

Übersicht der Social Media Aktivitäten für den Dresdner Entencup

Projektzeitraum: Mai 2024 – September 2024



MARKENTEAM
BEHIND YOU
GMBH



Ausgangssituation

Der Dresdner Entencup, ein gemeinnütziges Projekt, startete ohne jegliche Präsenz auf Instagram. Unser Ziel war es, durch eine professionelle und engagierte Bespielung der Plattform die Bekanntheit des Projekts zu steigern und eine Community aufzubauen.

Aktivitäten und Zeitaufwand

PROFILANLEGUNG

Zu Beginn haben wir ein ansprechendes Instagram-Profil erstellt, das alle relevanten Informationen über den Entencup enthält. Dies beinhaltete die Gestaltung einer einprägsamen Biografie, die potenzielle Follower sofort anspricht.

Bild zeigt Instagram Biografie



KONZEPT- UND REDAKTIONSPLANUNG

Wir entwickelten ein umfassendes Konzept, das die Strategie für die Inhalte festlegte. Dazu gehörte die Ideenfindung für kreative Postings und die Abstimmung mit Partnern für anstehende Videodrehs. Ein detaillierter Redaktionsplan wurde erstellt, um die Veröffentlichung der Inhalte zu optimieren und sicherzustellen, dass wir regelmäßig und strategisch posten.

Entencup 2024

Content wird parallel auf den Instagram- und Facebookkanälen des Lions Clubs Dresden bzw. Entencups veröffentlicht, [Feed-Beitrag](#), [Story](#)

Redaktionsplan:

Opener

- 25.05. Bekleben: vor Ort Fotomaterial
- 30.05. Bekleben: Reel

Vorbereitung

- 04.06. Vorbereitungen (Flyer, Verpacken der Entchen, Verladen der Entchen, Presse)
- 06.06. Hard Facts des Entencups: Spendeneempfänger (Carousel)
 - Vorstellung Sonnenstrahl e.V.
 - Reittherapie
- 12.06. Vorbereitungen (Flyer, Verpacken der Entchen, Verladen der Entchen, Presse)
- 14.06. Hard Facts des Entencups: Adaptionsscheine
 - Preis
 - Anzahl
 - Prinzip
- 21.06. Vorbereitungen (Flyer, Verpacken der Entchen, Verladen der Entchen, Presse)
- 18.06. Hard Facts des Entencups: Gewinne
 - Vorstellung der Preise
 - Anzahl der Gewinner
- 26.06. Vorbereitungen (Flyer, Verpacken der Entchen, Verladen der Entchen, Presse)
- 01.07. Gruppenbild der Entencharaktere, Anteasern Vorstellungsrunde

Verkauf

- 05.07. Verkaufsstart: Deckelgrafik + Verkaufsstandorte
- 06.07. Verkaufsstandorte
- 08.07. Grafik Ente Nr. 1
- 09.07. Reel Sponsor/Partner Ente Nr. 1
- 10.07. Verkauf: Foto Standort Altmarktgalerie bis 03.08.
- 11.07. Grafik Ente Nr. 2
- 12.07. Reel Sponsor/Partner Ente Nr. 2
- 15.07. Grafik Ente Nr. 3
- 16.07. Reel Sponsor/Partner Ente Nr. 3
- 17.07. Verkauf: Foto Standort Lions Club Dresden/MB
- 18.07. Grafik Ente Nr. 4

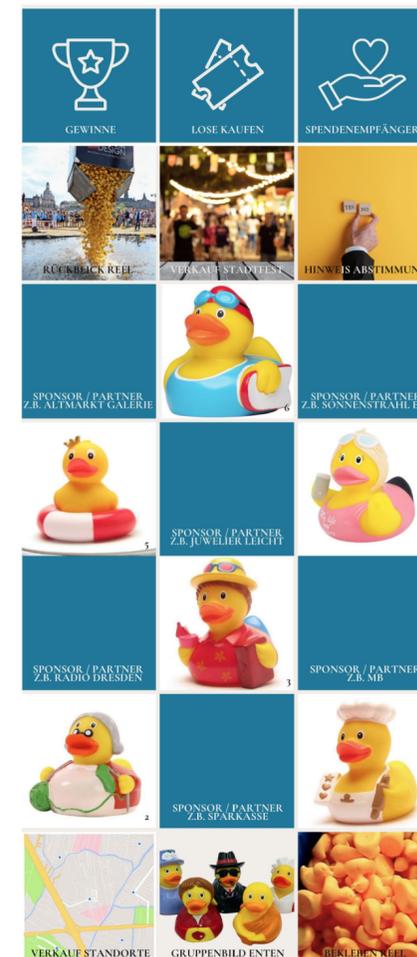
- 19.07. Reel Sponsor/Partner Ente Nr. 4
- 22.07. Grafik Ente Nr. 5
- 23.07. Reel Sponsor/Partner Ente Nr. 5
- 24.07. Verkauf: Foto Standort Sonnenstrahl e.V.
- 25.07. Grafik Ente Nr. 6
- 26.07. Reel Sponsor/Partner Ente Nr. 6

Interaktive Abstimmung + Verkauf

- 31.07. Hinweis zur Abstimmung in der Story
- 06.08. Wettkampf Runde 1
 - à 3 Sequenzen Gegenüberstellung
 - 2 Enten fliegen raus
- 09.08. Wettkampf Runde 2
 - à 2 Sequenzen Gegenüberstellung
 - 2 Enten fliegen raus
- 13.08. Wettkampf Runde 3
 - 1 Sequenz Gegenüberstellung
 - 1 Ente fliegt raus
- 16.08. Verkauf: Foto Standort Stadtfest
- 16.08. Wettkampf Runde 4
 - Siegerehrung
- 17.08. Verkauf: Foto Stadtfest

Live + Rückblick

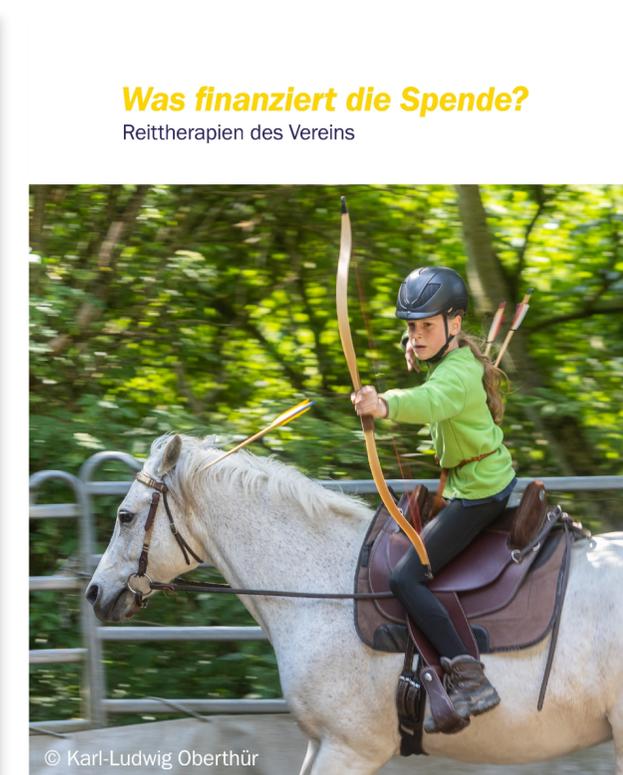
- 18.08. vor Ort Foto – und Videomaterial
- 19.08. Recap Reel + Spendensumme
- 3 Posts – Abholung der drei Hauptpreise



Die Konzept- und Redaktionsplanung gliederte sich in mehrere spezielle Inhaltsbereiche:

- Einblicke zu Vorbereitungen und Informationen zur Veranstaltung:
Wir haben Inhalte erstellt, die die Vorbereitungen des Entencups dokumentieren und wichtige Informationen zur Veranstaltung bereitstellen. Dazu gehörte das Erklären des Prinzips des Entenrennens, die rechtzeitige Ankündigung des Verkaufsstarts und der Standorte für den Verkauf der Entenadoptionsscheine.

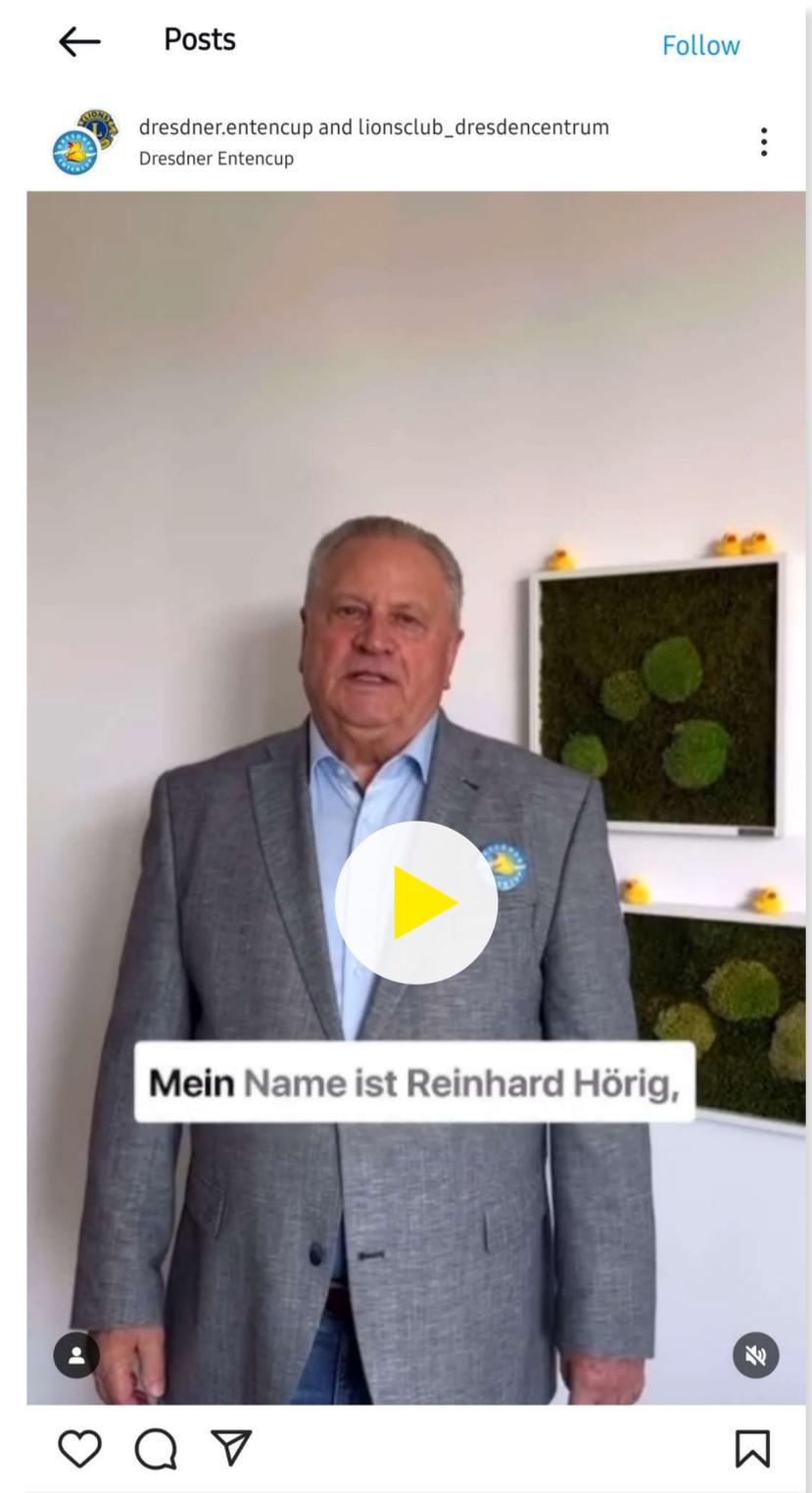
Bilder zeigen einen von insgesamt drei Erklär-Posts (ganz Links Deckelgrafik, nach rechts folgend Einzel-Slides)



- Grafisch gestaltete Entchen-Charaktere:
Wir haben kreative Entchen-Charaktere entwickelt, die die verschiedenen Themen des Entenrennens spielerisch aufgreifen. Diese Charaktere, wie „Entchen August“ (in Anlehnung an August den Starken) und „Bäcker-Entchen Christo“ (inspiriert vom Dresdner Christstollen), wurden genutzt, um eine ansprechende Geschichte rund um das Event zu erzählen. Die Follower konnten aktiv mitentscheiden, indem sie ihr Lieblingsentchen küren konnten, was die Interaktion förderte.



- Videoclips ausgewählter Partner und Sponsoren:
Kurze, ansprechende Videoclips wurden erstellt, um die Wichtigkeit des Projekts zu betonen. Diese Clips riefen zur Unterstützung des Projekts auf und animierten die Community, Enten-Adoptionsscheine zu kaufen.
- Content zum Entencup selbst:
Aktuelle Informationen zu Änderungen, Live-Eindrücke von der Auslosung und Nachberichte wurden erstellt, um die Community stets auf dem Laufenden zu halten. Durch Recaps der Veranstaltung wurden die Highlights nochmals hervorgehoben und das Interesse aufrechterhalten.



Aktivitäten und Zeitaufwand

CONTENT-ERSTELLUNG

Jeder Post wurde sorgfältig formuliert und grafisch gestaltet, um die Botschaft des Entencups effektiv zu kommunizieren. Hierbei haben wir ansprechende visuelle Elemente und ansprechende Texte kombiniert, um die Aufmerksamkeit unserer Zielgruppe zu gewinnen.

COMMUNITY MANAGEMENT

Ein wichtiger Bestandteil unserer Strategie war das tägliche Community Management. Wir haben regelmäßig Inhalte gepostet, Stories hochgeladen und aktiv mit der Community interagiert. Durch das Beantworten von Kommentaren und Fragen haben wir eine enge Bindung zur Zielgruppe aufgebaut und das Engagement gefördert.



BILD- UND VIDEOBEARBEITUNG

Die visuelle Qualität unserer Beiträge war uns sehr wichtig. Daher haben wir Bilder bearbeitet, Videos geschnitten, Untertitel erstellt sowie Musiklizenzen bereitgestellt, um ein professionelles Gesamtbild zu gewährleisten.

FOTO- UND VIDEOAUFNAHMEN

Um authentische Einblicke in die Aktivitäten des Entencups zu bieten, haben wir vor Ort Aufnahmen gemacht, beispielsweise während der Scheckübergabe und der Auslosung der Gewinne, aber auch vereinzelt die Video-Shootings mit den Partnern und Sponsoren durchgeführt.



STORY-HIGHLIGHTS UND AUSWERTUNGEN

Wir haben Story-Highlights erstellt, um wichtige Informationen dauerhaft sichtbar zu machen. Zusätzlich werteten wir die Enten-Challenge aus, bei der die Follower regelmäßig abstimmen konnten. Diese interaktive Komponente förderte die Beteiligung und erhöhte das Engagement auf unserem Kanal.



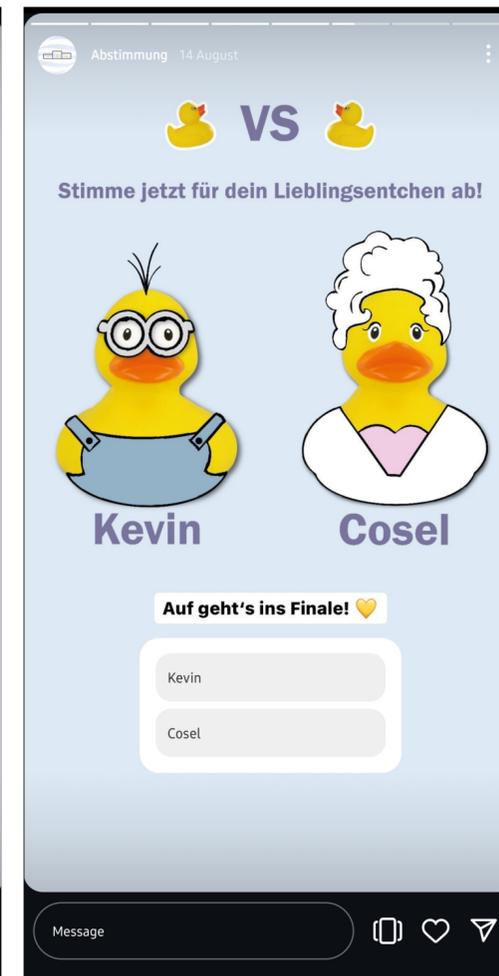
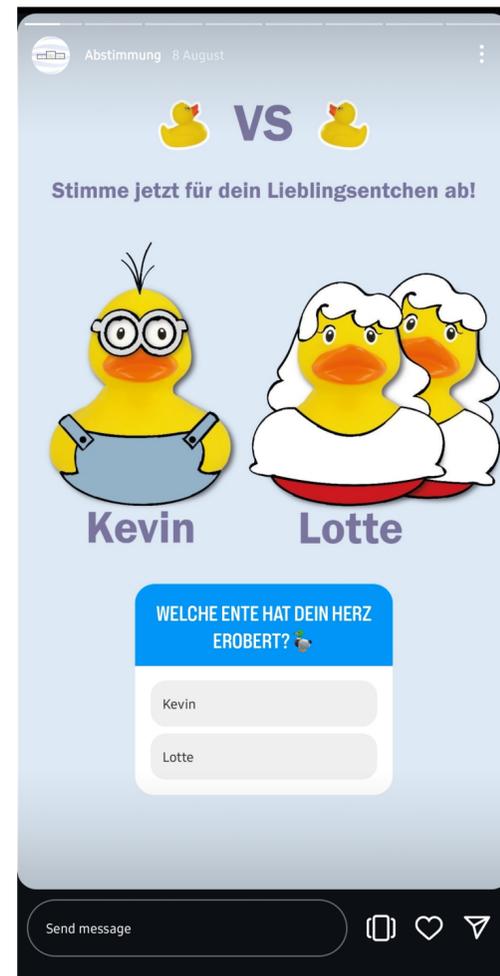
Abstimmung



Verkauf

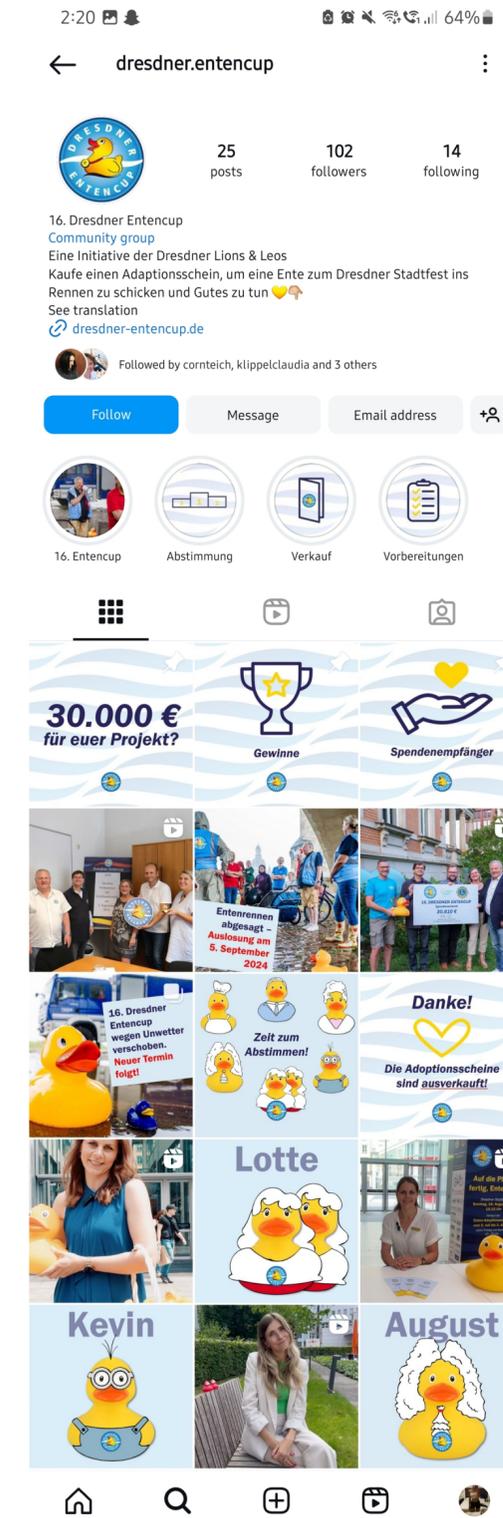


Vorbereitungen



Erfolge des Projekts

- Follower-Zuwachs: Innerhalb von nur 3 Monaten von 0 auf 101 Follower
- Hohe Interaktionsrate:
Unsere Posts und Stories erzielten durchweg positive Resonanz und rege Beteiligung.
- Erhöhte Sichtbarkeit:
Der Dresdner Entencup wurde in der Community deutlich sichtbarer, was zu einem gesteigerten Interesse an der Veranstaltung führte.





markenteam behind you GmbH

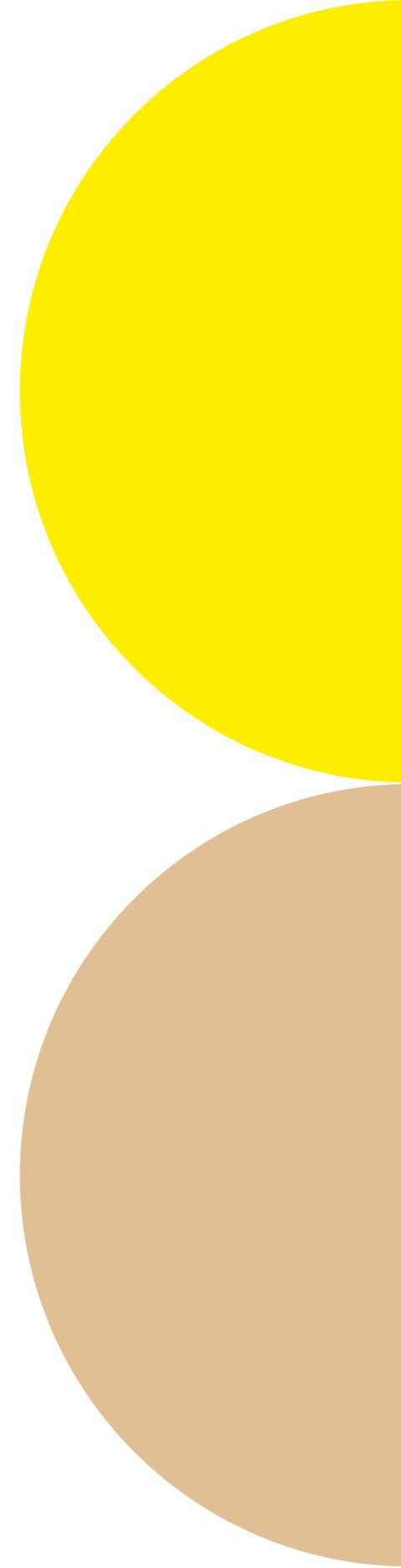
Könneritzstraße 3

01067 Dresden

T: +49 351 43813-0

hallo@mbagentur.de

www.mbagentur.de



Impressum

Die hier erarbeiteten Gedanken und Vorschläge sind geistiges Eigentum der markenteam behind you GmbH und unterliegen dem Urheberrecht. Jede ganze oder teilweise Vervielfältigung sowie jede Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet. Sollte es nicht zur Auftragsvergabe an markenteam behind you GmbH kommen, ist der Auftraggeber der Präsentation verpflichtet, es zu unterlassen, die im Rahmen der Präsentation vorgetragenen Ideen, Vorschläge und Texte zu verwenden.

