

Aktionswoche Gebäudegrün

19. - 24.09.2022

AKTIONEN-STECKBRIEF



3 Mediale und digitale Aktionen

Grundsätzlich benötigen alle kleinen und großen Aktionen mediale Vorankündigung und Nachberichterstattung. Doch auch über die laufenden Aktionen kann live berichtet werden.

3.4 Social-Media Material

Im Vorfeld und während der Aktionswoche werden verschiedene Aktionen über die Social Media-Kanäle begleitet und mit weiteren Informationen ergänzt. Doch auch davon unabhängige Kampagnen sind für sich schon Aktionen. Hierfür steht Material (z. B. Fotos, Texte, Links) zur Veröffentlichung zur Verfügung.



A Angesprochene Zielgruppe

- Bürger*innen und Weitere; abhängig von Ihrer Social-Media-Präsenz und Reichweite
- Je nach Kanal unterschiedliche Alters- und Interessengruppen

B Akteure

- Betriebliche oder städtische Öffentlichkeits-Abteilungen
- Vereine und Verbände
- Jeder, der SocialMedia aktiv verwendet

C Aktionen/Aufwand/Durchführbarkeit

- Geringer Aufwand
- der BuGG stellt Themen, Texte und Bildmaterial zur Verfügung
- Ggfs. Zeitplan zur gezielten Veröffentlichung von Inhalten

Aktionswoche Gebäudegrün

19. - 24.09.2022

AKTIONEN-STECKBRIEF



3.4 Social Media-Material

D Mögliche Aktionsorte

- Instagram: jüngere Zielgruppe, 20-35-Jährige
- TikTok: junge Zielgruppe, 15-25-Jährige
- LinkedIn: Professionals aller Altersgruppen
- Xing: geschäftliche Kontakte Deutschlandweit
- Twitter: Diverse Zielgruppe, „Gutverdiener“
- Facebook: Ältere Zielgruppe

E Praxisbeispiele/Links

- <https://www.facebook.com/Gebaeudegruen/?fref=ts>
- <https://www.facebook.com/zvdhdachdecker/>

F Anbindung zu weiteren Aktionen

- als vorbereitende und werbende Funktion in Verbindung mit allen weiteren Aktionen möglich

Ansprechpartner*innen

Team der BuGG-Geschäftsstelle in Saarbrücken
info@bugg.de
T. 0681 9880570