

PROJEKTARBEIT

Social Media & Content Marketing

Wildner Akademie

Dozent: Volker Görnert

Social Media Strategie
für
RAINBOW GARDEN VILLAGE

Inhalt

Vorstellung des Unternehmens

Vision | Mission | Werte | Projekt & Ziele | Golden Circle

Marktbeschreibung | Statistiken | Umfragen | Trends

Strategie | SMART Ziele | Zielgruppen | Buyer Persona

Analyse | SWOT Analyse | Keyword Analyse | Konkurrenz Vergleich

Konzeption | AIDA | Content Ideen | Empfehlungen

Produktion | Redaktionsplan

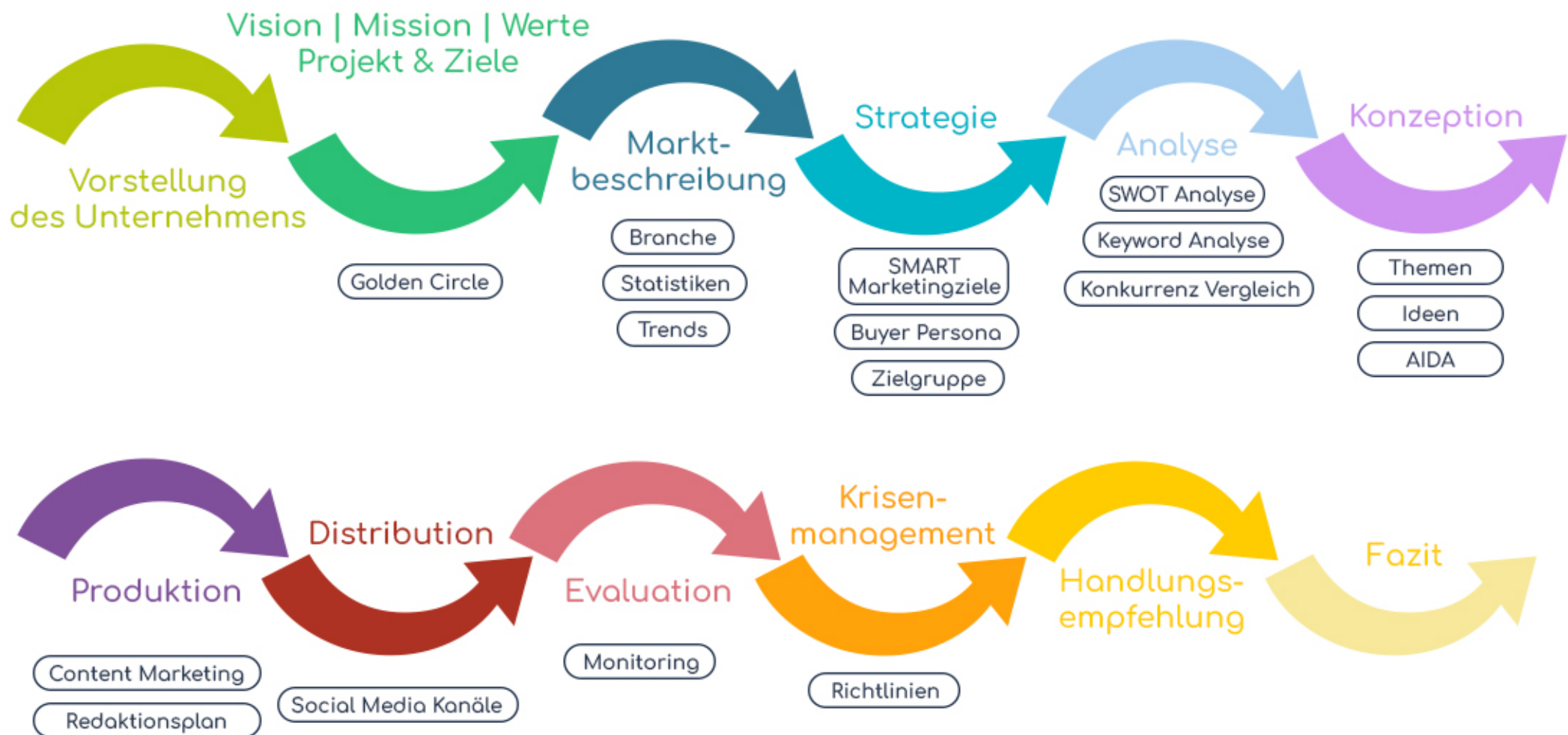
Distribution | Social Media Kanäle

Evaluation | Monitoring

Krisenmanagement | Reputation

Handlungsempfehlung

Fazit



VORSTELLUNG DES UNTERNEHMENS

Vorstellung des Unternehmens

Rainbow Garden Village ist ein Reiseunternehmen in München, das Freiwilligeneinsätze und Praktika in mehr als 30 Ländern ermöglicht.

Das Volunteer Programm bietet in folgenden Tätigkeitsbereichen Projekte an:

WILDLIFE & TIERSCHUTZ

KLIMA & UMWELTSCHUTZ

MEERESBIOLOGIE

SPORT

PSYCHOLOGIE

WOMEN EMPOWERMENT

KULTUR & ENTERTAINMENT

UNTERRICHTEN

SOZIALES

MEDIZIN

Vorstellung des Unternehmens

Die Volunteer Projekte und Einsatzstellen für Praktika verteilen sich auf fünf Kontinente und 30 Länder:

AFRIKA Ghana, Kenia, Namibia, Simbabwe, Südafrika, Tansania, Togo, Uganda

ASIEN Indonesien, Indien, Nepal, Sri Lanka, Thailand, Vietnam

EUROPA Griechenland, Spanien, Italien, Ungarn, Slowenien, Island, Schweden, Kroatien

LATEINAMERIKA Chile, Ecuador, Peru, Costa Rica, Bolivien, Dominikanische Republik

OZEANIEN Australien, Neuseeland

VISION

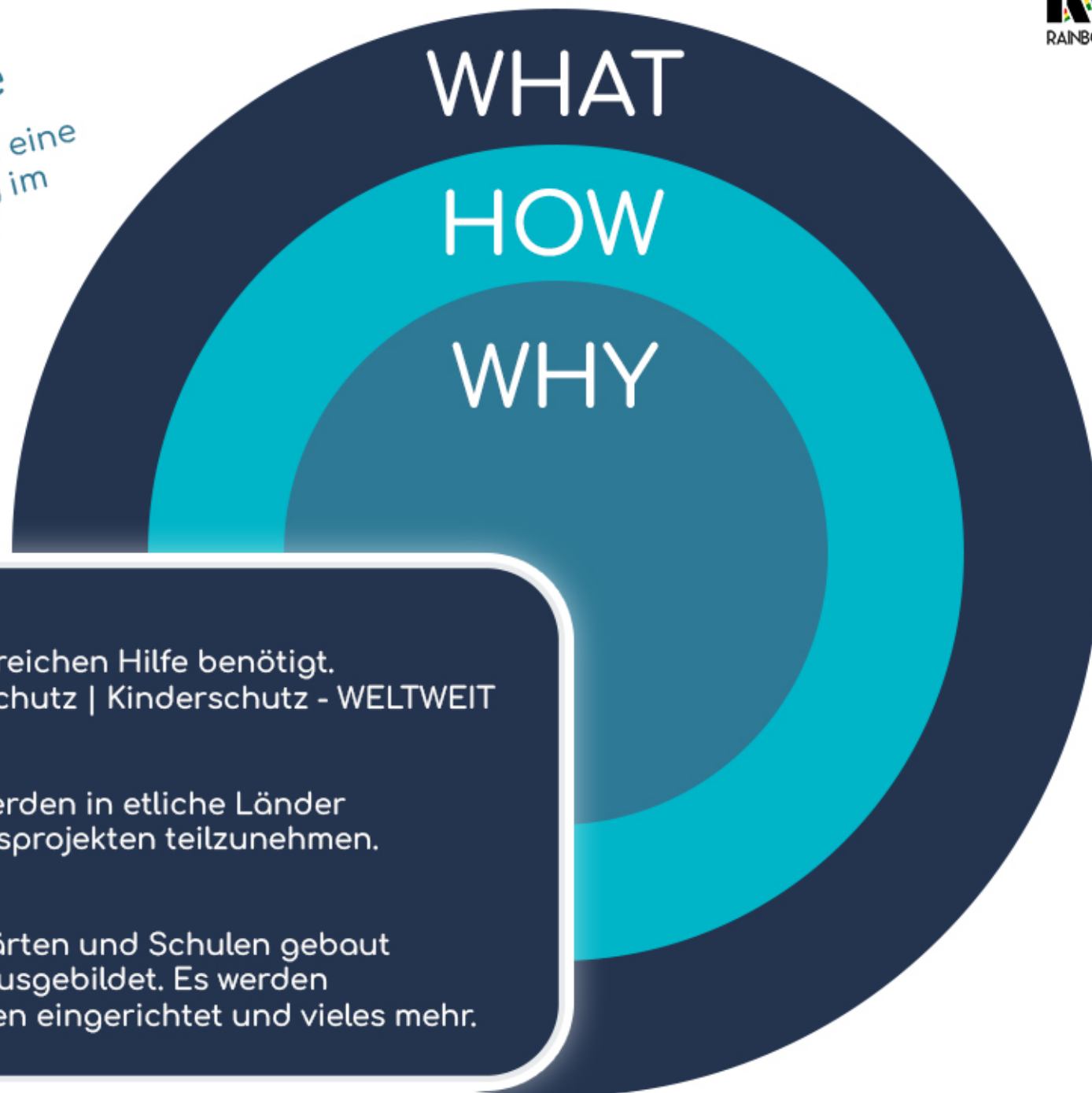
MISSION

WERTE

Vision | Mission | Werte



Golden Circle
Denkmodell, um eine
Strukturierung im
Marketing zu
erleichtern.



WHY

Es wird in vielen Bereichen Hilfe benötigt.
Tierschutz | Klimaschutz | Kinderschutz - WELTWEIT

HOW

Freiwillige Helfer werden in etliche Länder
gesandt um an Hilfsprojekten teilzunehmen.

WHAT

Es werden Kindergärten und Schulen gebaut
und Lehrer:innen ausgebildet. Es werden
Tierauffangstationen eingerichtet und vieles mehr.

Projekt & Ziele

Die Ziele dieser Social Media Strategie sind, ein Bewusstsein für das Thema Volunteering zu schaffen und natürlich ein Followerwachstum für die Kanäle Instagram und Youtube zu erreichen.



IMAGE

Das Image von Freiwilligenarbeit soll verbessert werden

MARKENBEKANNTHEIT

RGV soll zu einer feststehenden Marke werden

REICHWEITE

Die Reichweite soll erhöht werden

NEUKUNDENGWINNUNG

Neue Zielgruppen sollen erreicht werden

MARKT BESCHREIBUNG

Markt

Freiwilligenarbeit | Volunteering | Ehrenamtliches Engagement

Es gibt viele Bezeichnungen für den Einsatz in verschiedenen Projekten, meist im Ausland und sehr häufig im **sozialen** Bereich.

Seit der verstärkten Wahrnehmung des Klimawandels werden **Umweltschutzprojekte** sehr beliebt.

Zu unterscheiden sind **Freiwilligenarbeit** und **Freiwilligendienst**.

Der Freiwilligendienst wird zwar staatlich gefördert, es gibt jedoch Einschränkungen bezüglich Dauer, Projektart, Zielland. Bei der Freiwilligenarbeit ist man deutlich flexibler und kann eigenständig entscheiden, an welchem Projekt, in welchem Land und für welchen Zeitraum man teilnehmen möchte.

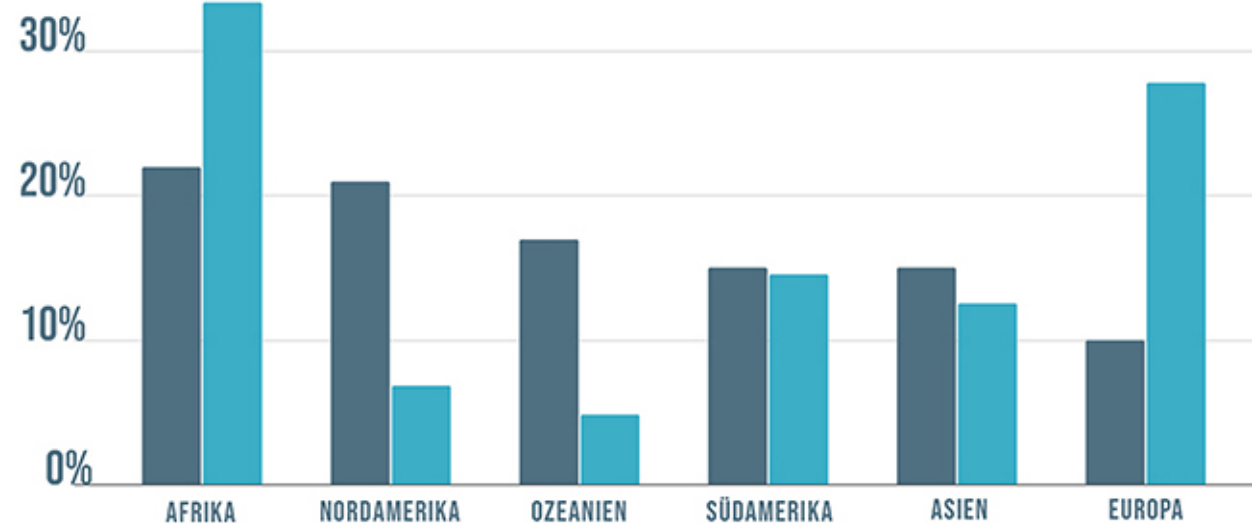
Markt

Das Interesse, dem Klimawandel aktiv entgegenzuwirken, wächst bei der Zielgruppe für Freiwilligenarbeit stetig. Auch die Beliebtheit der Reiseziele hat sich in den vergangenen fünf Jahren verändert.

BELIEBTESTE KONTINENTE 2016 VS 2021

■ FREIWILLIGENARBEIT 2016

■ FREIWILLIGENARBEIT 2021



© freiwilligenarbeit.de

So ist zu beobachten, dass Afrika nach wie vor sehr gefragt ist, Nordamerika und Ozeanien durch Corona bedingte Grenzsicherungen Verluste zu verzeichnen haben und das Interesse für europäische Länder stark gestiegen ist.

Quelle:
www.freiwilligenarbeit.de

Markt

Die Gründe für diese Entwicklung liegen zum einen an den pandemie-bedingten Reisebeschränkungen, zum anderen am stark wachsenden Klimabewusstsein, das sich mittlerweile durch alle Generationen zieht.

Die Auswertung von insgesamt 3155 Volunteer Anfragen seit Anfang 2021 bestätigen den Trend hin zu Naturschutzprojekten.

Erste Veranstalter für flexible Freiwilligenarbeit haben bereits auf die starke Nachfrage reagiert und bieten ein breitgefächertes Angebot, um sich weltweit für Klima-, Umwelt- und Tierschutzprojekte zu engagieren.

Dabei sind in einer Vielzahl von Ländern Einsatzmöglichkeiten im Naturschutz zwischen zwei Wochen und zwölf Monaten vorhanden.

Markt

BELIEBTESTE LÄNDER 2016 VS 2021

2016

1 USA	11,6%
2 SÜDAFRIKA	10,9%
3 KANADA	8,9%
4 NEUSEELAND	7,8%
5 AUSTRALIEN	7,5%
6 COSTA RICA	3,2%
7 NEPAL	3,0%
8 NAMIBIA	2,3%
9 PERU	2,2%
10 TANSANIA	2,1%
11 CHILE	2,0%
12 GHANA	1,9%
13 ENGLAND	1,8%
14 THAILAND	1,7%
15 FIDSCHI	1,7%

VS

2021

1 SÜDAFRIKA	13,8%
2 SPANIEN	7,1%
3 TANSANIA	6,4%
4 GRIECHENLAND	6,4%
5 GHANA	5,1%
6 ISLAND	5,0%
7 COSTA RICA	4,4%
8 ECUADOR	4,3%
9 NAMIBIA	4,3%
10 THAILAND	3,5%
11 USA	3,3%
12 PERU	3,1%
13 SCHWEDEN	2,9%
14 FIDSCHI	2,7%
15 KANADA	2,7%

© freiwilligenarbeit.de

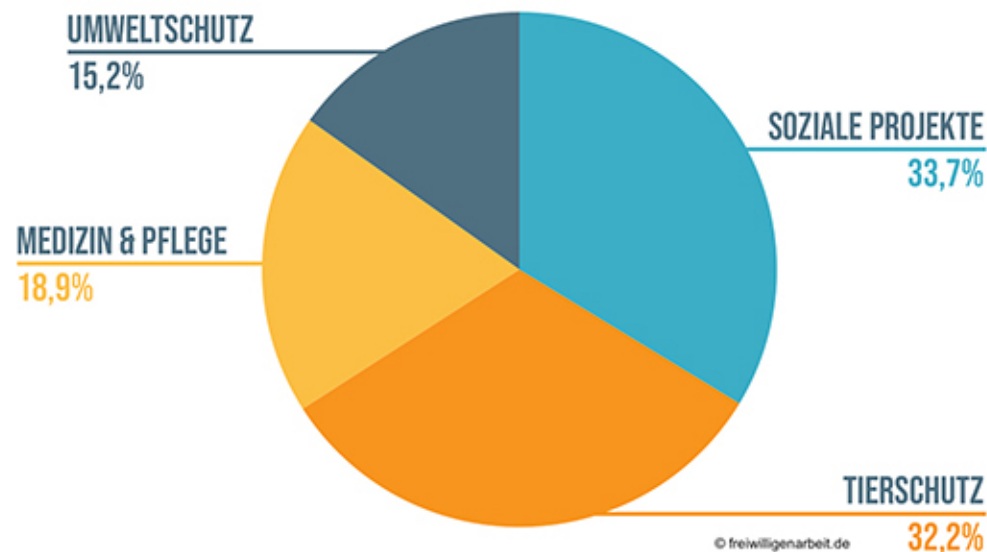
Im Jahr 2016 zog es die meisten Volunteers vor allem in afrikanische und nordamerikanische Länder.

Reiseziele in Asien, Ozeanien und Südamerika folgten mit etwas Abstand und in Europa wollte sich nur ein Zehntel der Freiwilligen engagieren.

Am häufigsten wurde der Grund genannt, fremde Kulturen kennenlernen zu wollen.

Im Jahr 2021 liegt Afrika nach wie vor im Trend, dicht gefolgt von Europa, das deutlich aufholen konnte.

TÄTIGKEITSBEREICHE NACH BELIEBTHEIT FREIWILLIGENARBEIT 2016



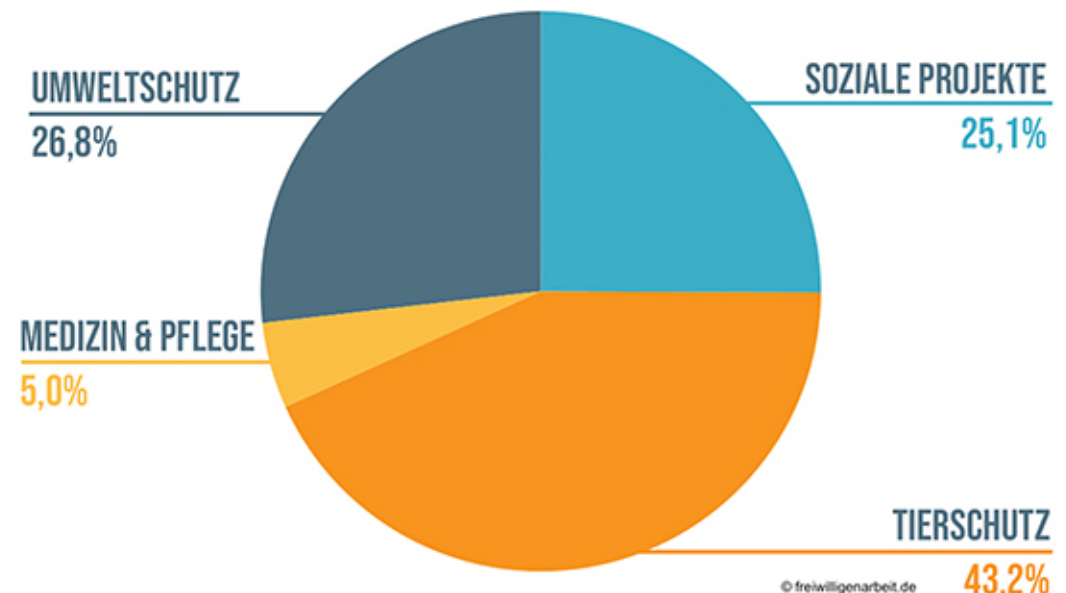
Zu Beginn der Studie aus 2016 lagen soziale Projekte noch vorne - 33,7% aller Befragten entschieden sich dafür - vs 2021 - in diesem Jahr waren es nur noch 25,1% der Volunteers.

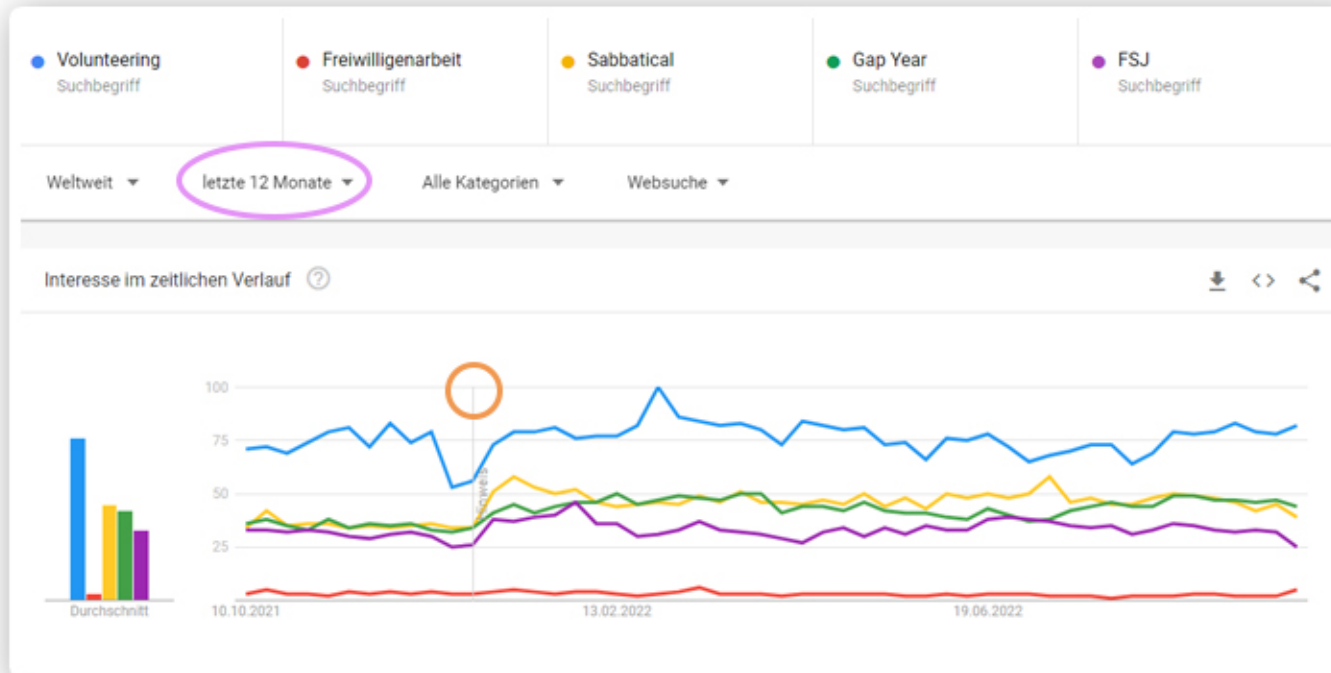
Im Gegenzug ist das Interesse an den Bereichen Klima-, Umwelt- und Tierschutz gestiegen. 2016 entschieden sich 15,2% für ein Projekt im Bereich Umweltschutz und 32,2% für den Tierschutz.

So ist das Interesse in 2021 gegenüber dem Vergleichsjahr 2016 im Bereich Umweltschutz um 76,3% gestiegen und der Tierschutz hat um 34,2% zugelegt.

Quelle:
www.freiwilligenarbeit.de

TÄTIGKEITSBEREICHE NACH BELIEBTHEIT FREIWILLIGENARBEIT 2021

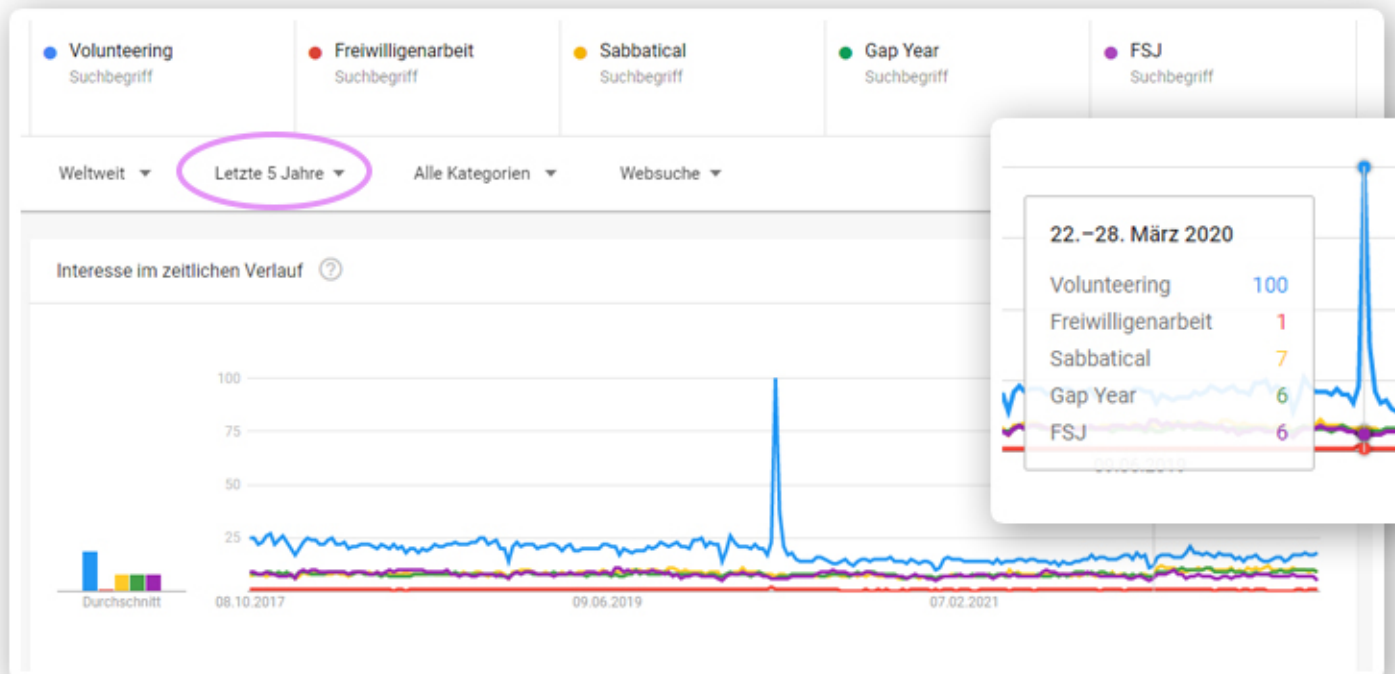




Letzte 12 Monate

Google Trends zeigt, dass der Begriff Volunteering häufiger gesucht wird, als der Begriff Freiwilligenarbeit.

- Hinweis von Google Trends, dass seit dem 01.01.2022 eine Verbesserung des Datenerfassungssystems angewendet wird.



Letzte 5 Jahre

Im März 2020 ist ein sehr starker Anstieg der Nachfrage zu verzeichnen.

Der Zeitraum für den Ausreißer ist auch Start des ersten Lockdowns.

22.-28. März 2020	
Volunteering	100
Freiwilligenarbeit	1
Sabbatical	7
Gap Year	6
FSJ	6

STRATEGIE

S

SPEZIFISCH

FOLLOWER WACHSTUM

AKTUELL
6772
Instagram
Follower

ZIEL
10.000

AKTUELL
663
YouTube
Follower

ZIEL
1.000

ENGAGEMENT
von 0,16% (3/4 Jahr)
auf 1-2%

M

MESSBAR

FANPAGEKARMA & HOOTSUITE

Engagement,
Follower-
wachstum
& Interaktion
kann genau
gemessen

und

die Strategie
entsprechend
angepasst
werden,
sollte es
nicht nach
Plan laufen

A

ATTRAKTIV

MEHR KUNDEN & MEHR FAME

Heutzutage ist
eine Social Media
Präsenz nicht nur
obligatorisch
sondern auch eine
tolle Chance, sich
von einer ganz
anderen Seite zu
zeigen.

Sei es privat,
das Team vorstellen
Team-Events zu
teilen oder zum
Beispiel hinter
die Kulissen
blicken zu lassen.

R

REALISTISCH

EIGENES ENGAGEMENT

Es ist in Ordnung,
wenn die gesteckten
Ziele nicht erreicht
werden. Social Media
ist in Teilen nicht
100%ig beeinflussbar
und man ist zum
Teil dem Algorithmus
„ausgeliefert“

Wichtig aber,
dran bleiben!
Das eigene
Engagement
nicht schleifen
lassen.

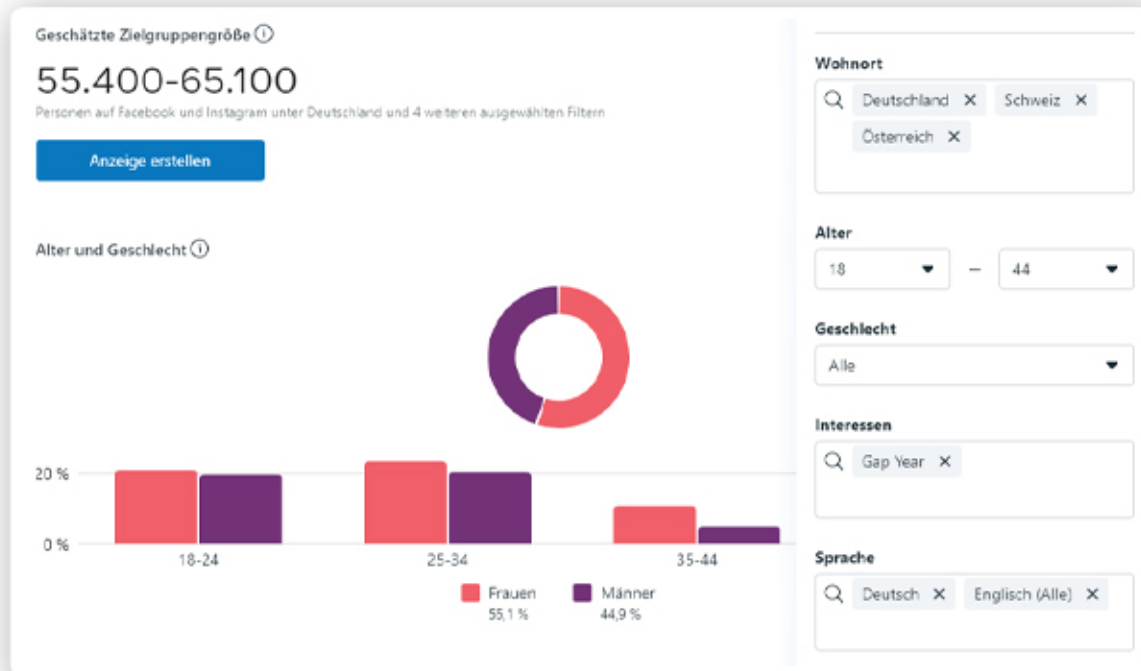
T

TERMINIERT

REDAKTIONSPLAN

Die Ziele sollen
innerhalb eines
Jahres erreicht
werden. Im
Redaktionsplan
sind Meilensteine
gesteckt, um
regelmäßig die
Zwischenziele zu
überprüfen.

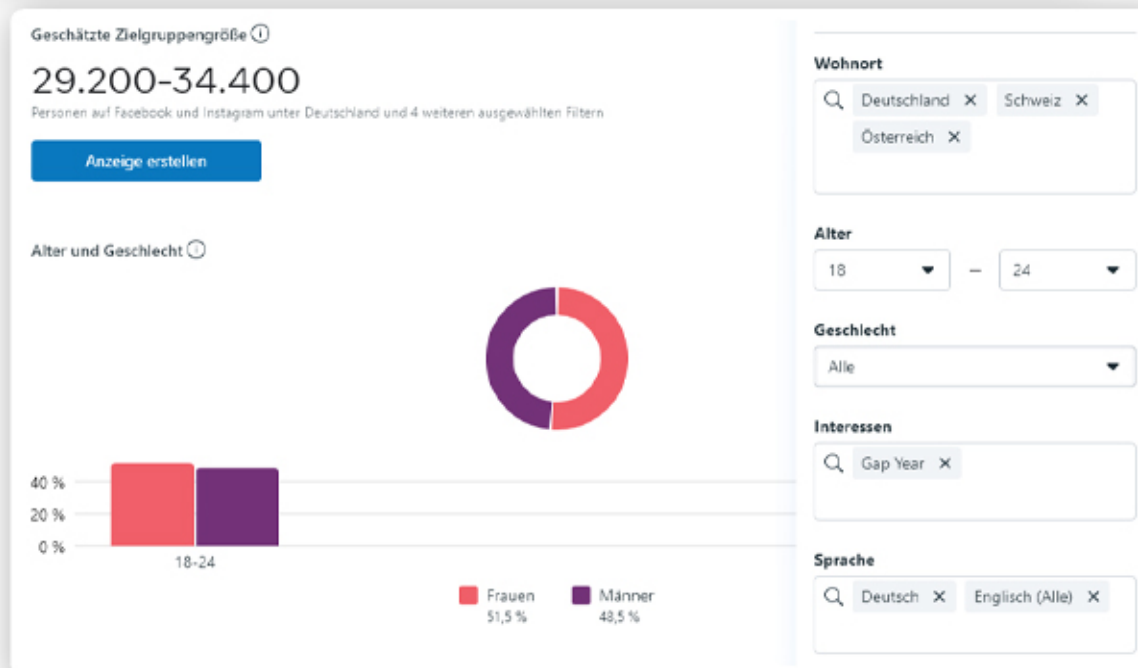
Wichtig ist hier,
dass sich jeder
an Abmachungen
hält (Videos
erstellen) und
nichts dazwischen
kommt.



Die geschätzte Zielgruppengröße auf Facebook und Instagram mit Interesse an einem Gap Year im Alter von **18 bis 44**:

55.400 - 65.100

Hinweis:
 Die Interessensgebiete Freiwilligenarbeit, FSJ Volunteering und Sabbatical etc. werden nicht angeboten.



Die geschätzte Zielgruppengröße auf Facebook und Instagram mit Interesse an einem Gap Year im Alter von **18 bis 24**:

29.200 - 34.400

Hinweis:
 Die Interessensgebiete Freiwilligenarbeit, FSJ Volunteering und Sabbatical etc. werden nicht angeboten.

BUYER PERSONA #1

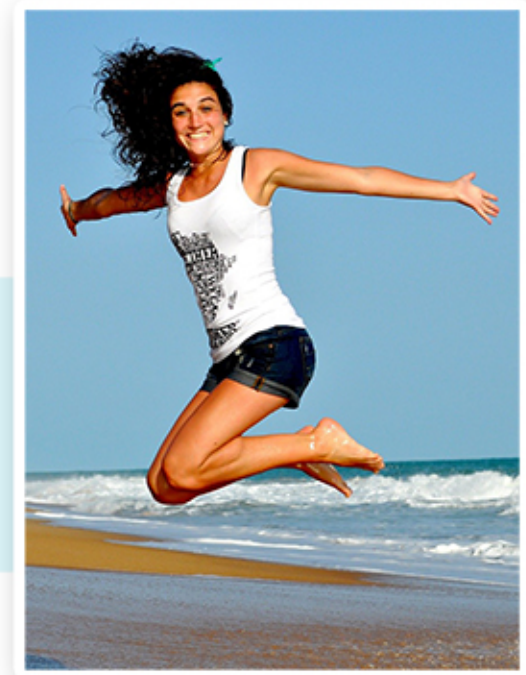
Lena-Marie Schwarzmüller

Geschlecht: weiblich
Alter: 18 Jahre
Familienstand: ledig
Kinder: keine
Wohnort: Frankfurt

Schule: Gymnasium
Abschluss: Abitur
Geplantes Studium: Humanmedizin
Berufswunsch: Kinderärztin

Lifestyle: sehr umweltbewusst
Freizeit: Sport, Freunde, ehrenamtliche Engagements
Social Media: Instagram, TikTok - hat noch kein Profil bei LinkedIn / XING

Medienkonsum: fast alles über das Smartphone
Infoquellen: Schule, Familie, Social Media, Wikipedia



BUYER PERSONA #1

Ziele privat:	Persönlichkeitsentwicklung Eigene Werte finden Talente und Fähigkeiten entdecken und entfalten
Ziele beruflich:	Als Kinderärztin arbeiten, vielleicht im Ausland (Ärzte ohne Grenzen)
Probleme privat:	Sie möchte im Ausland als Ärztin tätig werden und macht sich Sorgen darüber, dass ihr Freundeskreis dadurch auseinander brechen könnte
Probleme Studium:	Es ist ihr sehr wichtig, fremdsprachlich fit zu sein, deshalb möchte sie an der Universität in Hamburg studieren, dort wird das Studium auf englisch angeboten
Lösung privat:	Dass zwischen Abitur und Studium völlig unterschiedliche Richtungen eingeschlagen werden, ist nicht ungewöhnlich, was ihr mehr und mehr bewusst wird und sie ihren Frieden damit schließen kann
Lösung Studium:	Da sie für sich ihren Wunsch schon vor längerer Zeit so formulieren konnte, hat sie sich rechtzeitig vorbereitet

BUYER PERSONA #1

Kaufverhalten

Da Lena-Marie erst 18 Jahre alt ist und noch bei ihren Eltern wohnt, ist ihr Kaufverhalten hauptsächlich vom eher kleinen Budget abhängig.

Lebensmittel kauft sie demnach kaum und wenn, dann so kostengünstig wie möglich. Sie weiß, welche Lebensmittelhersteller und Läden gute und faire Qualität anbieten, kauft jedoch beim Discounter, weil ihr im Moment der günstigere Preis wichtiger ist.

Kleidung ist ihr wichtig, es muss aber nicht teuer sein. Sie ist sehr kreativ in der Zusammenstellung und kauft auch gerne mal auf dem Flohmarkt ein. Stylish soll es sein, aber sie weiß, wie sie das hinbekommt, auch ohne viel Geld dafür auszugeben.

Computer & Handy hat sie von ihren Eltern bekommen. Auch was weitere technische Geräte betrifft, wie eine Kamera (Foto oder Video) mit dem entsprechenden Zubehör oder eine Musikanlage, sind die Eltern sehr großzügig. Zum Teil wünscht sich Lena-Marie diese Produkte zu ihrem Geburtstag oder Weihnachten.

Mobilität gehört zu den wichtigsten Themen für Lena-Marie. Sie hätte gerne ein eigenes Auto, aber da sich dies nicht lohnt, darf sie das ihrer Eltern benutzen.

BUYER PERSONA #1

Kenntnisse & Interessen

Sprachen

Ihre Muttersprache ist deutsch und sie spricht englisch und französisch fließend.

Kunst & Literatur

Sie interessiert sich für internationale Kunst und geht gerne ins Museum. Sie liest auch viel und gerne, allerdings hauptsächlich ebooks.

Serien & Kino

Lena-Marie nutzt, wie fast alle in ihrem Alter Streaming Dienste und geht gerne ins Open Air Kino.

Outdoor

Sie ist viel und gerne draußen und nimmt gerne an Outdoor Fitness Events teil. Traditionell geht sie auch sehr häufig mit ihren Eltern zum Wandern.

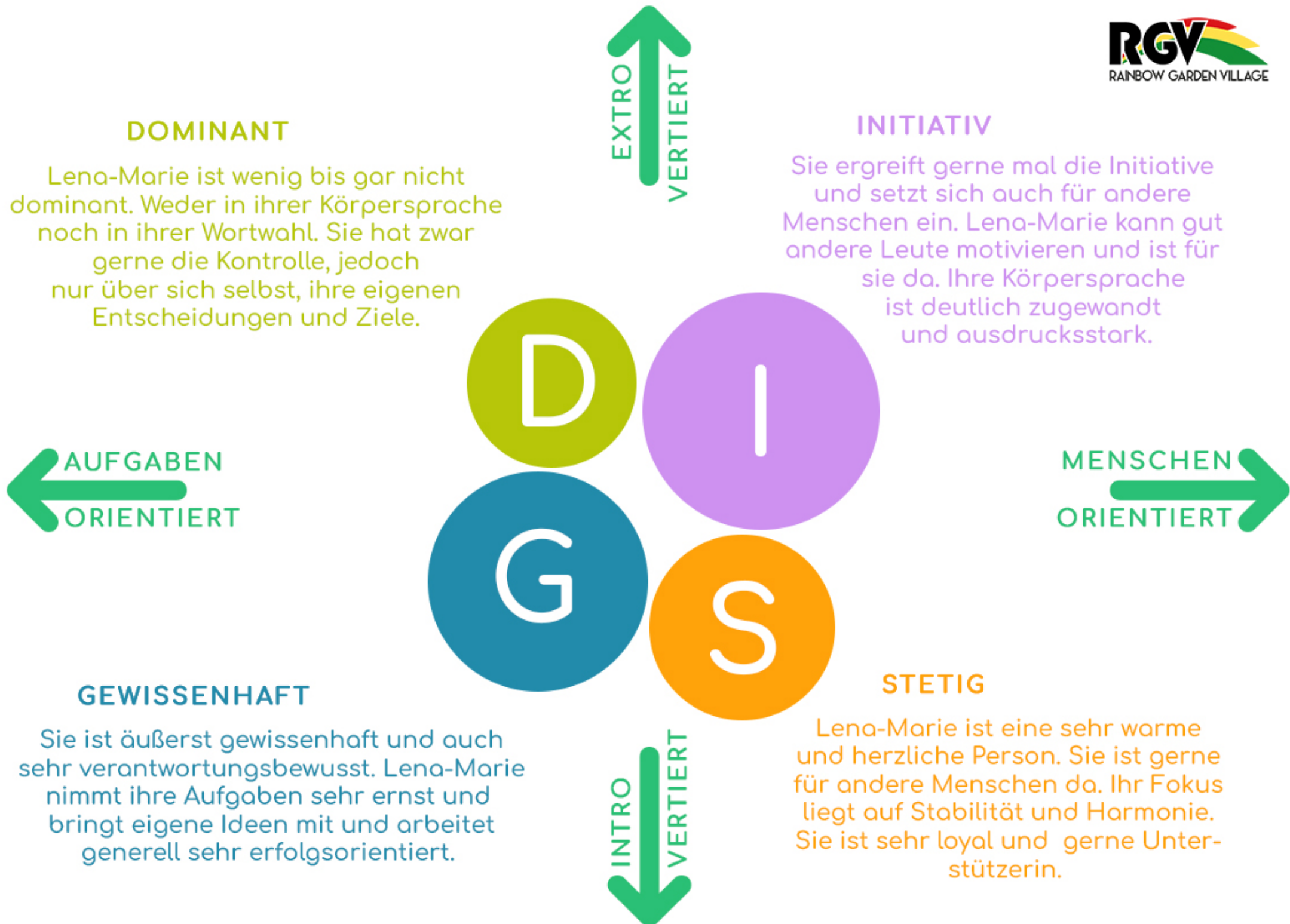
Sport & Wellness

Bewegung und fit sein steht ganz oben auf Lena-Maries Prio Liste und so hält sie sich fit, indem sie 1x die Woche zum Tanzen geht und 2x die Woche zum Laufen.

BUYER PERSONA #1

Typischer Tag

07:00 - 07:30 Uhr	Aufstehen, Instagram checken, Frühstück mit den Eltern
07:30 - 08:00 Uhr	Auf dem Weg zur Schule
08:00 - 16:00 Uhr	Schule
16:00 - 17:00 Uhr	Nach der Schule ist sie noch mit ihren Freunden zusammen und sie chillen ein wenig
17:00 - 17:30 Uhr	Auf dem Weg nach Hause
17:30 - 18:30 Uhr	Abendessen mit den Eltern
18:30 - 21:00 Uhr	Sport / Freunde treffen / lernen
21:00 - 22:30 Uhr	Zuhause chillen, Serien gucken, nebenbei Instagram



Sinus Mileus

Zu beachten ist hier, dass Lena-Marie erst 18 Jahre alt ist und sich noch entwickelt. Es ist jedoch sehr wahrscheinlich, dass sie in dieser Gruppe bleibt (Postmaterielles Milieu). Aller Voraussicht nach wird sie in der mittleren Oberschicht bleiben.



ANALYSE

SWOT ANALYSE

STÄRKEN (STRENGTHS)

Alle Mitarbeiter mit Auslandserfahrung

- waren teils selbst vor Ort und kennen die Projekte
- sehr professionelle Beratung
- Top Fachwissen Visa / Reiseverordnungen etc.

Zum größten Teil eigene Teams vor Ort (USP)
Einige der Teamleiter vor Ort deutschsprachig
Großes Angebot Tätigkeitsbereichen / Ländern
Verschiedene Programme möglich:

- Freiwilligenarbeit
- Praktikum
- Sabbatical

Sehr flexibel bezüglich Dauer, Umbuchung etc.

SCHWÄCHEN (WEAKNESSES)

Zu kleines Team in München

Koordination:

- es können teilweise nicht alle Anliegen oder Beschwerden beantwortet werden
- zu wenig Zeit für den Austausch mit den Teams vor Ort - es entstehen Missverständnisse und Unzufriedenheit bei den Teilnehmenden

Redaktion & Marketing:

- eine Person ist nicht ausreichend für sämtliche redaktionelle Arbeiten oder für verschiedene Marketing- und PR-Maßnahmen

CHANCEN (OPPORTUNITIES)

Der „Trend“ Klima- und Umweltschutz ist ein Thema, mit dem sich RGV bereits seit mehr als 20 Jahren auseinandersetzt und in diesem Bereich viele Projekte anbietet. Immer beliebter werden auch Meeresschutzprojekte, da hier das Bewusstsein in der Bevölkerung gewachsen ist. Deshalb kommen stetig Projekte hinzu, die sich damit beschäftigen Bäume zu pflanzen, Korallenriffe zu pflegen, die Bevölkerung vor Ort aufzuklären und dies bereits in Social Media mit einfließen lassen.

RISIKEN (THREATS)

Wie in der Pandemie erlebt:

- Grenzsicherungen
- Flugverbote
- Einreisebestimmungen dynamisch
- komplizierte Quarantäneverordnungen

Gefahren in den Zielländern:

- möglicherweise Südafrika, wobei dies nach wie vor zu den beliebtesten Zielländern zählt

Konkurrenz:

- bietet mehr Länder an
- bietet besseren Service
- kostengünstiger

Markt Ergänzung zur SWOT ANALYSE

Vielen Menschen ist nicht klar, weshalb Freiwilligenarbeit Geld kostet, was genau hinter den Kosten steckt und warum diese der Volunteer selbst übernehmen muss. (Ausnahme staatlich geförderte Programme)

Die Bereitschaft zu helfen ist durchaus vorhanden, jedoch was alles bedacht werden muss, sehen die meisten zunächst nicht.

Dazu gehören etliche Faktoren, wie die Organisation vor Ort, was die Themen Sicherheit und Verantwortung beinhaltet, Reiseversicherung, Visum, Flug, Wissen über die aktuellen Einreisebestimmungen und das Sicherstellen einer geeigneten Unterkunft.

Dazu kommen Tierschutzrichtlinien, Kinderschutzrichtlinien und weitere Guidelines, die einer Zertifizierung bedürfen, weswegen es für alle Beteiligten letztlich am kostengünstigsten und vor allem am sichersten ist, wenn man sich einer Freiwilligenorganisation anschließt.

➔ **RISIKO** Risikofaktor, warum Volunteer Work abgelehnt werden könnte

➔ **CHANCE** Wissen nutzen, aufbereiten (Videos) → Kampagne auf Social Media

Keyword Ranking

Dein Keyword:

Freiwilligenarbeit

Ergebnisse von:

Google.de

Deine Webseite:

rainbowgardenvillage.com

Webseiten Position ermitteln!

Ergebnis: YEAHA! Deine Webseite rankt für das Keyword: **Freiwilligenarbeit** auf **Platz: 7**

Platz 7 : 

Beim Thema Freiwilligenarbeit/ Volunteering bezieht sich das Suchergebnis nicht nur auf die einzelnen Anbieter, sondern auch auf die Verteiler und verschiedene Infoplattformen. Auf Platz 1 bietet Freiwilligenarbeit.de zum Beispiel Rainbow Garden Village an sowie Volunteerworld und Wegweiser.

- 1 [Freiwilligenarbeit im Ausland als Volunteer | freiwilligenarbeit.de](https://www.freiwilligenarbeit.de/)
<https://www.freiwilligenarbeit.de/>
- 2 [Freiwilligenarbeit im Ausland | Freiwilligenprojekte 2022](https://www.volunteerworld.com/de)
<https://www.volunteerworld.com/de>
- 3 [Freiwilligenarbeit: Engagiere dich sozial im Ausland - AIFS](https://www.aifs.de/freiwilligenarbeit.html)
<https://www.aifs.de/freiwilligenarbeit.html>
- 4 [Freiwilligenarbeit: im Ausland engagieren - TravelWorks](https://www.travelworks.de/freiwilligenarbeit.html)
<https://www.travelworks.de/freiwilligenarbeit.html>
- 5 [Freiwilligenarbeit mit wayers | Du machst den Unterschied!](https://wayers.com/de/freiwilligenarbeit/)
<https://wayers.com/de/freiwilligenarbeit/>
- 6 [Freiwilligenarbeit Ausland, Volunteer im Ausland ...](http://www.wegweiser-freiwilligenarbeit.com/)
<http://www.wegweiser-freiwilligenarbeit.com/>
- 7 [Freiwilligenarbeit im Ausland - Rainbow Garden Village](https://www.rainbowgardenvillage.com/freiwilligenarbeit-im-ausland)
<https://www.rainbowgardenvillage.com/freiwilligenarbeit-im-ausland>
- 8 [Freiwilligenarbeit - LEO: Übersetzung im Englisch ↔ Deutsch ...](https://dict.leo.org/englisch-deutsch/Freiwilligenarbeit)
<https://dict.leo.org/englisch-deutsch/Freiwilligenarbeit>

Gesuchte Keywords

Zum Einsatz der Keywords ist ergänzend zu sagen, dass aufgrund des breitgefächerten Angebots und der unterschiedlichen Suchintensionen etliche weitere Keywords Verwendung finden, wie zum Beispiel:

- Sabbatical
- Gap Year
- Ranger
- Tierschutz
- Klimaschutz

und viele mehr.

Dein Keyword: Datensatz: Google.de

Freiwilligenarbeit

Keyword Daten laden!

Keyword	Volumen	CPC	Wettbewerb	Suchresultate
Freiwilligenarbeit	2900	0.43	0.46	3130000

Dein Keyword: Datensatz: Google.de

Volunteering

Keyword Daten laden!

Keyword	Volumen	CPC	Wettbewerb	Suchresultate
Volunteering	12100	0.44	0.09	1080000000

Dein Keyword: Datensatz: Google.de

Auslandspraktikum

Keyword Daten laden!

Keyword	Volumen	CPC	Wettbewerb	Suchresultate
Auslandspraktikum	3600	0.43	0.58	2210000

Konkurrenz Vergleich | Follower

Bei dieser Auswertung geht es um die Followerzahl. Der Hauptkonkurrent ist Wayers mit etwa 22.800 Followern. Etwa 15.000 hiervon sind gekaufte Follower. Es ist also kein realer Vergleich möglich.

fanpage karma

01.01.22 - 03.10.22

Benchmarking Report

Kennzahlenübersicht

Name	Page Performance Index	Fans	Gesamtanzahl Reaktionen, Kommentare, Shares	Post-Interaktion	Posts pro Tag	Anzahl Posts	Engagement	Follower Wachstum (absolut)	Follower Wachstum (in %)
 Praktikawelten ist jetzt wayers! @wayers.official	92%	23k	98k	2,3%	0,7	200	1,7%	4.1k	22%
 AIFS Educational Travel @aifs_jointheworld	100%	21k	106k	2,8%	0,7	191	2,0%	2.4k	13%
 YFU Deutschland @yfudeutschland	98%	9.3k	69k	3,1%	0,9	250	2,8%	495	5,6%
 AFS Deutschland @afsdeutschland	75%	9.3k	34k	1,9%	0,7	206	1,4%	394	4,4%
 RGV Rainbow Garden Village Volunteering @rainbow_garden_village	⊖	6.8k	18k	1,2%	0,8	228	0,16%	⊖	⊖
 AIESEC in Deutschland @aiesec.de	44%	6.7k	6.3k	1,3%	0,3	77	0,36%	640	11%
 Deine Austauschorganisation @experiment.ev	100%	6.2k	36k	4,0%	0,6	163	2,4%	914	17%
 TravelWorks @travelworks.official	68%	4.8k	11k	2,7%	0,3	91	0,88%	461	11%
 Natucate @natucate	85%	3.0k	10k	2,2%	0,6	174	1,4%	539	21%
 DRK in Hessen Volunta gGmbH	100%	2.3k	12k	2,8%	0,7	194	2,0%	222	11%

Konkurrenz Vergleich | Engagement

Der Volunteering Anbieter AIFS schneidet hier am besten ab.

fanpage karma

01.01.22 - 03.10.22

Benchmarking Report

Kennzahlenübersicht

Name	Page Performance Index	Fans	Gesamtanzahl Reaktionen, Kommentare, Shares	Post-Interaktion	Posts pro Tag	Anzahl Posts	Engagement	Follower Wachstum (absolut)	Follower Wachstum (in %)
 AIFS Educational Travel @aifs_jointheworld	100%	21k	106k	2,8%	0,7	191	2,0%	2.4k	13%
 Praktikawelten ist jetzt wayers! @wayers_official	92%	23k	98k	2,3%	0,7	200	1,7%	4.1k	22%
 YFU Deutschland @yfudeutschland	98%	9.3k	69k	3,1%	0,9	250	2,8%	495	5,6%
 Deine Austauschorganisation @experiment_ev	100%	6.2k	36k	4,0%	0,6	163	2,4%	914	17%
 AFS Deutschland @afsdeutschland	75%	9.3k	34k	1,9%	0,7	206	1,4%	394	4,4%
 RGV Rainbow Garden Village Volunteering @rainbow_garden_village	⊖	6.8k	18k	1,2%	0,8	228	0,16%	⊖	⊖
 DRK in Hessen Volunta gGmbH @volunta_drk	100%	2.3k	12k	2,8%	0,7	194	2,0%	222	11%
 TravelWorks @travelworks_official	68%	4.8k	11k	2,7%	0,3	91	0,88%	461	11%
 Natucate @natucate	85%	3.0k	10k	2,2%	0,6	174	1,4%	539	21%
 AIESEC in Deutschland	44%	6.7k	6.3k	1,3%	0,3	77	0,36%	640	11%

Oft ist es so, dass die Zielgruppe zu Beginn ihrer Überlegung noch nicht weiß, was sie genau will.

Was sie weiß ...

- sie möchte raus von zu Haus
- die Welt sehen
- kulturellen Austausch und Abenteuer erleben
- Sprachkenntnisse vertiefen
- besondere Freundschaften schließen
- sich vor allem persönlich weiterentwickeln

Das steht erstmal im Vordergrund, es sei denn, es ist ein genau passendes (Pflicht)-Praktikum während des Studiums geplant.

Tätigkeitsbereich und Land sind oft noch lange unklar.

Résumé bezüglich Keywords

Es muss an alle Themen und mögliche Interessensgebiete gedacht werden, die mit „nach dem Abitur“ und „raus von zu Haus“ zu tun haben.

#travelphotography #AustauschRettetDieWelt
 #WageDenSprung #internship #explorer #idvolunteering
 #volunteeringmatters #bali #internship #Australien
 #Volunteer #wanderlust #volunteerism #travelbug
 #conservation #aifs #australia #travelgram #passionpassport
 #rainbowgardenvillage #travelawesome
 #adventure #nomadgirls #ExperimentVerbindet
 #travellife #auslandsjahr #volunteerabroad
 #volunteerwork #africa #volunteering
 #jointheworld #freiwilligenarbeit
 #praktikum #ZuhauseInDerWelt #adventuretime
 #fernweh #wildlife #rgv #wildlifeconservation #travel
 #experimentev #exchangestudent #volunteeringisfun

Hashtag
Auswertung

Zeitraum
1 Jahr

#travelandleisure #travelawesome #experimentev #auslandspraktikum
 #australia #volunteer #passionpassport #reisezitate #travelbug
 #costarica #jointheworld #freiwilligenarbeit #nomadgirls #travel
 #schüleraustausch #givingback #irland #volunteering #spruchepage
 #aifs #travellife #sriankatravel #Auslandsabenteuer #puravida
 #volunteerabroad #praktikum #exchangestudent #paradise
 #volunteerwork #auslandsjahr #dogood #fernweh
 #sprüchezumnachdenken #globerocker #aupair #wanderlust
 #AustauschRettetDieWelt #Freiwilligenarbeit #rgv
 #freiwilligenarbeitinsüdafrika #travelphotography #ZuhauseInDerWelt
 #travellive #sambartansania #rainbowgardenvillage #quoteoftheday
 #gapyear #spruchseite #WageDenSprung #ExperimentVerbindet

Hashtag
Auswertung

Zeitraum
letzte Woche

#jointheworld #rgv #volunteerwork
 #rainbowgardenvillage #WageDenSprung #internship
 #praktikum #balilife #globerocker #travelphotography
 #volunteerabroad #wanderlust #ExperimentVerbindet #travelgram
 #schüleraustausch #AustauschRettetDieWelt #lifeofadventure
 #aifs #travelbug #travels #freiwilligenarbeit
 #volunteering #volunteerism #kanada #SouthAfrica #idvolunteering
 #volunteeringisfun #volunteer #travellife #travelawesome
 #ZuhauseInDerWelt #Auslandsjahr #dogood #sabbatical #adventures
 #explorer #volunteeringmatters #givingback #peru #wildlife #nomadgirls #bali
 #volunteer #exchangestudent #australia #passionpassport #Australien
 #fernweh #experimentev #adventuretime

Hashtag
Auswertung

Zeitraum
letzter Monat

#travelphotography #experimentev

#sprüchezumnachdenken #fernweh

#Freiwilligenarbeit #nomadgirls #travel

#travelbug #auslandspraktikum #volunteerwork

#passionpassport #volunteerabroad #gapyear

#australien #freiwilligenarbeit #puravida #aifs

#jointheworld #aupair #australia #ZuhauseInDerWelt

#auslandsjahr #givingback #globerocker #srilankatravel

#volunteering #rainbowgardenvillage

#quoteoftheday #WageDenSprung #praktikum #english

#exchangestudent #AustauschRettetDieWelt

#sanskritansania #reisezitate #travelandleisure

#wanderlust #rgv #Auslandsabenteuer #travellive

#ExperimentVerbindet #freiwilligenarbeitinsüdafrika

#volunteeringsouthafrica #travellife #spruchseite #travelawesome

#schüleraustausch #dogood #volunteer

#costarica

Auswertung

Dieses Ergebnis zeigt die 50 besten Hashtags für den Zeitraum „in diesem Jahr“ (01.01. bis 04.10.2022) und für die ausgewählten Konkurrenten. (inklusive RGV)

Hier ist wichtig, kreativ zu sein und verschiedene Zeiträume zu testen sowie die Einstellungen im Tool zu verändern. Die Ergebnisse fallen sehr unterschiedlich aus.

Empfehlung:
Hashtags testen und beobachten.
Kreativ werden mit diesen, die sinngemäß den Hashtags

#WageDenSprung
#ZuhauseInDerWelt

(wie in Abbildung) ähnlich sind.

KONZEPTION

A

Attention
Aufmerksamkeit

I

Interest
Interesse

D

Desire
Begierde

A

Action
Kauf-Aktion

C

O

N

T

E

N

T

Corporate Blog

Social Media Posts

Erklärvideos

Infografiken

Podcasts

Case Studies

Webinars

Landing Pages

Customer Stories

Take Overs

Volunteers
berichten direkt
vor Ort

Live Videos

Gewinnspiele

Rabatt Aktionen

Paket Vorschläge

(Volunteering
+
Reise)

Bisher wird meist auf altes Bildmaterial zurückgegriffen, da nicht ausreichend Zeit und Mitarbeiter für das Pflegen des Accounts zur Verfügung gestellt werden.

Empfehlung:

Einen Social Media Manager einstellen, um professionelles Arbeiten zu ermöglichen. Kontakt zu Teams und Volunteers vor Ort muss gepflegt werden können.

Hierfür ist ein System notwendig, um die Mitarbeit der Teams und Volunteers vor Ort sicherzustellen.

Für Erklärvideos sollte regelmäßig eine Agentur beauftragt werden, die diese ansprechend und qualitativ hochwertig anfertigen kann.

Inhalte:

Volunteer und Situation vor Ort sollten ausgewogen sein. Zum einen ist das Wichtigste natürlich der Grund, weshalb Freiwillige ins Ausland reisen, um unterstützend tätig zu werden. Zum anderen darf der Volunteer natürlich auch Spaß dabei haben und es darf der Abenteuergedanke bedient werden.

Volunteer in Aktion

Fotos

Stories

Videos

Gewinnspiele

Erklärvideos

Guides

Situation vor Ort

Take Overs

Live Videos

Memes

Interviews

Infografiken

Umfragen

Rätsel

Länderinfos

Transparent sein kommt bei den Interessenten gut an. Deshalb: Mehr Gesicht zeigen! Einblicke in den Arbeitsalltag des Münchner Teams gewähren, Stimmungen dürfen geteilt werden. Auch „schlechte“, so wie bei der Corona Pandemie.

Wer oder was ist Rainbow Garden Village?

Die Gründungsgeschichte neu aufbereiten (Fotos, Videos, Interviews) und auf allen Social Media Kanälen platzieren, sodass sie leicht auffindbar sind.

Deutlich machen, wann welches Team über welche Kanäle am besten zu erreichen ist und auf welchen Messen RGV live besucht werden kann.

Wofür setzt sich Rainbow Garden Village ein?

Regelmäßig die verschiedenen Situationen vor Ort erklären. Strukturiert aufbereitet, unterteilt in Kontinente, Länder und Tätigkeitsbereiche.

Warum kostet Freiwilligenarbeit Geld?

Mit Erklärvideos anschaulich machen, warum es sinnvoller ist, mit einer Organisation zusammenzuarbeiten, anstatt auf eigene Faust in die Welt zu reisen.

Gründungsgeschichte

Fotos

Stories

Videos

Call to Action

Erklärvideos

Guides

Veranstaltungen

Take Overs

Live Videos

Memes

Interviews

Infografiken

Umfragen

Rätsel

Seminare

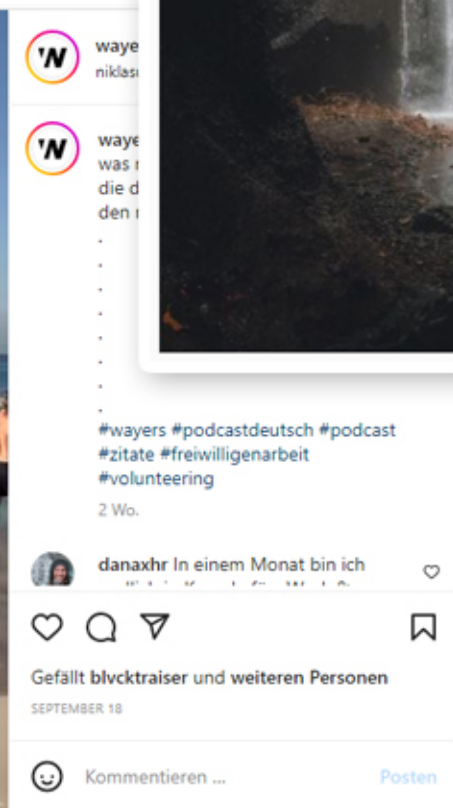
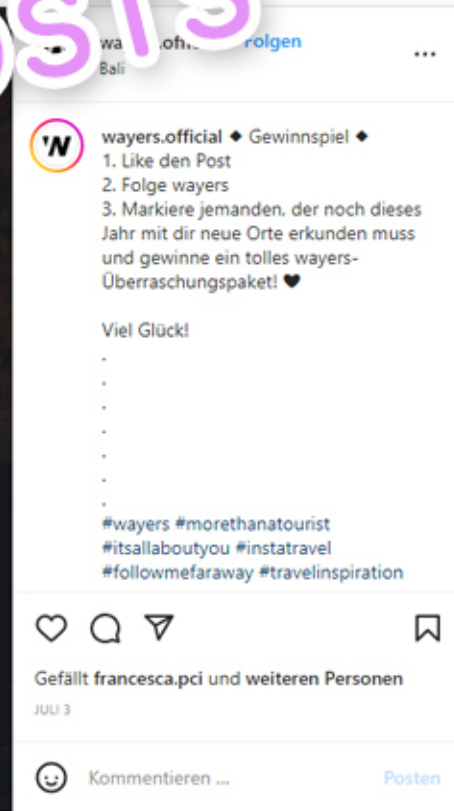
Das Unternehmen Rainbow Garden Village ist als beliebter Reiseveranstalter für Freiwilligenarbeit und Auslandspraktika gut aufgestellt, muss jedoch immer wieder aufs Neue die Frage beantworten:

WARUM KOSTET FREIWILLIGENARBEIT GELD?

Dies wird zwar in verschiedenen Magazinartikeln ausgiebig beantwortet, jedoch ist in der allgemeinen Bevölkerung das Verständnis nach wie vor sehr groß.

Mit Erklärvideos, Vergleichen und Beispielen soll das Thema auf Instagram und YouTube so aufbereitet werden, dass das Lernen Spaß macht und von den Interessenten geteilt wird.

BESTE POSTS



Die besten 3 Postings des Hauptkonkurrenten wayers im letzten Jahr:

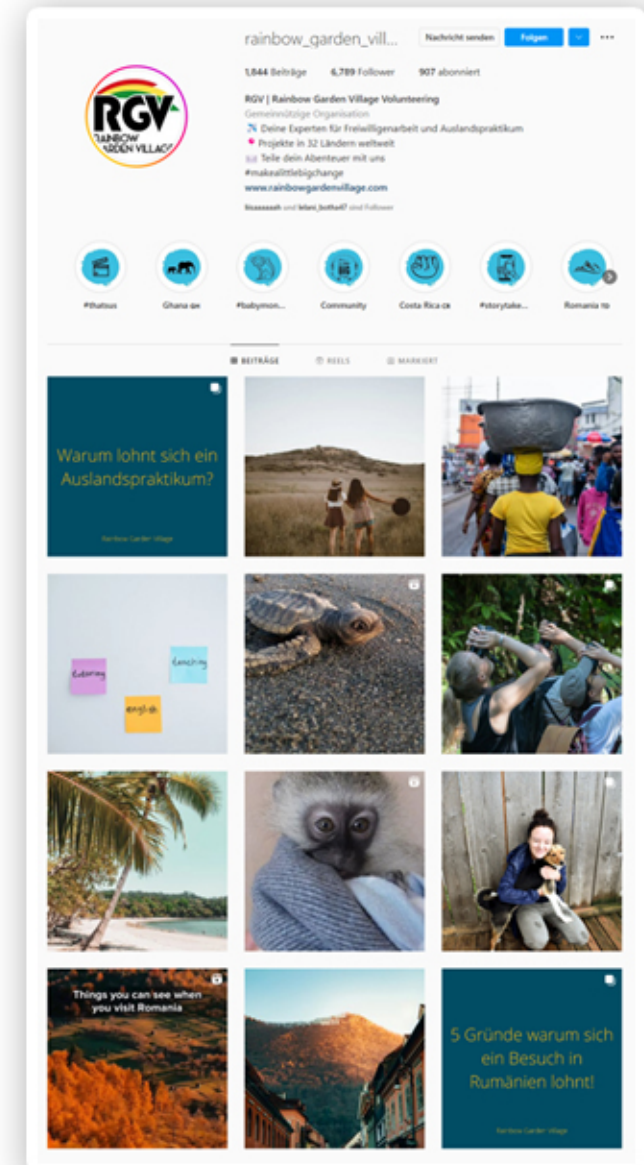
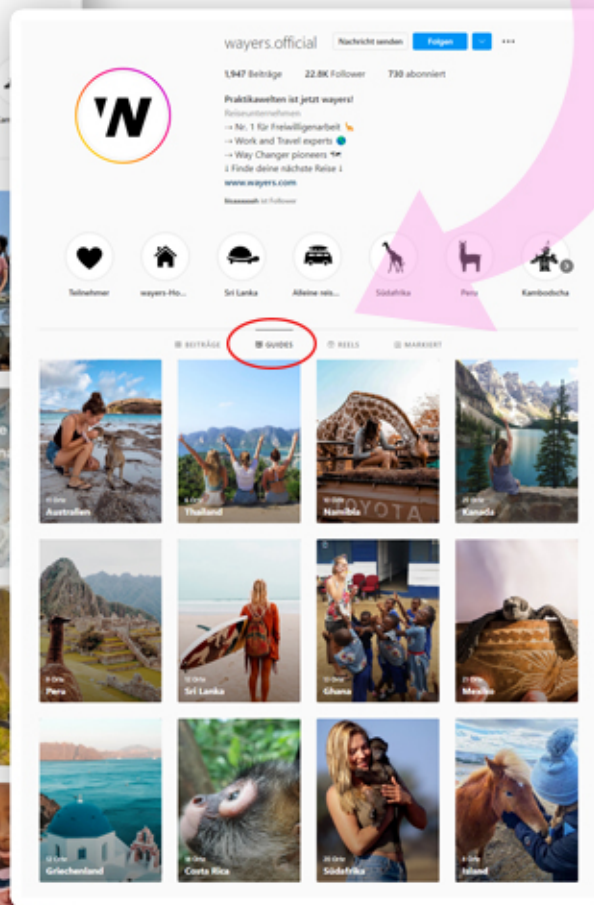
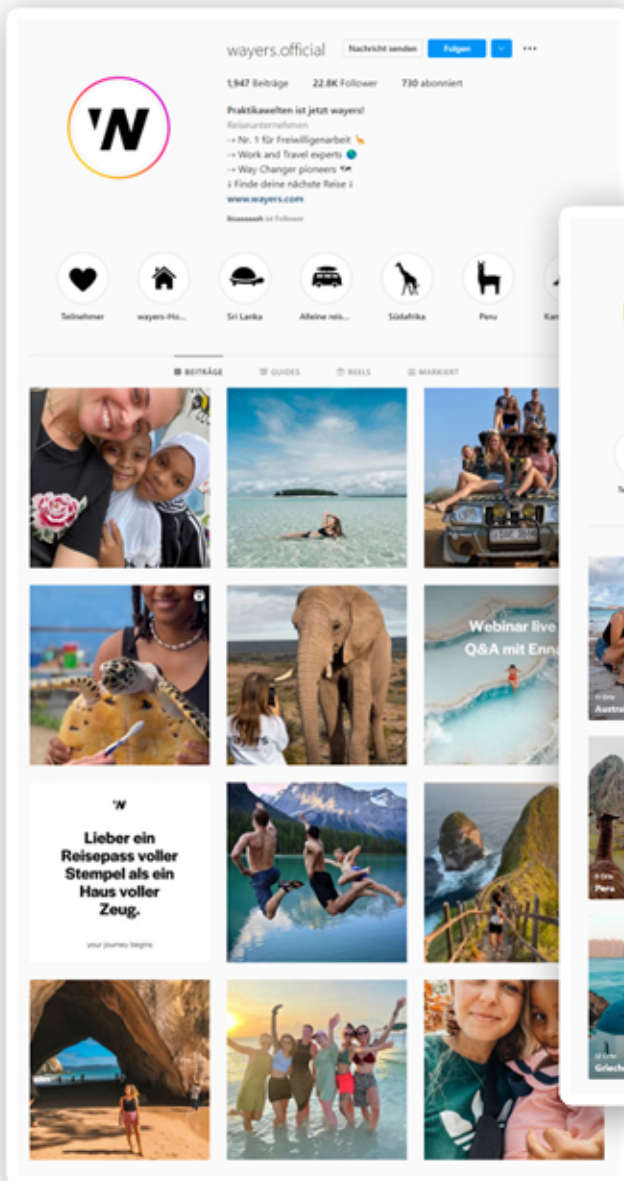
2 Videos und 1 Gewinnspiel

Auffällig, was am besten ankommt:

- Fernweh
- Lust auf Abenteuer
- „lebe, als sei es dein letzter Tag“ Mentalität

Der Hauptkonkurrent wayers hat nicht nur deutlich mehr Follower ...

... die Organisation bietet auf Instagram zusätzlich einen Guide an.



PRODUKTION

Aufmerksamkeit

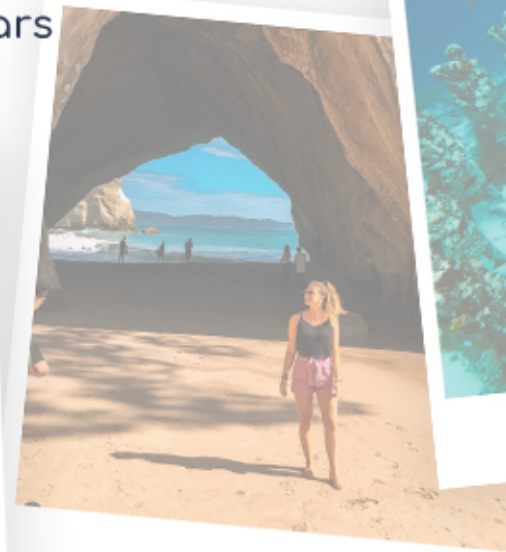
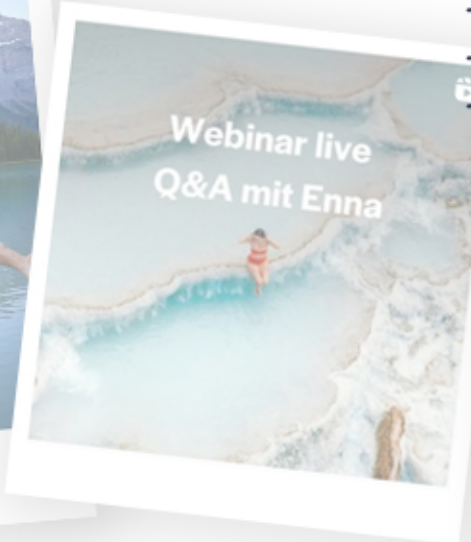
- Abenteuerlust wecken
- Posts von Ausflügen
- Lagerfeuer
- Sprung ins Wasser
- Polarlichter beobachten
- Sprüche „Das Leben ist zu kurz für irgendwann“
- Besondere Perspektiven
- Unterwasser
- Take Overs Volunteers oder Teams vor Ort
- Erklärvideos
- Fun Facts

Interesse

- Beschreibung der Projekte
 - Elefanten in Thailand
 - Wildlife in Südafrika
 - Husky Farm in Lappland
 - Klimaschutz in Island
 - ... und viele mehr
- Länderinfos
- Was bedeutet nachhaltig reisen?
- Fakten zu den Themen Tier- und Klimaschutz sowie sämtlicher Volunteer Themen
- Vorbereitungsseminars
- Landing Pages
- Newsletter

Kaufentscheidung

- Gewinnspiele
- Rabatt Aktionen
- Pakete
- persönlicher Beratungstermin
- Messe
- Aktionen zu Ostern und Weihnachten



Redaktionsplan Instagram



Land

Ghana
Namibia
Peru
Chile
Schweden
Island
Südafrika
Kenia
Ungarn
Simbabwe

Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag
Ghana Ausflug Nationalpark	Peru Team- vorstellung	Schweden Husky Farm Polarlichter	Südafrika Überblick alle Projekte	Ungarn Live Video Instagram	Zusammen- fassung alle Länder	Umfrage zu Lieblings- ländern
Namibia Tierschutz- projekt	Chile Projekt- beschreibung	Island Klimaschutz Gewinnspiel	Kenia Tier- und Kinderschutz	Simbabwe Tierschutz 10 Fakten	10 Gründe nach Südafrika zu reisen	Quiz zu Schweden & Island

Land

Indonesien
Nepal
Tansania
Ungarn
Italien
Spanien
Griechenland
Thailand
Togo
Uganda

Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag
Indonesien Bali Highlights	Tansania Sansibar Highlights	Italien Meeresschutz- projekt	Griechenland Meeresschutz- projekt	Togo Live Video Instagram	Zusammen- fassung alle Länder	Umfrage zu Lieblings- ländern
Nepal Neurologie Projekt	Ungarn Projekt- beschreibung	Spanien Länderinfos Quiz	Thailand Ashram Fragen und Antworten	Uganda Gorillas 10 Fakten	Highlights Italien - Leben auf dem Boot	Quiz zu Tansania & Namibia

Land

Costa Rica
Dom Rep
Ecuador
Australien
Neuseeland
Rumänien
Slowenien
Kroatien
Indien
Bolivien

Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag
Costa Rica Ausflug Nationalpark	Ecuador Team- vorstellung	Neuseeland Länderinfos Quiz	Slowenien Überblick alle Projekte	Indien Live Video Instagram	Zusammen- fassung alle Länder	Umfrage zu Lieblings- ländern
Dom Rep Pferde- projekt	Australien Projekt- beschreibung	Rumänien Feriencamp Gewinnspiel	Kroatien Meeresschutz Delphine & Wale	Bolivien Tierschutz 10 Fakten	10 Gründe nach Indien zu reisen	Quiz zu Kroatien & Neuseeland

DISTRIBUTION



INSTAGRAM



YOUTUBE



VIMEO



WHATSAPP



FACEBOOK



TIKTOK



PINTEREST



TWITTER



XING



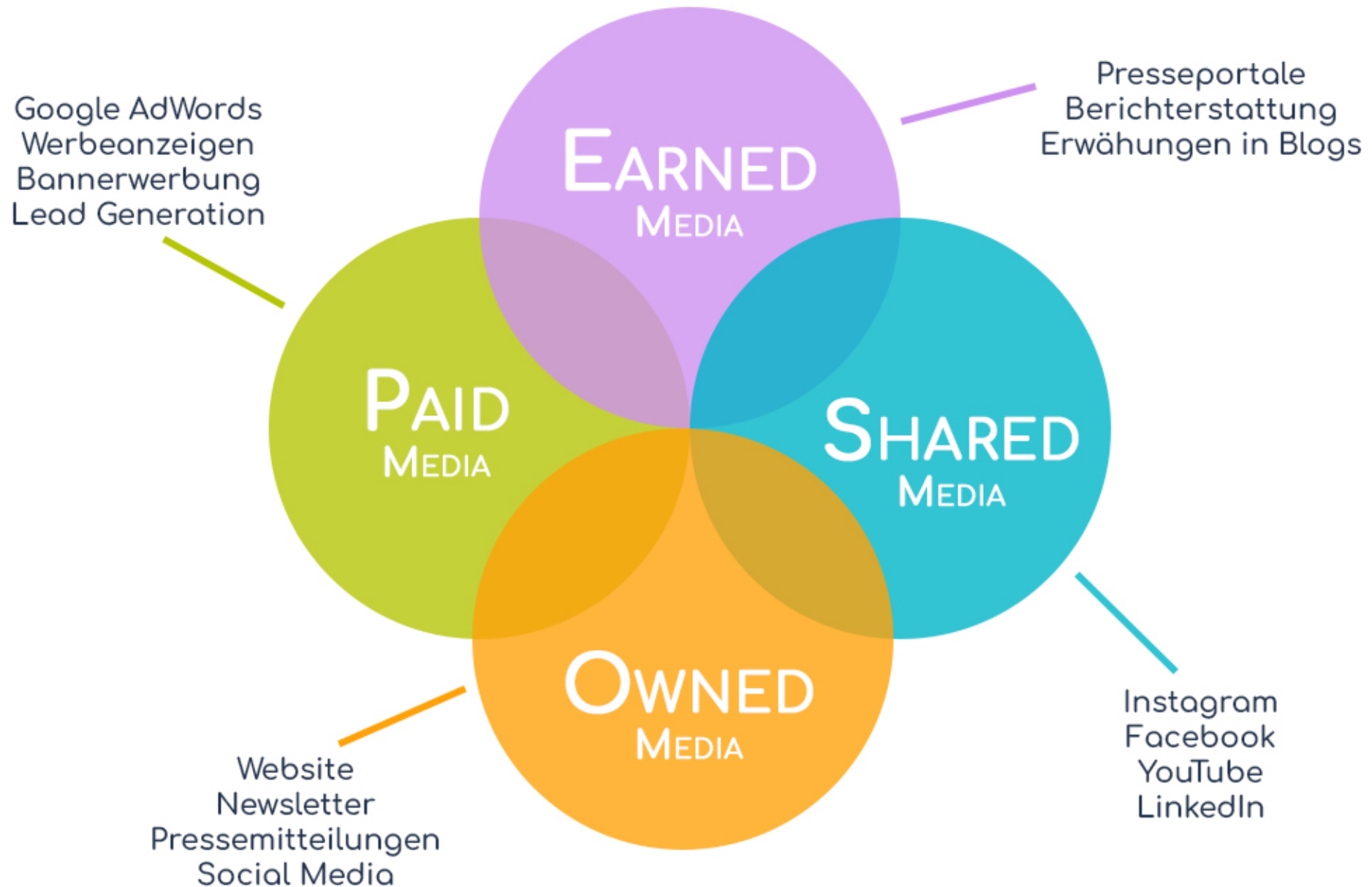
LINKEDIN

Diese **Social Media Strategie** bezieht sich hauptsächlich auf **Instagram** und **YouTube**. Jedoch ist zu beachten, dass jeder Kanal wichtig ist, bespielt und gepflegt werden muss.

Um die Hauptzielgruppe zu erreichen, muss auch für **TikTok** Ideen und Videos Zeit investiert werden. Dies erfordert neben einem Vollzeit Social Media Manager eine weitere mind. Teilzeitkraft zur Unterstützung.

Auf **LinkedIn** und **Xing** ist es eine Selbstverständlichkeit auf die Form zu achten und Logo, Anschrift etc. aktuell zu halten. Der letzte Artikel sollte nicht älter als 1 Monat sein.

In der Vergangenheit wurde **WhatsApp** als Möglichkeit erreichbar zu sein aufgrund von Personalmangel entfernt. Empfehlung: Da WhatsApp der kürzeste Weg zum Kunden ist, dringend wieder aktivieren.



Owned Media

Websites

RGV
- Projektinfos
- Länderinfos
- Magazinartikel
- Volunteer Guide

Infoportale:

Freiwilligenarbeit.de
Wege-ins-Ausland.de
Nachhaltiges-reisen.org

PR:
Newsletter
Pressemitteilungen

Earned Media

Erwähnungen

Zusammenarbeit
mit Magazinen, die
sich mit Nachhaltig-
keit im Tourismus
beschäftigen

Erwähnungen in
Presseportalen

Erwähnungen in
Blogs der Volunteers

Viele sind als
Influencer unterwegs

Paid Media

Bezahlte Werbung

Wurde bisher wenig
bis gar nicht einge-
setzt. Empfehlung:
Nicht an dieser
Stelle sparen, öfter
Werbeanzeigen,
Bannerwerbung
etc. schalten.

Deutlich öfter
Influencer einsetzen.
Beispiel Lisa in der
Dom Rep - das war
ein voller Erfolg!

Shared Media

Content teilen

Ehemalige Volunteers
teilen Inhalte auf
eigenen Accounts
(tagging)

Idealerweise auf
mehreren Kanälen.

- Instagram
- Facebook
- YouTube
- LinkedIn

EVALUATION

Social Media Monitoring

Beim Social Media Monitoring werden die sozialen Medien nach Informationen und Nutzerprofilen durchsucht, die für ein Unternehmen relevant sind. Hierfür erstellen Unternehmen eine Liste von Keywords, nach denen das Social Web durchsucht wird. Social Media Monitoring soll Unternehmen einen permanenten Überblick über aktuelle Themen, Meinungen, Influencer, Kritikern etc. in Bezug auf das eigene Unternehmen, deren Produkte und Dienstleistungen oder auch dem Wettbewerb geben.

Das Monitoring wird im Gegensatz zu einer Analyse kontinuierlich durchgeführt. Um über problematische Beiträge zeitnah informiert zu werden, werden beim Social Media Monitoring automatische Benachrichtigungen (Alerts) eingerichtet. So können Krisensituationen rechtzeitig erkannt werden.

KRISEN MANAGEMENT

Krisenmanagement

Um problematische Situationen zu vermeiden, ist im Vorfeld wichtig, Richtlinien zu erstellen.

Darin enthalten sollten sein:

- Leitlinien zum Urheberrecht
- Richtlinien zum Datenschutz
- Vertraulichkeitsrichtlinien

Das ist noch wichtig:

Sicherheit sämtlicher Accounts

- Zugänge werden regelmäßig rausgegeben (Take Over - Teams vor Ort oder Influencer)
- Passwörter müssen mindestens 1x im Monat geändert werden (oder nach Bedarf)

Social Media Listening nutzen um Probleme aufzuspüren

Festlegen, was als Krise gilt

Einen Plan zur Krisenkommunikation entwickeln

Je nach dem, wie schlimm die Krise ist, evtl. geplante Posts aussetzen, bzw. diese kontrollieren

HANDLUNGS
EMPFEHLUNG

Handlungsempfehlung

Um eine Verbesserung der Social Media Präsenz herbeizuführen und die Ziele (Followerwachstum und Engagement) erreicht werden können, wird empfohlen, mindestens zwei weitere Redakteure/Online Marketer/Mediengestalter einzustellen.

Der Kontakt zu den Volunteers muss besser gepflegt werden. Vor Antritt der Reise ist der Volunteer bisher kaum bis gar nicht mit der Marketingabteilung in Kontakt. Hilfreich ist hier schon eine Verbindung zu knüpfen und die Teilnehmenden zum Teilen und Taggen zu animieren.

Die Kommunikation mit den Teams vor Ort muss verbessert werden. Empfehlung: Regelmäßig Online Video Meetings. Vielen ist nicht bewusst, wie wichtig Social Media ist, was zum Teil nachvollziehbar ist, da die Menschen vor Ort andere Sorgen haben, die tatsächlich von größerer Bedeutung sind.

Es braucht Ideen und Zeit für Videos, die nachweisbar am besten beim Zielpublikum ankommen. Eine professionelle Umsetzung von Projekt-, Erklär-, und Ländervideos kann nur mit genug Personal gewährleistet werden.

Fazit

Abschließend ist zu sagen, dass Rainbow Garden Village das Potenzial hat, eine richtig gute Marke zu werden. Im Google Ranking ist RGV bereits sehr gut aufgestellt - das Suchergebnis bei vielen verwandten Begriffen, bzw. auch die, die nicht unmittelbar mit Volunteering etwas zu tun haben, ist sehr gut.

Es gibt auch viele Infoportale, die RGV selbst pflegt (siehe Folie Content Seeding), was ebenso zu einer breit aufgestellten Präsenz beiträgt. Videoprojekte müssen geplant und umgesetzt werden, dies benötigt Ressourcen, aber es lohnt sich.