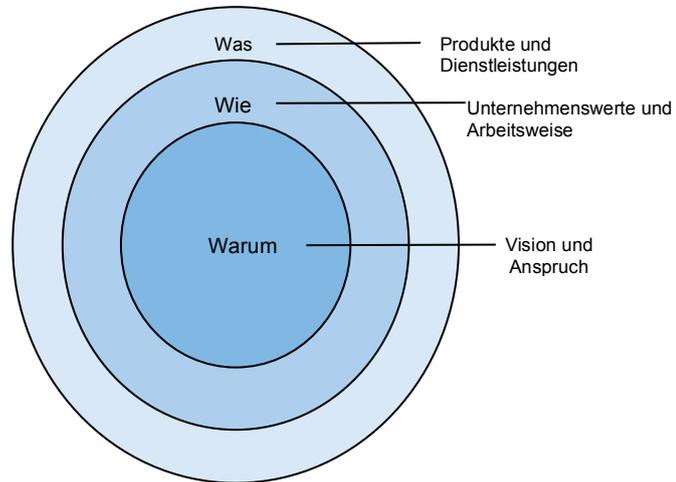
Wie erstelle ich Posts? Wie plane ich diese? Was sind Freuden, Was sind Fans?

Redaktionsplan: Auswahl der Themen, Auswahl der Technik, Erstellen des Redaktionsplans für die nächsten 6 Wochen.

Sprechen Sie über das Was, das Wie und vor allem das Warum?

Was tun bei Kritik?

Rechtliches



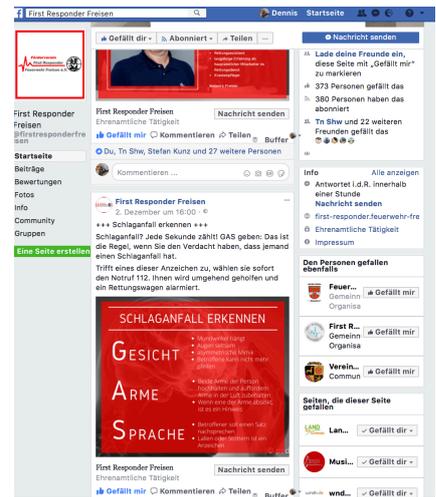
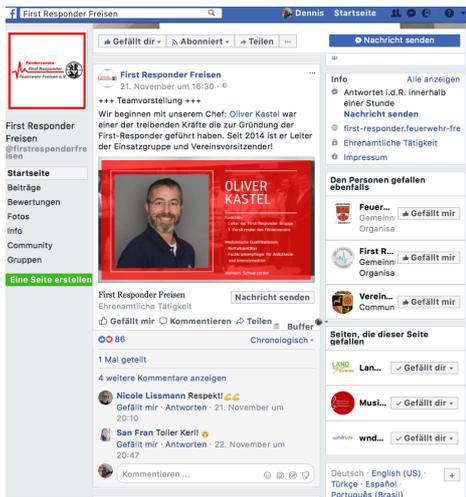
Themen für Kampagnen und Redaktionsplan

- Erklärung was ist First Responder, Was macht der Verein?
- Fachleute, einzelne Vorstellung vom Team mit Bild, Experte
- Einsätze, soweit der Datenschutz es zulässt und man es veröffentlichen kann
- Kritische Themen: "Gaffer"
- Jeden Freitag / Samstag: erste Hilfe Tipps, Live-Video Facebook-Live #firsttipp
- Beiträge teilen von anderen Fanpages / Polizei
- Bezug zur Feuerwehr
- Jugendarbeit
- Danke / Meinung -Mein Dank an First-Responder- #meindank
- Veranstaltungen / Feste / Weiterbildungen / Zertifikate
- auf Spenden hinweisen, Genereller Hinweis Spenden unabhängig von der Crowdfunding Kampagne

IMAGEFILM oder INTERVIEW: Warum bin ich aktives Mitglied bei First Responder? Was machen wir? Dieser Film kann auf die Webseite und auf Facebook gestellt werden

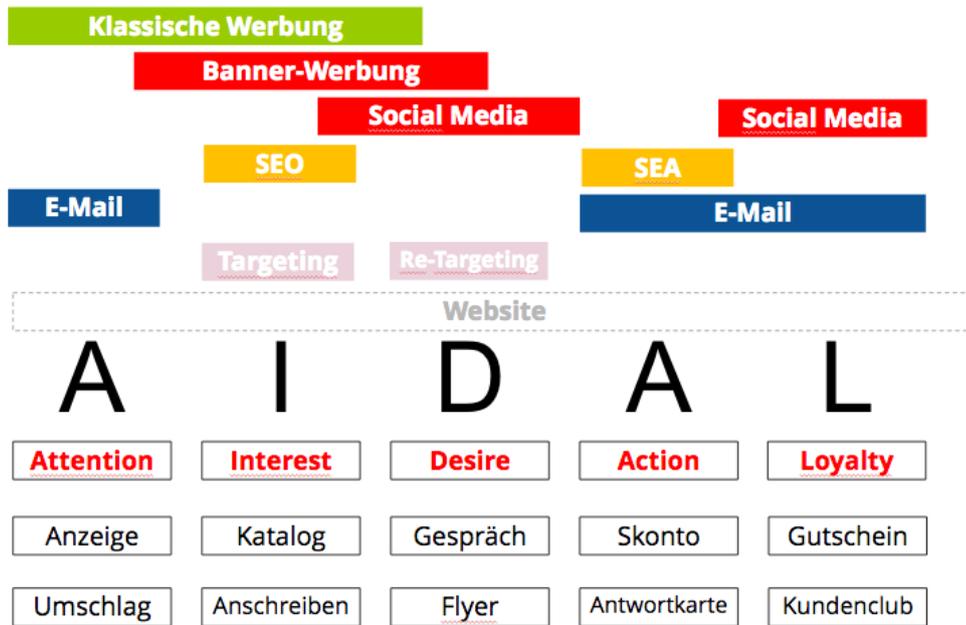
Kampagne Allgemein

Bisher erfolgreich umgesetzt:



Kampagnenplanung mit AIDA

Wie bewegt sich der User? Welche Phasen durchläuft der User?



Crowdfunding Kampagne:

Ziel ist die Schutzkleidung im Wert von 5000 Euro

Dankeschön für die Spenden, Sponsoren: Nur bei Erfolg

Spendenbescheinigung für Firmen und Privatpersonen

Dankeschön: Erwähnung auf der Webseite und auf der Facebook-Seite als Sponsor
ab 50 Euro (Pflaster-Box)

Vorbereitung der Kampagne:

1. Identifiziere deine Zielgruppe (Fans, Webseite)

Ausarbeitung der Wunschkunden siehe Workshop
Erstellen der Facebook-Seite mit den ersten Posts

2. Identifiziere die Kommunikationswege deiner Zielgruppe:

Emails, Mailingliste, Social Media, PR, Online PR, eigene Multiplikatoren (Familie, Freunde)

*WhatsApp Gruppen, über WhatsApp Infos und Einladen, streuen in andere Gruppen
Facebook Gruppen nutzen und streuen, eigene Profile nutzen*

Eigene Kontakt zu Firmen nutzen, Lieferanten, wo Sie einkaufen, Kunden oder wo sie gebucht werden (Empfehlung, Influencer)

3. Trete in Interaktion mit deiner Zielgruppe

Post, Mailings, Teilen der Beiträge, News auf der Webseite

*Hinweis zu der Kampagne, Teamvorstellung, wöchentliche Tipps zur 1. Hilfe
Für was wird die Schutzkleidung benötigt. Bitte um Unterstützung.*

4. Identifiziere die Personen, die auf dem Gebiet deines Projektes wichtige Rollen spielen (Multiplikatoren, Insider, Experten)

- Kontakt zu anderen First Respondern. Kooperation, gegenseitig teilen usw.
- Kontakt zu Kollegen, befreundeten Rettungsvereinen, Feuerwehr-Community, Ersthelfer-Community
- Experten zu Wort kommen lassen, Rettungssanitäter, Ärzte, Feuerwehrleute
- Kundenmeinungen, Gerettete Personen befragen, Bewertungen bei Facebook

5. Konzeption der Projektseite
Volksbank Vorlage

Checkliste Konzeption der Kampagne:

- Verstehe ich die Idee?
- Hilft mir diese Idee, kann ich das Produkt gebrauchen?
- Verstehe ich alle Begriffe?
- Wie erkläre ich jemand anderen die Idee mit meinen Worten?
- Warum sollte ich das Projekt unterstützen?
- Sind Starter und Projekt vertrauenswürdig?



Diese Punkte werden dann auf Facebook aber auch auf der Webseite mit unterstützt.

- Post mit der Ausarbeitung der Idee und Bild
- Post: Unser Antrag zur Schwarmfinanzierung ist gestellt.
- Post: Idee vorstellen
- Post: Wir benötigen 50 Fans bei der VB
- Post: Wir benötigen nur noch xx Fans
- Post: Countdown bis zum Start Kampagne

Erzählen über die Idee, dann jeden Tag wie viel gespendet wurde und neue Aufrufe starten.

Während der Kampagne:

Werbung für die Schwarmfinanzierung: Events, (Papier), Online

- Überlege dir, wie und mit welchen Inhalten du deine Zielgruppe erreichen kannst.

Erzählen über die Idee

Poste jeden Tag wie viel gespendet wurde, auch von wem, wenn es Firmen sind

Informiere über die Kampagne, starte neue Aufrufe

Informiere über First Responder, Veranstaltungen und Events, Gefahren

Informiere darüber, was man als Dankeschön (*Ideen?*) bekommt, wenn man sich finanziell beteiligt.

Facebook Live: Facebook Broadcast, Erste Hilfe Tipps Freitag Abend um xx Uhr

- Konzipiere deine Werbemaßnahmen schon in der Vorbereitungsphase. Die ersten drei Tage deiner Kampagne sind die wichtigsten, damit das Projekt in Fahrt kommt.

Der Redaktionsplan muss für min. 4 Wochen stehen und in Facebook geplant sein, so dass nur noch reagiert werden muss, wenn die Kampagne schlecht anläuft.

Einbeziehen der Mitglieder, die in Facebook sind, diese müssen die Beiträge kommentieren und teilen, damit wir das Schneeballsystem nutzen können

- Werbung? Facebook-Ads
Wenn es nicht optimal oder zäh anläuft, mit Facebook-Ads unterstützen.
- Vergiss nie den Link zur Projektseite
- Mach klar, dass das Projekt nur realisiert werden kann, wenn das Ziel erreicht ist.
- Motiviere zum Mitmachen, Unterstützen, Weitersagen oder Teilen.

Alle die heute unseren Post kommentieren oder gerne auch teilen (ist keine Bedingung) nehmen an der Verlosung teil und können folgendes Gewinnen:



- Erinnere immer wieder mit Neuigkeiten oder Hintergründen an dein Projekt und deine Crowdfunding Kampagne, achte auf die richtige Dosis

Nach der Kampagne:

- Sich bedanken, Informieren über den Erfolg
Bild mit glücklichen Frauen, die das Ziel erreicht haben
Post mit dem Kauf der Waffeleisen
Post mit den ersten Waffeln mit den neuen Waffeleisen
- Mit der Crowd weiterarbeiten

Was geschieht, wenn die Kampagnen-Phase nicht wie gewünscht verläuft?

Ganz wichtig: **KEINE PANIK!**

- Marketing-Strategie entwickeln
 - Passende Themen überlegen die direkt und indirekt was mit dem Crowdfunding-Projekt zu tun haben, z.B. *Team-Mitglieder vorstellen, Vereinsarbeit transparent den Mitgliedern erläutern, mit Emotionen arbeiten (wichtig sind dabei ausschlaggebende und gute Bilder, mit Team-Selfies im Vordergrund – Keine Scheu vor der Öffentlichkeit haben)*
 - Wichtig für den Zuschauer ist eine Abwechslung der Veröffentlichung auf den verschiedenen Medien, im Social Media Bereich sollte man daher im Redaktionsplan dies berücksichtigen, z.B. *nach dem Start-Posting des Crowdfunding-Projektes mit einer Team-Vorstellung weiter machen, auch Video einbinden oder teilen oder eine Umfrage starten*

First Responder Freisen
 Gepostet von Daniel Klemm [?] · 5. Februar · 🌐

+++ Teamvorstellung +++

"Oftmals sind die Angehörigen eines Patienten bei einer medizinischen Notlage sehr dankbar, wenn nach nur wenigen Minuten ein Helfer vor Ort ist!" - Diese Erfahrungen macht Christian Alles immer wieder.

CHRISTIAN ALLES

Funktion:

- stv. Leiter der Einsatzgruppe
- Beisitzer im Vereinsvorstand

Medizinische Qualifikation:

- Rettungssanitäter
- Krankenpfleger

Wohnort: Freisen

First Responder Freisen
 Ehrenamtliche Tätigkeit

2.279 Personen erreicht

Gefällt mir · Kommentieren · Teilen · Buffer

Brigitte Forster, Anne Kastel und 52 weitere Personen

17 Mal geteilt

First Responder Freisen
 Gepostet von Dennis Kern [?] · 30. Januar · 🌐

Vielen *****DANK***** für fast 2000 € ❤️ Wir haben jetzt noch 41 Tage Zeit unser Ziel von 5000 € zu erreichen, unterstützt uns weiterhin tatkräftig, damit wir auch weiterhin Leben sicher & schnell retten können! 📌 #teilenerwünscht

Anschaffung neuer Schutzausrüstung - Unsere Volksbank eG St. Wendeler Land
 Crowdfunding Kampagne von Björn Werth.
 UNSEREVOLKSBAK.VIELE-SCHAFFEN-MEHR.DE

First Responder Freisen

2.421 Personen erreicht

Gefällt mir · Kommentieren · Teilen · Buffer

Lisa Cloß, Yvo Nne und 9 weitere Personen

19 Mal geteilt

Wichtig ist immer ein guter Wechsel zwischen den einzelnen Postings, wenn mehrere Social Media Kanäle existieren, sind Cross-Postings (abwechselnd über verschiedene Kanäle zu posten) sehr sinnvoll!

- Marketing-Strategien anwenden
 - Welche Zielgruppe möchten wir ansprechen?
 - Interne Vereinsmitglieder
 - Externe Freunde, Bekannte, Gönner des Vereins
 - Bevölkerung im Ort, Gemeinde, Landkreis oder Bundesland
 - Wo möchten wir unsere Marketing-Strategie veröffentlichen?
 - Online (Social Media Kanäle, eigene Homepage, Partner-Seiten)
 - Offline-Medien (lokale Zeitungen, Amtsblatt, Wochenspiegel)
 - Pressegespräche mit Online-Medien/Medien vereinbaren
 - Mund-zu-Mund-Propaganda, ältere wie jüngere Mitbürger gezielt ansprechen „*Wir machen etwas auch für dich und deine Kinder/Enkel*“
 - Was wird dazu benötigt?
 - Gute, aussagekräftige Bilder, auf den Bildern muss man die Dynamik spüren und sehen können
 - Texte, die gelesen und sofort verstanden werden – wichtiger Inhalt muss in den ersten 3 Zeilen stehen
 - Grafiken/Bilder mit Text erstellen, ein einfaches und kostenloses Online-Programm dafür ist Canva (www.canva.com), dort können auch kostenlose viele Grafik-Vorlagen, Bilder, Emojis usw. benutzt und in die eigene Grafik eingebaut werden



Weitere Möglichkeiten um den Schwarm zu vergrößern:

- Große Gruppen (Vereinspezifisch) auf Facebook suchen, Mitglied werden und dort Werbung für das eigene Vorhaben machen – In der Regel stoßt man dort auf Förderer und Unterstützung
- Video-Reportagen drehen und auf Facebook und den anderen Kanälen veröffentlichen (Wenn ihr dazu selbst keine Mittel habt, dann spricht eure Online-Presse in eurer Region darauf an)
- Veranstaltung auf Facebook zum Crowdfunding Start/Ende anlegen und gemeinsam mit den Vorstandsmitgliedern Freunde/Bekannte zum Event einladen, dadurch kann im Event immer wieder zum spenden, teilen usw. aufgerufen werden ohne ein Posting über die eigene Seite zu veröffentlichen und dabei vielleicht andere zu „nerven“

Was immer wieder vergessen wird, aber sehr wichtig ist, ist es DANKE zu sagen! Fortschritte beim spenden müssen veröffentlicht und dabei sollte man sich für das bisher erreichte herzlich bedanken, die Leute/Spender freuen sich darüber sehr!

