



BODEN 2.0 – BODEN GOES SOCIAL MEDIA

Klaus Kruse // 2016-10-20

Impulsvortrag im Rahmen der Konferenz „Lass uns Reden! Aus Liebe zum Boden“
19. und 20. Oktober 2016, Bundespresseamt Berlin

#ausLiebezumBoden



Die Kommunikation wird digital und „social“

80 % der Deutschen sind online

55 % der Onliner surfen mobil

272 min tägliche Online-Nutzung bei 14-29-Jährigen

63 % aller Deutschen sind täglich online

61 % der 14-29-jährigen vernetzen sich in Online-Communities

28 Mio. deutsche Facebook-Nutzer

Über 600.000 Konversationen im Social Web zum Thema Umwelt

45 % der Onliner nutzen E-Government Angebote



„Boden 2.0 – Boden goes social media“ → Boden 2.0???

Boden 2.0 -

mit Apps & Social Media neue Wege
in der Kommunikation rund um das Thema Boden

Hans J. Heineke¹, A. Steininger¹, K.



#bmub30
10. und 11. September 2016
EUREF-Campus, Berlin Berlin-Gütersloh

Jeder 5. landwirtschaftliche Betrieb mit „Landwirtschaft 4.0“



What is science 2.0?
the community for the advancement of science

“Science 2.0 uses the technologies of web 2.0 to conversations between researchers, let them discuss the data and connect it with other data that might be relevant. Blogs, wikis and such permit users to make information available in ways that create a conversation. Web 2.0 permits scientists to create digitized conversations that provide context for the data.”

Boden der Zukunft

- 82 Es lebe die Vielfalt!
Ansätze zur bodenschonenden Landwirtschaft
Von Hans R. Herren und Samuel T. Ledermann
- 87 Raus aus dem Lagerdenken!
Zwei Standpunkte zur Nachhaltigen Intensivierung
Von Annette Piorr und Steffen Pingen
- 97 Big Data und dicke Kartoffeln
Boden 4.0
von Hubert Wigginger

NATURSCHUTZ 2.0

Eine App schützt den Steinkauz

Was ist das für ein Baum? Wie heißt nochmal dieser Schmetterling? Und wo kommt der Steinkauz eigentlich vor? Die «Artenfinder»-App hilft unwissenden Spaziergängern auf die Sprünge und trägt so zum Artenschutz bei.

10

politische ökologie 146 *Bodenschutzpolitik

→ Der Zusatz „2.0“ (oder mehr) taucht inzwischen an vielen Stellen auf. Hintergrund ist die Bezeichnung Web 1.0 (lesbares Web mit statischen Seiten) und Web 2.0 (nicht nur lesen, sondern man schreibt auch etwas – eigene Inhalte, Kommentare). Die so genannten Web 2.0-Anwendungen haben häufig einen „sozialen Charakter. Daher wird auch der Begriff „Social Web“ bzw. „Social Media“ verwendet. Der Begriff „Sozial Media“ hat den Begriff „Web 2.0“ allmählich abgelöst...

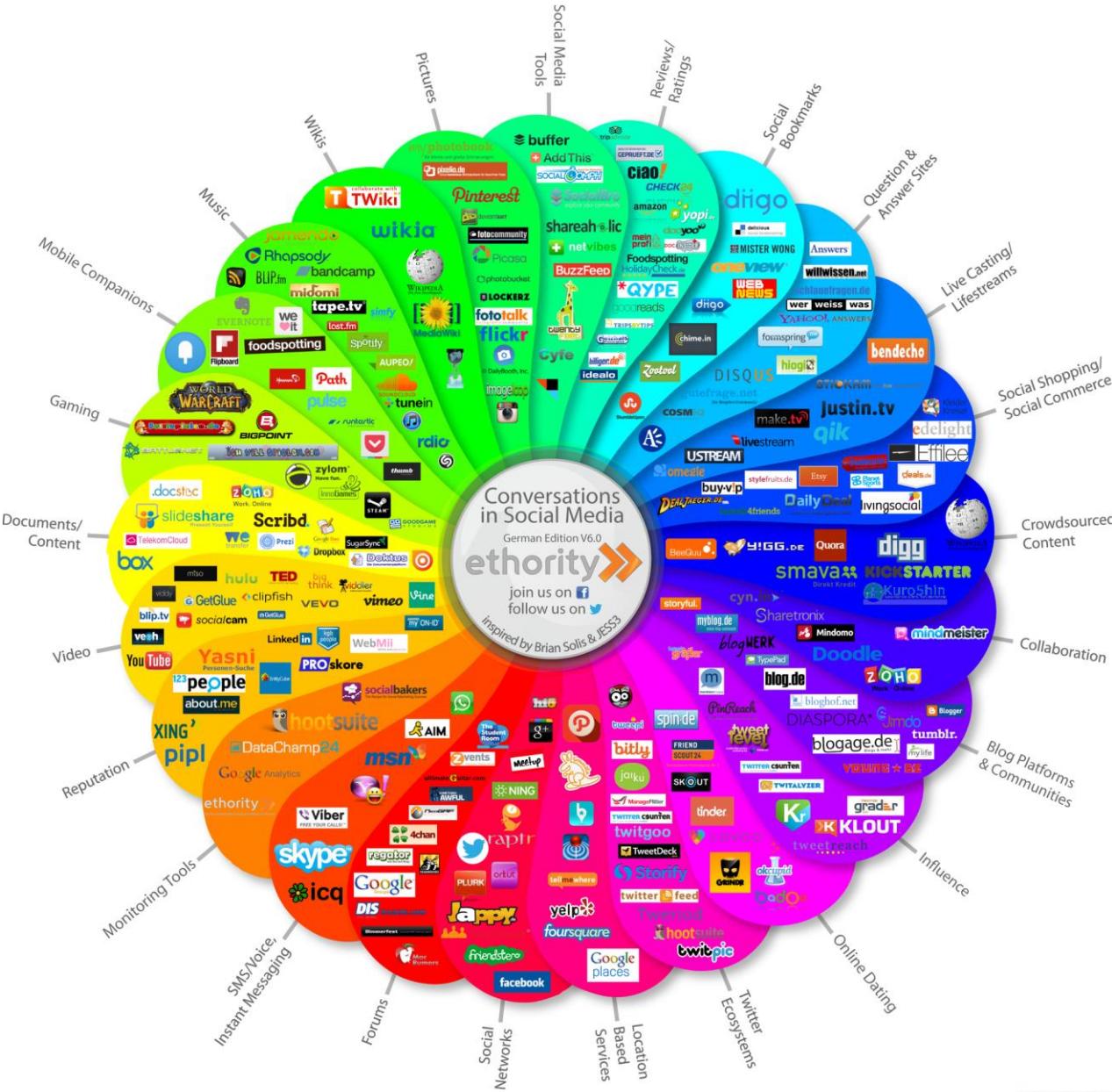




<https://www.youtube.com/watch?v=bUXBn7UbyS0>



Social-Media-Plattformen



- Social Media sind digitale Plattformen, die Nutzer zum gegenseitigen Austausch von Inhalten verwenden
- Schwieriger Überblick über die Fülle an Social-Media-Plattformen (laufende Veränderung)
- Riesige Vielfalt für alle Nischen, Anwendungen und Zielgruppen
- Zumeist wird Social Media als Insellösung verstanden (...beschränkt sich z.B. ausschließlich auf Facebook)
- Die Popularität von Social Networks ist länderspezifisch

(Einen Überblick über die Plattformen liefert das Conversation Prism von Brian Solis - hier in der eingedeutschten Version der ethority GmbH)



Übersicht Social Media Nutzer (Deutschland)



Qualität der Inhalte im Social Web?

Faustregel:

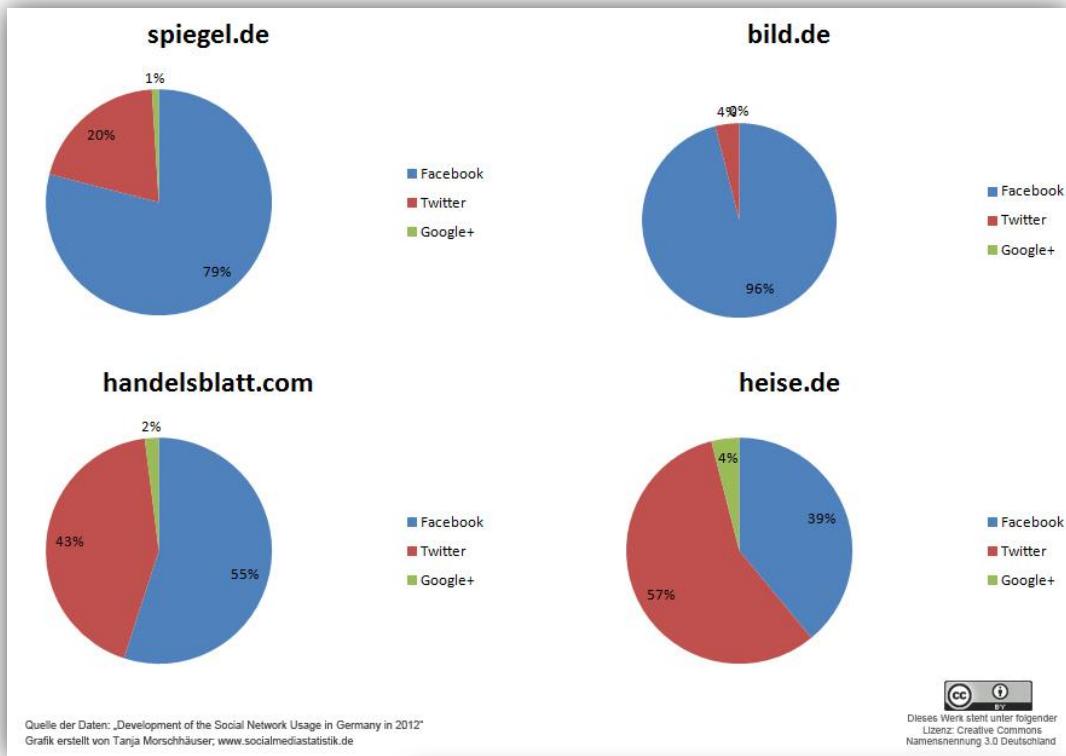
Web 2.0 = 80 % „heiße Luft“; 20 % Potential

These:

Im Web 2.0 gibt es genauso viel „Schund“ wie an jedem Zeitungskiosk. Und genauso viele „wertvolle Inhalte“.



Social Media & Presse

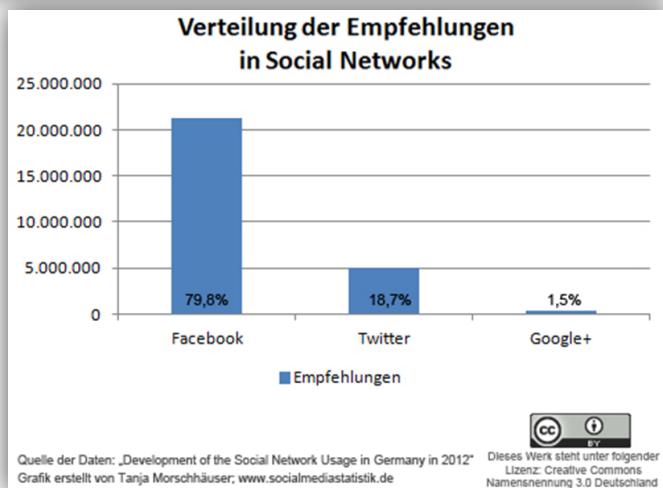


Wer in Deutschland Nachrichten im Netz mit anderen teilt, tut dies vor allem über Facebook.

Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie der TU Darmstadt.

Die Studie untersuchte, wie oft Artikel der 15 größten deutschen Nachrichtenseiten auf den Plattformen geteilt wurden.

→ Das Ergebnis:
In vier von fünf Fällen wird dazu Facebook genutzt, der Rest läuft über Twitter. Google+ spielt demnach kaum eine Rolle.



Insgesamt wurden 2012 Informationen zu über 592.000 Artikeln gesammelt, die im gesamten Jahr insgesamt

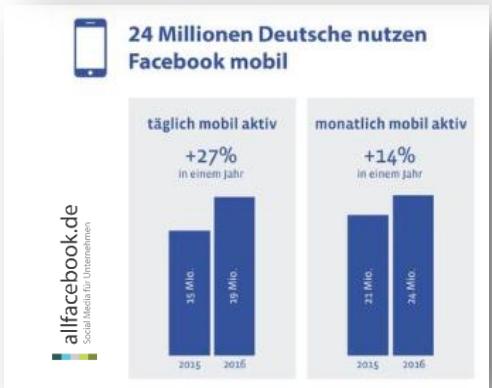
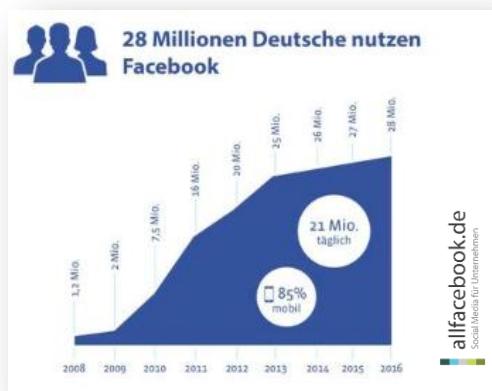
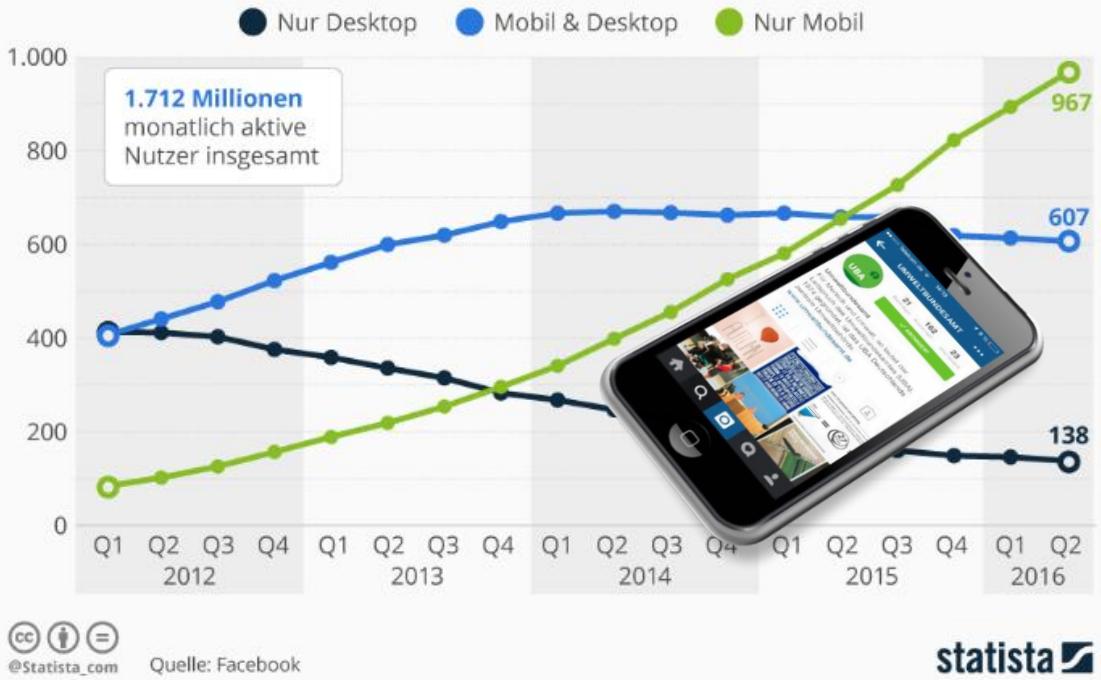
- 5 Millionen Tweets (Twitter),
 - 21,3 Millionen Likes (Facebook) und
 - 407.000 PlusOnes (Google+)
- hatten.



Trend: Social Media wird „mobil“ und „bewegt“

Fast 1 Milliarde Mobile-Only-Nutzer

Anzahl der monatlich aktiven Facebook-Nutzer nach Art des Zugangs (in Mio.)



- „Videos überrollen soziale Netzwerke.“
- „Facebook richtet App voll auf Live-Video aus.“
- „Warum du unbedingt Videos auf Facebook posten solltest.“
- „Einige Sekunden bei Facebook oder Twitter genügen meist, um in Kontakt mit einem automatisch startenden Video zu kommen.“

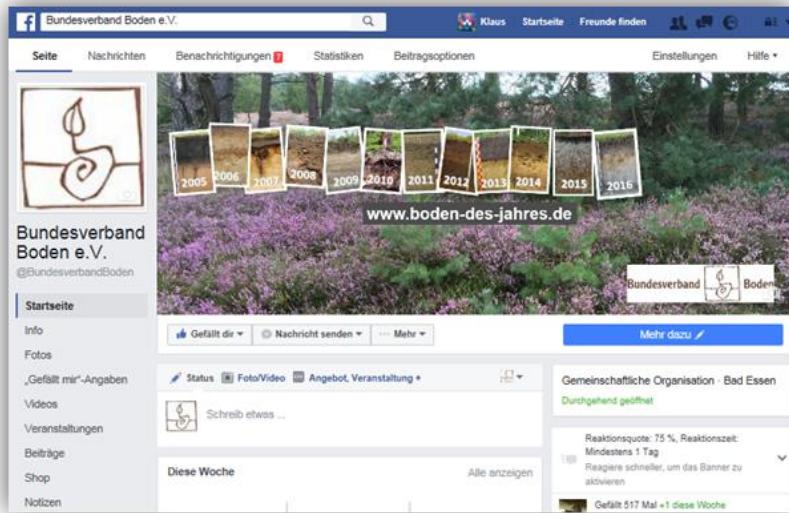
...zum vertiefen:



BVBODEN AUF FACEBOOK & TWITTER



Social Media – Angebot des BVBoden



Bundesverband Boden e.V. (@BundesverbandBoden)

Startseite

Info

Fotos

„Gefällt mir“-Angaben

Videos

Veranstaltungen

Beiträge

Shop

Notizen

Seite Nachrichten Benachrichtigungen Statistiken Beitragsoptionen Einstellungen Hilfe

www.boden-des-jahres.de

Mehr dazu

Gemeinschaftliche Organisation - Bad Essen Durchgehend gefüllt

Reaktionsquote: 75 %, Reaktionszeit: Mindestens 1 Tag Reagiere schneller, um das Banner zu aktivieren

Diese Woche Alle anzeigen

Gefällt mir 517 Mal +1 diese Woche

<http://www.facebook.com/BundesverbandBoden>

Verbandinformationen, Veranstaltungen, Fotos, Berichte, Infos zu div. Themen mit Bodenbezug, etc.
Bisher rd. 3.700 Tweets/Posts (online seit Ende 2012).



Startseite Über uns Twitter durchsuchen Hast Du einen Account? Anmelden

www.boden-des-jahres.de

Bundesverband Boden (@BVBoden)

Tweets 3.768 FOLGE ICH 371 FOLLOWER 444 GEFALLT MIR 1.356

Bundesverband Boden (@BVBoden) 2 Std. 444

Bundesverband Boden retweetet Boden Infos (@Boden_Infos) 10 Std. Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland fordert Landesprogramm gegen #Bodenerosion. #Boden #Bödenzust...

#bvboden.de Beigetragen November 2012

Tweets Tweets & Antworten Medien

Registrieren

Neu bei Twitter? Melde Dich jetzt an, um Deine eigene, personalisierte Timeline zu erhalten!

Vielelleicht gefällt Dir auch: Ankreuzen

Boden Infos (@Boden_Infos) Initiative Boden (@Ground_our_Land) Global Soil Week (@GlobalSoilWeek)

<http://twitter.com/BVBoden>



Bundesverband Boden e.V. hat 5 neue Fotos zu dem Album „Fraulein Brehms Tierleben - Nationale Aufaktveranstaltung zum II“ hinzugefügt. 18. Januar 2015

Nationale Aufaktveranstaltung zum Internationalen Jahr des Bodens 2015 im Umweltministerium in Berlin - 4. Dezember 2015 - Fraulein Brehms Tierleben

Gefällt mir Kommentieren Teilen



Bundesverband Boden e.V. hat Das Internationale Jahr des Bodens 2015 am IUFZ Hamburgs Foto geteilt. 6. März um 07:31 · v

Biertrinken mit hohem Niveau! Bierdeckel "Bruno Braunerde" mit Kolleginnen

Das Internationale Jahr des Bodens 2015 am IUFZ Hamburg

Biertrinken mit hohem Niveau! Die 18 Bierdeckel "Bruno Braunerde und die Bodentypen" vermitteln auf anschauliche und humorvolle Weise die Vielfalt und Bedeutung von Böden. Zu erwerben bei uns im IUFZ zum Schnäppchenpreis - einfach mal im Sekretariat bei Frau Döbler nachfragen...

Gefällt mir Kommentieren Teilen



Bundesverband Boden e.V. 13. März um 03:29 · v

"Mein Essen - unser Boden" <http://bodenwelten.bvboden.de/content/mein-essen-unser-boden>

bodenwelten

Gefällt mir Kommentieren Teilen



Du hast retweetet

Bundesverband Boden (@BVBoden) 22. Aug. #Bodenbewusstsein - boden-mal-anders.de - Was die Welt des Bodens einzigartig macht... #Boden

Starballe Wörter Impressum Kontakt

anders boden interviews spielerisch fachlich neutral lokal aktiv

LEIBNIZ

Die Beschützer seltener Erden

3 2

Social Media – Angebot des BVBoden

Beitrag mit der größten Reichweite (nur Facebook, ohne Twitter): „Bruno Braunerde und die Bodentypen“

Beitragsdetails

Gemeldete Statistiken sind möglicherweise zeitversetzt und entsprechen nicht den Angaben in den Beiträgen. X

 **Bundesverband Boden e.V.**
Gepostet von Klaus Kruse [?] · 15. September ·

Wir sind die #BodenTypen - Das interaktive Schulwandbild „Bruno Braunerde und die Bodentypen“ mit den Bodenfiguren-Cartoons ist ein niedrigschwelliges Lernmaterial zum Thema Vielfalt und Funktionen von Böden. Es wurde entwickelt als Teil der Öffentlichkeitsarbeit der Deutschen Bodenkundlichen Gesellschaft (DBG) für das „Internationale Jahr des Bodens“ #IYS2015. Mehr Informationen: <https://www.dbges.de/.../bruno---braunerde-flyer-der-boden...> Flyer: <https://www.dbges.de/...> Mehr anzeigen



9216 Erreichte Personen

323 „Gefällt mir“-Angaben, Kommentare und geteilte Inhalte

232 „Gefällt mir“-Angaben	61 Zu einem Beitrag	171 Zu geteilten Inhalten
30 Kommentare	4 Zu einem Beitrag	26 Zu geteilten Inhalten
61 Geteilte Inhalte	56 Zu einem Beitrag	5 Zu geteilten Inhalten

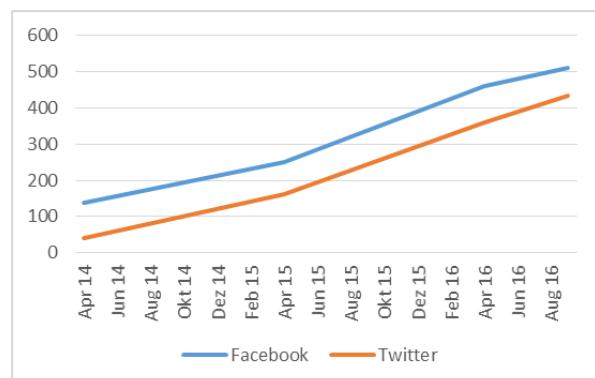
2176 Klicks auf Beiträge

951 Fotoaufrufe	31 Klicks auf Links	1194 Andere Klicks
-----------------	---------------------	--------------------

...durchschnittliche Reichweite pro Beitrag zw. 50 und 400 Personen.

Entwicklung der Seiten:

	April 2014	April 2015	April 2016	Sept. 2016
Facebook	137 „Gefällt mir“	251 „Gefällt mir“	460 „Gefällt mir“	511 „Gefällt mir“
Twitter	ca. 40 Follower	163 Follower	361 Follower	434 Follower



Social Media - Angebot des BVBoden / ausgewählte Freunde (Facebook):

 <p>Service- und Kompetenzzentrum: Kommunaler Klimaschutz</p>	 <p>European Environmental Bureau - EEB</p>
 <p>Erosion3D</p>	 <p>The OSCAR Project</p>
 <p>Wandern & Naturerlebnisse - wanatu.de</p>	 <p>(idw) Informationsdienst Wissenschaft - idw</p>
 <p>Wochenblatt für Landwirtschaft & Landleben</p>	 <p>Save Our Soils Fund</p>
 <p>giz</p>	 <p>Agrarbetrieb</p>
 <p>Grafiquo Werbeatelier</p>	 <p>ordiga.de</p>
 <p>LehrerInnen für Nachhaltige Entwicklung</p>	 <p>GoodSleep Oasis</p>
 <p>energieverbraucherportal</p>	 <p>CRCS - Centro di Ricerca sui Consumi di Suolo</p>
 <p>Deutscher Naturschutzpreis</p>	 <p>People4Soil</p>
 <p>Geologischer Dienst NRW</p>	 <p>Anton Hofreiter</p>
 <p>The Global Soil Partnership</p>	
 <p>greenjobs.de</p>	
 <p>Common Soil</p>	
 <p>Fachschule für Ökologischen Landbau Kleve</p>	
 <p>SoilVital - Büro für Bodenkunde und Bodenpflege</p>	
 <p>Le Monde diplomatique - Deutsche Ausgabe</p>	
 <p>Lebendige Luppe</p>	
 <p>RoliLahla Agriculture Microfinance Project Ltd</p>	
 <p>Moorwelten - Europäisches Fachzentrum Moor und Klima</p>	
 <p>Global Soil Week</p>	

(viele prominente Personen, Institutionen, Initiativen und Medien, die sonst nicht erreicht würden.)



Social Media – Angebot des BVBoden / ausgewählte Follower (Twitter):

DBU
@umweltstiftung FOLGT DIR
Deutsche Bundesstiftung Umwelt

Bauernverband Bayern
@BayerischerBauern FOLGT DIR
Der Bayerische Bauernverband vertritt die Interessen der Landwirte in ganz Bayern - es twittern Mitarbeiter des Bereichs Kommunikation in München.

NL Agrar
@NLagrar FOLGT DIR
Hier twittert die Landwirtschaftsabteilung der niederländischen Botschaft in Berlin zu AgroFood und Gartenbau in den Niederlanden. NL Twitter @AgrnBerlijn

Umwelt Hessen
@UmweltHessen FOLGT DIR
Hier twittert die Pressestelle des Hessischen Ministeriums für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (Profilfoto: H. Zettl)

EU Environment
@EU_ENV FOLGT DIR
Official account of the Directorate-General for Environment (ENV), European Commission. RT, quotes from 3rd parties and links are not...

[W] wie Wissen
@wwiewissen FOLGT DIR
Die Wissenssendung im Ersten, samstags, 16.00 Uhr

Redaktionsbüro HS
@Heike_Sievers FOLGT DIR
Texterin, Fachjournalistin in der Agrar- u. Lebensmittelwirtschaft, Impressum: <https://t.co/CnOnW3XaEd>

GartenFlora
@GartenFlora2 FOLGT DIR
Deutschlands traditionsreichste #Gartenzeitschrift versteht sich als moderner & lebendiger Ratgeber für Gärtnner und Genießer.

Forstkammer BW e.V.
@FokaBW FOLGT DIR
Die Forstkammer - Sprachrohr, Interessensvertretung und Dienstleister der privaten und kommunalen Waldbesitzer und Waldbesitzerinnen...

Seedbomb City
@SeedbombCity FOLGT DIR
Seedbomb City will mehr Grün in der Stadt. Mit Seedbombs deinen urbanen Lebensraum zurück erobern. Wir versorgen Dich mit Nachschub!

Initiative Boden
@Grund_zum_Leben FOLGT DIR
Initiative „Boden Grund zum Leben. des #BIMZ und eines breiten Partner-Netzwerks, vertreten durch die #GIZ. Ziel: Schutz von fruchtbaren Böden...

BGS SSP
@BGS_SSP FOLGT DIR
Die Bodenkundliche Gesellschaft der Schweiz ist Mitglied der Schweizerischen Akademien der Wissenschaften und fördert Forschung und Praxis in der...

BonaRes-Zentrum
@BonaRes4u FOLGT DIR
Hier tweetet das BonaRes-Zentrum. | Tweeting here - the BonaRes Centre

World Soil Museum
@WorldSoilMuseum FOLGT DIR
The ISRIC World Soil Museum is a unique museum with 90 soil profiles on display from all over the world. The total ISRIC soil profile collection is over 1000

Ackergift Nein Danke
@landwende FOLGT DIR
Ackergifte? Nein Danke! ist die Kampagne unserer #Glyphosat betroffenen Bürgerinitiative LANDWENDE. Wir setzen uns für...

Maria Krautzberger
@MKrautzberger FOLGT DIR
Präsidentin des @Umweltbundesamt / President of the German Environment Agency (UBA). Views are my own.

Günther Bachmann
@BachmannGünther FOLGT DIR

Renate Künast
@RenateKünast FOLGT DIR
Feministin, Foodie, Gärtnerin. Anwältin, Sozialarbeiterin, MdB. Vorsitzende Auss. Recht und Verbraucherschutz & ehem. Verbraucherministerin.

Stefan Wenzel
@StefWenzel FOLGT DIR
Information about the global change to climatejustice and renewable energy - Ministry for the Environment, Energy and Climate Protection

Kai Nieber
@KaiNieber FOLGT DIR
Präsident beim Deutschen Naturschutzbund und Professor an der Universität Zürich - aber gezwitscher werden meine eigenen Ansichten.

(viele prominente Personen, Institutionen, Initiativen und Medien, die sonst nicht erreicht würden.)



Analysieren

- Ziele definieren: Was will ich erreichen?
- Zielgruppen definieren, wo finde ich meine Zielgruppe(en)
- Ergänzt der Kanal das bestehende Angebot
- Welche Inhalte hätten Sie selbst gerne...

Planen

- Inhalte erstellen, Material sammeln (Text, Bilder etc.)
- Zeitabschätzung
- Kosten? Werbung für den Kanal?

Los geht's

- Kanal bewerben
- Hinweise auf Website
- Vernetzen mit Partnern/Freunden/Mitgliedern,
- Fan und Follower anderer Seiten werden; liken und teilen
- Regelmäßige Pflege, präsent sein und mitmachen

Prüfen

- Ziele erreicht? Wenn nicht, warum...! – Monitoring!
→ Werkzeuge (z.B. TweetDeck, Google Alerts)
- Ergeben sich neue Möglichkeiten?



Checkliste für Social Media Beiträge

1. Um was geht es?
2. Welche Botschaft/
Kernaussage soll vermittelt
werden?
3. Zielgruppe: Wen soll der
Beitrag erreichen?
4. Wo findet man
weiterführende
Informationen?
5. Bild, Infografik, etc. zur
Veranschaulichung

Interesse
wecken

Community
aktivieren



Studieninhalte
wiedergeben

Link, Bild, Video
oder Grafik mit
weiterführenden
Informationen



DIE NUTZUNG VON SOCIAL MEDIA IST EINE FRAGE DER HALTUNG, NICHT DER TECHNIK.



VIELEN DANK FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT

#ausLiebezumBoden

Feststellungen zu Social Media und dem digitalen Wandel der Kommunikation

- ✓ Social Media ist **kein isoliertes Phänomen** oder eine Art Internet-hype, der nichts mit der Lebenswirklichkeit der Menschen zu tun hat. Social Media ist im realen Leben.
- ✓ Social Media sind einfache **Kommunikations-Werkzeuge** („Mitmach-Web“), die echte Menschen ganz real miteinander verbinden.
- ✓ Social Media Plattformen (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube etc.) sind Teil eines **gesellschaftlichen Wandels durch die Digitalisierung** und stehen nicht für sich.
- ✓ Die Digitalisierung und Social Media gehen nicht mehr weg, sondern entwickelt sich weiter. **Plattformen kommen, andere gehen.**
- ✓ Das „Soziale“ in Social Media bringt Menschen mit gleichen Interessen miteinander ins Gespräche (ortsunabhängig). Die Intention ist **Menschen miteinander zu vernetzen.**
- ✓ Durch das **mobile Internet** begleitet uns die digitale Kommunikation überall.
- ✓ Der zentrale Begriff im Social Media ist der des **Feeds**. Ein (gefilterter) Nachrichtenstrom aus verschiedenen Quellen (oben rein – unten raus).
- ✓ Auf Feeds beruht auch das Prinzip des „**Folgens**“ (abonnieren der Beiträge eines anderen) im Social Web.
- ✓ **Weitersagen oder Teilen** – Beiträge, die man selbst interessant findet werden weiterempfohlen/geteilt.
- ✓ Immer wichtiger wird das richtige **Informations-Management**.

