

Social Media kompakt – Von der Idee zum Reel

Abschließende Seminar- und Projektdokumentation

Akademie am Tönsberg

16. Dezember 2025

1 Einleitung

Diese Dokumentation bündelt alle Inhalte, Ergebnisse und Arbeitsmaterialien des Seminars „Social Media kompakt – Von der Idee zum Reel“, das am 16. Dezember 2025 an der Akademie am Tönsberg durchgeführt wurde. Sie ist als umfassende Seminar- und Projektdokumentation konzipiert und richtet sich gleichermaßen an Mitarbeitende der Akademie, Fördermittelgeber sowie an Personen, die das Seminar zukünftig intern wiederholen oder weiterentwickeln möchten.

Ziel des Dokuments ist es, nicht nur den Ablauf des Seminartages zu dokumentieren, sondern die vermittelten Inhalte dauerhaft zugänglich, nachvollziehbar und reproduzierbar zu machen. Die Dokumentation verbindet didaktische Einordnung, strategische Überlegungen und konkrete praktische Anleitungen. Sie soll es ermöglichen, Social-Media-Arbeit langfristig als festen Bestandteil der Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit der Akademie zu etablieren.

Der Schwerpunkt liegt auf Instagram als zentralem Kommunikationskanal sowie auf den Formaten Feed, Story und Reel. Alle Inhalte sind so aufbereitet, dass sie unabhängig vom konkreten Seminartag genutzt und in den Arbeitsalltag integriert werden können.

2 Didaktischer und strategischer Rahmen

Social Media wird in dieser Fortbildung nicht als Marketinginstrument im klassischen Sinne verstanden, sondern als zeitgemäßes Werkzeug der Bildungs-, Projekt- und Öffentlichkeitsarbeit. Für Bildungseinrichtungen steht nicht die maximale Reichweite im Vordergrund, sondern Verständlichkeit, Zugänglichkeit, Transparenz und Beziehungspflege.

Der didaktische Rahmen des Seminars basiert auf drei grundlegenden Prinzipien. Erstens wird konsequent niedrigschwellig gearbeitet. Technische und organisatorische Hürden sollen so gering wie möglich gehalten werden, damit möglichst viele Mitarbeitende aktiv Inhalte erstellen können. Zweitens liegt der Fokus auf wiederholbaren Prozessen statt auf Einzelaktionen. Nachhaltigkeit entsteht durch Routinen, nicht durch Perfektion. Drittens wird Teamfähigkeit in den Mittelpunkt gestellt. Social Media ist eine gemeinsame Aufgabe, keine Einzelverantwortung.

Die Entscheidung für Instagram als Schwerpunktplattform folgt strategischen Überlegungen. Instagram ist für viele Zielgruppen der Akademie relevant, visuell orientiert und mobil nutzbar. Gleichzeitig lassen sich dort mit überschaubarem Aufwand sowohl dokumentarische als auch

erklärende Inhalte umsetzen. Die Ausrichtung auf mobile Produktion unterstützt eine unmittelbare Integration in den Arbeitsalltag, etwa bei Workshops, Seminaren oder Veranstaltungen.

3 Seminaraufbau und Ablauf

Das Seminar war als kompakter Ganztagsworkshop von 9:00 bis 16:00 Uhr angelegt. Die zeitliche Struktur folgte einer klaren Dramaturgie, die Theorie, Praxis und Reflexion miteinander verzahnte.

Zu Beginn stand das Ankommen und die gemeinsame Zielklärung. In einer kurzen Vorstellungsrunde wurden Erwartungen, Vorerfahrungen und konkrete Fragestellungen gesammelt. Dadurch entstand ein gemeinsames Verständnis für die Zielsetzung des Tages.

Im ersten inhaltlichen Block wurden Grundlagen sozialer Medien im Bildungskontext vermittelt. Dabei ging es um die Rolle von Social Media für Bildungseinrichtungen, um typische Chancen und Herausforderungen sowie um eine Einordnung der Formate Feed, Story und Reel. Ergänzend wurde der bestehende Instagram-Auftritt der Akademie gemeinsam betrachtet und reflektiert.

Der zweite Block widmete sich der inhaltlichen Arbeit. Es wurde erläutert, welche Inhalte auf Instagram funktionieren und warum. Die Teilnehmenden entwickelten konkrete Content-Ideen und lernten, diese entlang einfacher dramaturgischer Prinzipien zu strukturieren.

Nach der Mittagspause lag der Fokus auf der praktischen Umsetzung. In kleinen Gruppen wurden kurze Clips mit dem Smartphone aufgenommen. Dabei wurden Grundlagen zu Bildgestaltung, Ton und Licht direkt angewendet.

Im anschließenden Block ging es um Schnitt, Gestaltung und Tools. Kostenlose und professionelle Programme wurden vorgestellt, Branding-Grundlagen erläutert und die Bedeutung von Untertiteln und Barrierefreiheit thematisiert.

Der Seminartag endete mit individueller Beratung, der gemeinsamen Skizze eines Redaktionsplans sowie der Klärung von Zuständigkeiten und nächsten Schritten.

4 Instagram-Grundlagen: Story, Feed, Reel – Zweck und Einsatz

Ein zentrales Element des Seminars war die klare Differenzierung der drei grundlegenden Instagram-Formate. Diese Unterscheidung ist entscheidend, um Inhalte zielgerichtet und sinnvoll einzusetzen.

Der Feed bildet das dauerhafte Archiv des Profils. Inhalte im Feed bleiben langfristig sichtbar und prägen den Gesamteindruck der Akademie. Hier eignen sich insbesondere Projektvorstellungen, zentrale Informationen, Rückblicke und erklärende Karussell-Beiträge. Feed-Beiträge werden meist bewusst konsumiert und dienen der Orientierung.

Stories sind zeitlich begrenzt und schaffen Nähe. Sie eignen sich für aktuelle Einblicke, Veranstaltungsbegleitungen, Stimmungsbilder und interaktive Elemente wie Umfragen oder Fragen. Stories dürfen spontan sein, profitieren jedoch von einer minimalen Struktur, um verständlich und ansprechend zu wirken.

Reels sind Kurzvideos mit hoher Reichweite. Sie werden stark ausgespielt und erreichen auch Personen, die dem Profil noch nicht folgen. Reels eignen sich besonders für kurze Erklärungen, O-Töne, atmosphärische Eindrücke und kompakte Wissensvermittlung. Erfolgreiche Reels folgen einer klaren Dramaturgie aus Einstieg, Inhalt und Handlungsaufforderung.

Die bewusste Wahl des Formats ist Teil der strategischen Arbeit. Inhalte mit langfristigem Informationswert gehören in den Feed, aktuelle Einblicke in die Story und reichweitenorientierte Inhalte ins Reel.

5 Content-Strategie und Formatentwicklung

Eine nachhaltige Social-Media-Arbeit basiert auf klaren inhaltlichen Leitlinien und wiederkehrenden Formaten. Im Seminar wurde daher mit sogenannten Content-Clustern gearbeitet. Diese bündeln typische Inhalte der Akademie, etwa Bildungsangebote, Projekte, Veranstaltungen, Community-Aspekte oder Einblicke hinter die Kulissen.

Auf dieser Grundlage wurden wiederholbare Formate entwickelt. Beispiele sind kurze Erklärvideos, Workshop-Rückblicke, O-Töne von Referent*innen oder kompakte Zusammenfassungen von Lernergebnissen. Der Vorteil solcher Formate liegt in der Zeitersparnis und der inhaltlichen Klarheit. Wenn Formate etabliert sind, müssen Inhalte nicht jedes Mal neu erfunden werden.

Strategisch wurde betont, dass Regelmäßigkeit wichtiger ist als Perfektion. Ein konsistenter Auftritt stärkt die Wahrnehmung der Akademie nachhaltiger als seltene, aufwendig produzierte Inhalte. Formate dürfen sich im Laufe der Zeit weiterentwickeln und anpassen.

6 Produktions-Workflow (Schritt für Schritt)

Der Produktionsprozess wurde im Seminar in klar nachvollziehbare Schritte unterteilt, um Sicherheit und Übersicht zu schaffen.

Am Anfang steht immer die Zielklärung. In einem kurzen Satz wird festgelegt, was der Beitrag bewirken soll, etwa informieren, einladen oder Einblick geben. Anschließend wird das passende Format gewählt.

Vor der Aufnahme werden grundlegende technische Aspekte geprüft. Dazu gehören das richtige Bildformat, ausreichendes Licht ohne starkes Gegenlicht und verständlicher Ton. Bereits diese wenigen Schritte verbessern die Qualität erheblich.

Während der Aufnahme empfiehlt sich das Arbeiten mit kurzen Clips. Mehrere Takes pro Szene erhöhen die Auswahlmöglichkeiten im Schnitt und reduzieren den Druck, alles beim ersten Versuch perfekt umzusetzen.

Nach der Aufnahme folgt die Nachbearbeitung. Dabei werden unnötige Pausen gekürzt, Untertitel ergänzt und gegebenenfalls ein dezentes Branding eingefügt. Lesbarkeit und Verständlichkeit stehen im Vordergrund.

Vor dem Veröffentlichen wird eine klare Bildunterschrift formuliert, die Inhalt, Kontext und eine Handlungsaufforderung verbindet. Abschließend erfolgt das Posten oder Planen des Beitrags.

7 Leitfäden und Checklisten

Zur Unterstützung des Arbeitsalltags wurden Leitfäden und Checklisten erarbeitet, die alle Phasen der Social-Media-Arbeit abdecken. Sie dienen als Orientierungshilfe vor, während und nach der Produktion.

Die Checklisten helfen dabei, typische Fehler zu vermeiden, etwa falsche Bildformate, schlechten Ton oder unklare Aussagen. Gleichzeitig fördern sie ein gemeinsames Qualitätsverständnis im Team.

Ziel dieser Leitfäden ist es, Sicherheit und Eigenständigkeit zu ermöglichen. Auch Mitarbeitende ohne Vorerfahrung sollen damit in der Lage sein, Inhalte selbstständig zu erstellen und zu veröffentlichen.

8 Redaktionsplanung

Ein weiterer Schwerpunkt des Seminars war die Redaktionsplanung. Vorgestellt wurde ein bewusst einfacher Zwei-Wochen-Plan, der den Einstieg erleichtert und Überforderung vermeidet.

Empfohlen wurde eine realistische Startfrequenz mit mehreren Stories pro Woche, ein bis zwei Reels und einem Feed-Beitrag. Entscheidend ist nicht die Menge, sondern die Verlässlichkeit.

Für jeden geplanten Beitrag werden Thema, Format, Ziel und Zuständigkeit festgelegt. Rollen können von einer oder mehreren Personen übernommen werden. Wichtig ist die Klarheit der Verantwortung.

Die Planung erfolgt in kurzen Zyklen. Eine regelmäßige, kurze Auswertung dient der Lernschleife und ermöglicht eine kontinuierliche Verbesserung der Inhalte.

9 Technik- und Tool-Beratung

Technik wurde im Seminar als unterstützendes Werkzeug verstanden, nicht als Selbstzweck. Im Vordergrund steht mobile Produktion mit Smartphones, ergänzt durch einfache, robuste Zusatzgeräte.

Bereits einfache Mikrofone und kleine LED-Leuchten führen zu deutlich besseren Ergebnissen. Die vorgestellten Technikempfehlungen sind modular aufgebaut und lassen sich schrittweise erweitern.

All-in-one-Lösungen wie kompakte Gimbal-Kameras wurden als besonders teamtauglich hervorgehoben, da sie Fehlerquellen reduzieren und schnell einsatzbereit sind. Ergänzend wurden Schnittprogramme und Kamera-Apps vorgestellt, die eine einfache Bedienung ermöglichen.

10 Tool- und KI-Workflow für Social Media

Dieser Abschnitt ergänzt die Social-Media-Arbeit um konkrete, erprobte Tool- und KI-Empfehlungen. Der Fokus liegt bewusst auf **Klarheit, Reduktion und Alltagstauglichkeit** – nicht auf technischer Maximierung.

10.1 Grundhaltung zum Einsatz von Tools und KI

Tools und KI werden als **Unterstützungssysteme** verstanden, nicht als Ersatz für inhaltliche Entscheidungen, pädagogische Verantwortung oder Haltung. Gute Social-Media-Arbeit entsteht durch Verständlichkeit, Relevanz und Resonanz – nicht durch Software.

KI kann Denkprozesse strukturieren, Varianten vorschlagen und Unsicherheiten reduzieren. Sie soll jedoch **nicht automatisieren, was reflektiert werden muss**, insbesondere bei sensiblen Bildungs- und Projekthinhalten.

Leitfrage für jedes Tool:

Erleichtert dieses Werkzeug unseren Arbeitsalltag konkret – oder erzeugt es zusätzliche Komplexität?

10.2 Planung, Übersicht und redaktionelle Ordnung

Für Planung und visuelle Ordnung dient **Canva** als zentraler Denk- und Arbeitsraum. Canva wird nicht nur zur Gestaltung, sondern auch für Redaktionsübersichten, Serienplanung und visuelle Struktur genutzt.

Alternativ oder ergänzend können bewusst einfache Werkzeuge (z. B. Textdokumente oder Tabellen) eingesetzt werden, wenn dies für das Team übersichtlicher ist.

10.3 Gestaltung und visuelle Konsistenz

Canva unterstützt die Entwicklung weniger, fester Vorlagen (z. B. Feed-Karussells, Story-Abfolgen, Reel-Titelbilder). Ziel ist Konsistenz statt Perfektion: gleiche Schrift, ähnliche Farbigkeit, vergleichbare Bildaufteilung.

10.4 Video-Schnitt und technische Umsetzung

Für den Alltag eignet sich **CapCut** als zentrales Schnittwerkzeug (Smartphone und Desktop):

- schneller Schnitt
- automatische Untertitel
- geringer Einarbeitungsaufwand

Für vertiefende Produktionen (Interviews, Porträts, Dokumentationen) kann **DaVinci Resolve** genutzt werden. Dieses Tool sollte bewusst nur von wenigen, festen Personen eingesetzt werden.

10.5 KI-gestützte Text-, Ideen- und Strukturarbeit

Textbasierte KI-Tools wie **ChatGPT** oder **Claude** dienen als Sparringspartner:

- Entwicklung von Reel-Hooks
- Strukturierung von Inhalten
- Rohfassungen für Captions und CTAs

KI liefert Vorschläge und Varianten, die anschließend geprüft, angepasst und verantwortet werden. KI-Texte dürfen niemals ungeprüft veröffentlicht werden.

10.6 Sprache, Stimme und Audio: ElevenLabs

ElevenLabs kann optional für ruhige Voiceovers, gesprochene Textfragmente oder barrierearme Ergänzungen genutzt werden.

Der Einsatz erfolgt sparsam und transparent. KI-Stimmen dürfen nicht über reale Personen oder deren Aussagen gelegt werden, ohne dies klar kenntlich zu machen.

10.7 Untertitel und Barrierefreiheit

Untertitel sind ein zentraler Bestandteil guter Social-Media-Arbeit. Automatische Funktionen (CapCut, Instagram) sind hilfreich, müssen jedoch kurz gegengelesen werden (Namen, Fachbegriffe, historische Bezüge).

10.8 Beispielhafter Gesamt-Workflow

1. Idee und Ziel festlegen
2. Format wählen (Feed / Story / Reel)
3. Optional: KI zur Struktur- oder Texthilfe nutzen
4. Aufnahme mit Smartphone und einfachem Setup
5. Schnitt in CapCut (inkl. Untertitel, ggf. Logo)
6. Gestaltung in Canva (Titel-Slide, Vorlagen)
7. Planung oder Veröffentlichung über die Meta Business Suite

Der Workflow ist bewusst schlank gehalten und ohne zusätzliche Kosten umsetzbar.

10.9 Empfohlenes Minimal-Tool-Set

Für den Alltag genügt ein reduziertes Set:

- Canva (Planung und Gestaltung)
- CapCut (Videoschnitt)
- ChatGPT oder Claude (Struktur- und Texthilfe)
- optional: DaVinci Resolve (vertiefende Projekte)
- optional: ElevenLabs (Audio)

10.10 Abschließende Haltung

Tools sollen Sicherheit geben, nicht dominieren. Klarheit schlägt Softwarevielfalt. Dieser Workflow ist Orientierung – keine technische Pflicht.

11 Transfer, Nachhaltigkeit und Ausblick

Der Transfer in den Arbeitsalltag ist entscheidend für den langfristigen Erfolg des Seminars. Daher wurden konkrete nächste Schritte definiert, etwa eine Testphase mit den entwickelten Formaten und eine kurze interne Auswertung der ersten Veröffentlichungen.

Langfristig kann die Social-Media-Arbeit durch weitere Schulungen, Auffrischungen oder technische Erweiterungen ergänzt werden. Die hier dokumentierten Prozesse bilden dafür eine belastbare Grundlage.

12 Kurzbericht

Am 16. Dezember 2025 fand an der Akademie am Tönsberg die Fortbildung „Social Media kompakt – Von der Idee zum Reel“ statt. Teilnehmende waren Mitarbeitende aus Bildungsarbeit, Projekten und Öffentlichkeitsarbeit. Ziel war die Vermittlung praxisnaher, strategischer und technisch fundierter Kenntnisse zur eigenständigen Erstellung von Social-Media-Inhalten.

Im Verlauf des Tages wurden Grundlagen sozialer Medien im Bildungskontext vermittelt, konkrete Content-Ideen entwickelt und praktische Übungen zur Aufnahme und Bearbeitung von Videos durchgeführt. Als Ergebnisse liegen ein Redaktionsplan-Prototyp, Leitfäden und Checklisten sowie erste Medieninhalte vor. Das Team wurde befähigt, Social Media künftig eigenständig und sicher zu nutzen.

13 Fazit

Das Seminar hat deutlich gemacht, dass erfolgreiche Social-Media-Arbeit weniger von technischer Perfektion als von Klarheit, Struktur und Regelmäßigkeit abhängt. Durch die Verbindung von strategischer Einordnung, praktischer Übung und gemeinsamer Reflexion entstand ein tragfähiges Fundament für die weitere Arbeit der Akademie.

Die vorliegende Dokumentation stellt sicher, dass dieses Wissen langfristig verfügbar bleibt und als Grundlage für zukünftige Seminare, interne Schulungen und die kontinuierliche Weiterentwicklung der Social-Media-Arbeit genutzt werden kann.