



Mediaplanung

Digitale Kommunikation in der Zeit bis zur Wahl

Mediaplanung

Hier wird beschrieben,
wie Ihr Eure strategischen Ziele verfolgt.

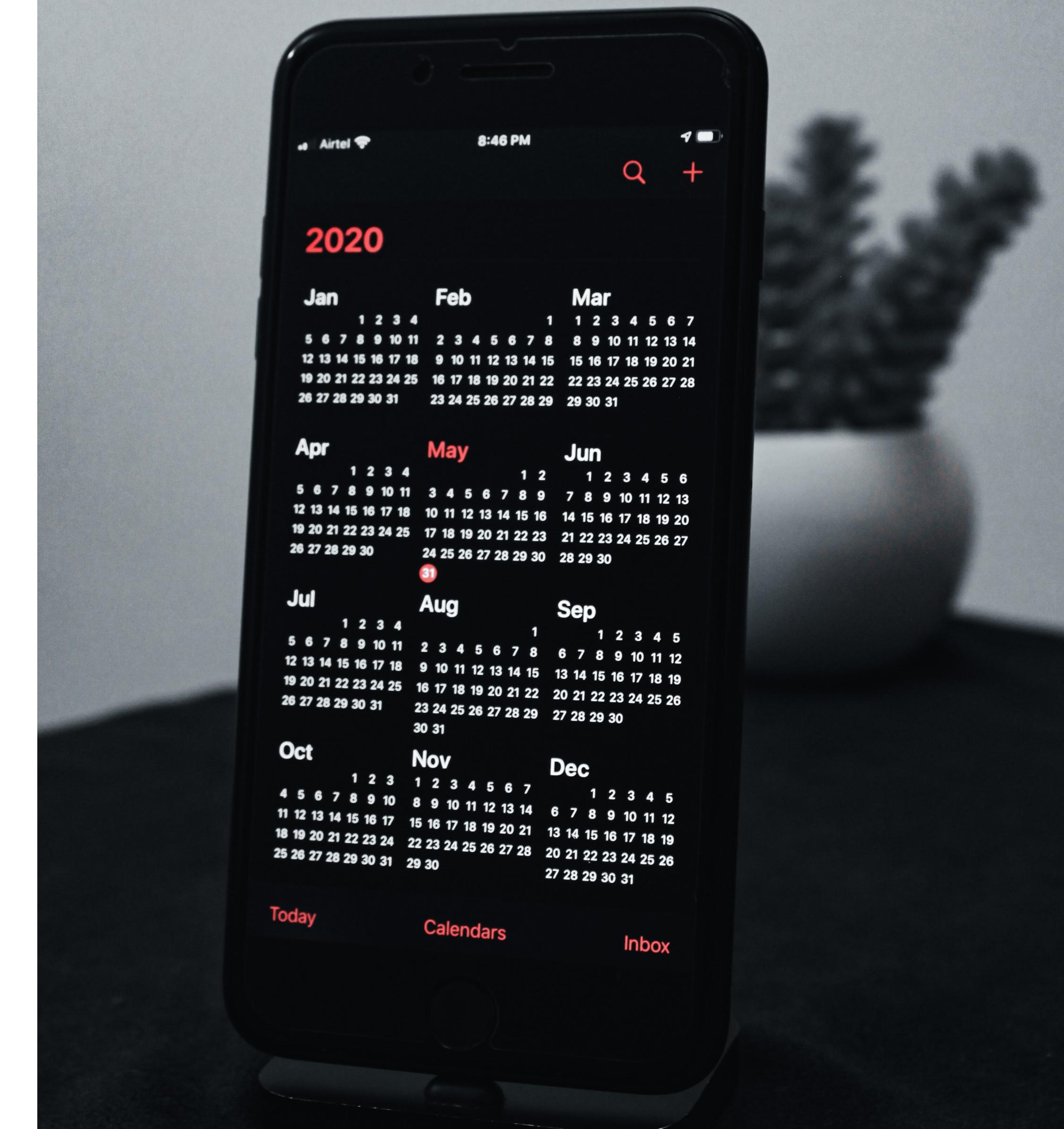
Mediaplanung

Was, wann, wie?

Die Mediaplanung ist ein wichtiges Werkzeug für die digitale Kommunikation, denn die Produktion von Beiträgen benötigt Zeit und techn. Ressourcen.

In der Mediaplanung legt Ihr mit strategischen Argumenten fest, wann Ihr welche Karte spielen wollt und könnt.

Es kommt darauf an, regelmässig und zuverlässig in das Bewusstsein der Beschäftigten zu gelangen, aber auch etwas in der Hinterhand zu haben, wenn es mal spontan und schnell gehen muss.



Mediaplanung: Tipps

Denkt strategisch und plant dramaturgisch

Eine Mediaplanung sollte mehr als eine To-Do-Liste mit Terminen sein.

Prüft, wann die geplanten Aktionen am Besten, auf die Kampagne „einzahlen“ können.

Steigert die Emotionalität und Intensität, je näher der Wahltermin kommt.

Mediaplanung: Tipps

„How you do something, you do anything“

Gebt der Mediaplanung die Bedeutung,
die sie verdient!

Welchen Eindruck macht Ihr, wenn Ihr zu einem öffentlichen Termin
nicht pünktlich seid oder nicht erscheint?

Genau den gleichen Eindruck hinterlasst Ihr im Unterbewusstsein
der Beschäftigten, wenn Ihr digitale „Termine verschlampt.“ Das wäre fatal.

Alle BR-Wahlkämpfer*innen müssen zuverlässig am Ball bleiben!!

Mediaplanung: Tipps

Qualität geht vor Quantität

Plant Eure Zeitressourcen realistisch ein und veröffentlicht im Zweifelsfall lieber etwas weniger Beiträge, die dafür aber richtig gut sind.

Mediaplanung: Tipps

Konzentriert Euch auf einen Kanal



Mediaplanung: Tipps

Konzentriert Euch auf einen Kanal

Ihr müsst für den BR-Wahlkampf keine Champions in den sozialen Medien sein!

Ziebt nicht auf Follower, Likes und Clicks auf öffentlichen Plattformen, sondern konzentriert Eure Kraft auf eine digitale Plattform, die betriebsintern funktioniert: eine Gruppe in einer Messenger-App, oder das Intranet oder einen Newsletter oder

Mediaplanung: Tipps

Bewerbt Euren Kanal mit Allem, was Ihr habt

Nutzt alle Eure vielleicht schon vorhandenen Social Media Präsenzen und digitalen Auftritte „nur“ dazu, um auf neue Beiträge auf Eurem „Hauptkanal“ hinzuweisen.

Nutzt alle Euren analogen Publikationen (Briefe, Flugblätter, Pinnwände, Poster), um einen Barcode mit Link zu Eurem Hauptkanal zu promoten.

Mediaplanung: Tipps

Macht jeden Beitrag zum Event



Mediaplanung: Tipps

Macht jeden Beitrag zum Event

Jeder Newsletter, jeder gut recherchierte Beitrag, jedes Video kostet viel Zeit und Kraft. Nutzt den wertvollen Inhalt, den Ihr gestaltet, voll aus, indem Ihr ihn auch ankündigt und nachbereitet.

Denkt wie bei einem aufwändigen Essen:

Ihr ladet ein, zeigt die Speisekarte, bittet zu Tisch, geniesst das Essen, und trefft Euch ein paar Tage später mit den Gästen auf einen Kaffee, um Euch an das Essen gemeinsam zu erinnern.

Mediaplanung: Tipps

Macht jeden Beitrag zum Event

Legt in der Mediaplanung die Gewerke der Vor- und Nachberichterstattung terminlich möglichst so an, dass die Wirkung nicht durch Zwischenereignisse verpufft:

- Ankündigung spätestens 7 Tage vor der Veröffentlichung
(kann auch mehrmals wiederholt werden)
- Sofort nach Veröffentlichung Kommentare und Rückfragen betreuen
- Spätestens jew. am Monatsende eine Nachlese oder Rückbetrachtung posten

Mediaplanung: Tipps

Messen, Feedback, Analysen, Reaktionen ...

Wiederholt und verstärkt, was gut funktioniert

Eine Mediaplanung muss dynamisch sein.

Wenn Ihr feststellt, das eine Beitragsform oder ein Thema sehr gut oder gar nicht bei den Beschäftigten ankommt, dann passt Eure Planung entsprechend an.

Mediaplanung: Was, wann, wie?

Legt einen Kalender als Excel-Tabelle an.

Jahresansicht

- Alle Veröffentlichungen auf einen Blick.
- Sehr zeitaufwändige Beiträge rot markieren. Rote Beiträge nicht zu nah nacheinander terminieren.
- Frequenz/ Intensität zum Wahltermin steigern.

Monatsansicht

- Feste Tage für Rubriken und Formate etablieren.
- Vor- und Nachberichterstattung terminieren.
- Zuständigkeiten anzeigen (Kürzel).
- Jour Fixe für Teambesprechung

Wochenansicht

- To-Do-Listen und Zuständigkeiten.
- Bearbeitungsstatus anzeigen.
- Korrekturphasen anzeigen.
- Format und Kanal der Veröffentlichung anzeigen.

Mediaplanung

Wann, wie und wo können Euch die Beschäftigten
digital
sehen, erleben, treffen, fragen und erfahren, für was Ihr steht?

Mediaplanung

Checkliste

1. Welche betrieblichen und sonstige Anlässe stellen terminliche Fixpunkte im Kalender dar, zu denen digital kommuniziert werden sollte?
2. Welche Eurer wichtigen **Themen und Inhalte, mit denen Ihr auch Wahlkampfaussagen gestaltet**, haben einen übergeordneten Aktualitätsbezug an einem bestimmten Datum?
3. Welche **Wahlkampfaktionen** des BR benötigen eine Vorberichterstattung, Live-Berichterstattung und/oder Nachberichterstattung?
4. Wann kann der BR einen Peak in der Aufmerksamkeit der Beschäftigten erwarten und nutzen?
5. Wann werden welche medialen Angebote und Services konzipiert, produziert, gelauncht, kommuniziert und betreut?

Mediaplanung

Checkliste

6. Welche Arbeitsprozesse (Workflows) müssen bei Euch aufgebaut werden, für:
 - A. die vorbereitende Medienproduktion (**Recherche, Konzept, Orga**)?
 - B. Zwischenpräsentationen der Geweke und Freigaben (**wer entscheidet über die Inhalte**)?
 - C. Publikation (**wer veröffentlicht was, wann, wie und auf welcher Plattform**)?
 - D. und für die Betreuung nach der Publikation (**wer beantwortet wann und wie Kommentare oder Rückfragen**)?
7. Zu welchen Zeitpunkten können fehlende technische Ressourcen besorgt werden (**Hardware & Software**)?
8. Wann kann ich wichtiges Know-how an das BR-Team vermitteln (**Webinare, Online-Kurse, interne Teamschulungen**)?

