



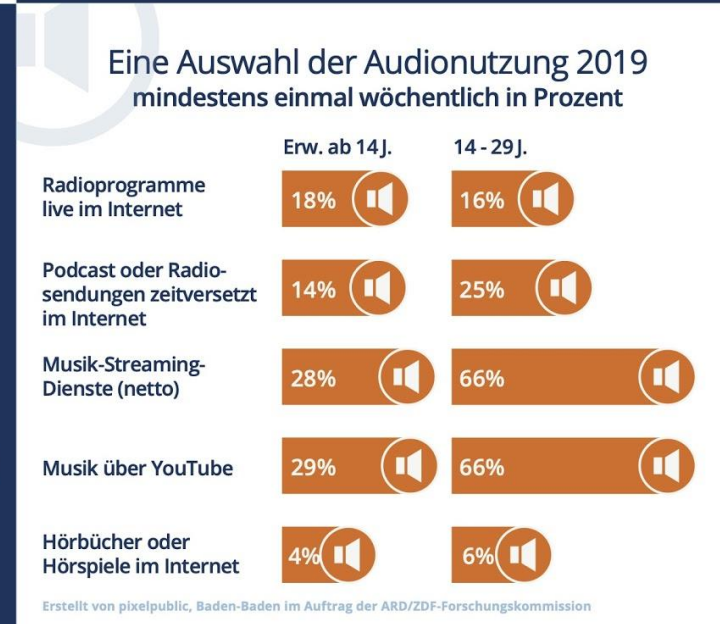
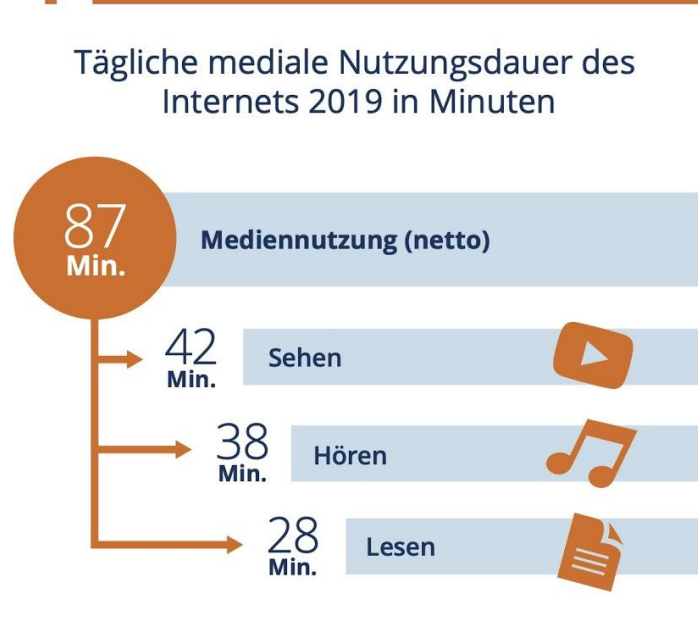
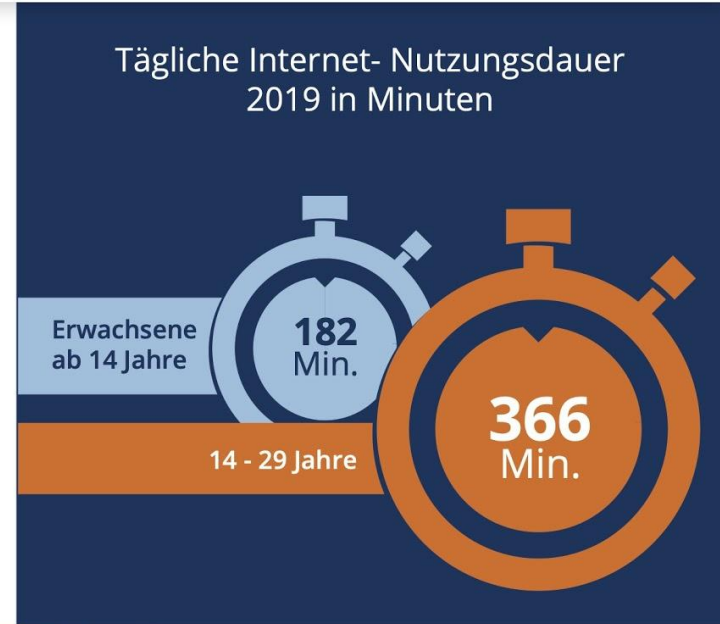
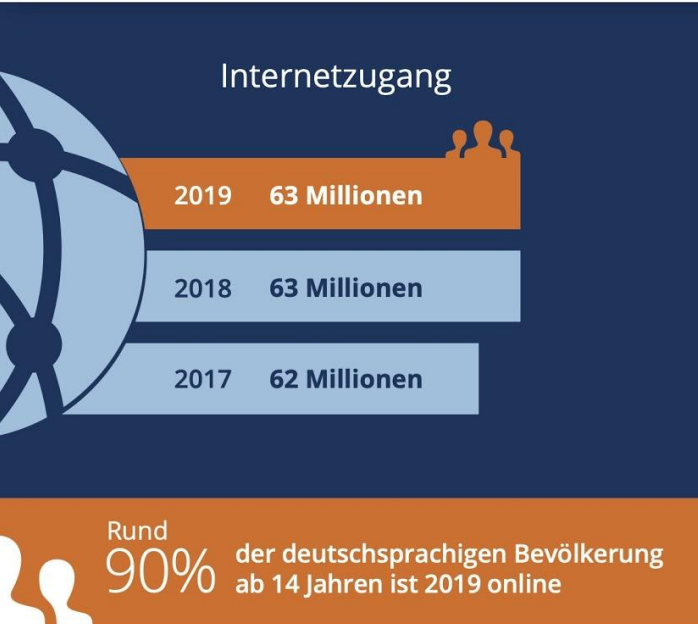
Herzlich Willkommen!

Kooperationen mit Bloggern und Influencern –
Neue Perspektiven für soziale Organisationen?

Julia Loder

Mit Großspendern und Multiplikatoren unterwegs...

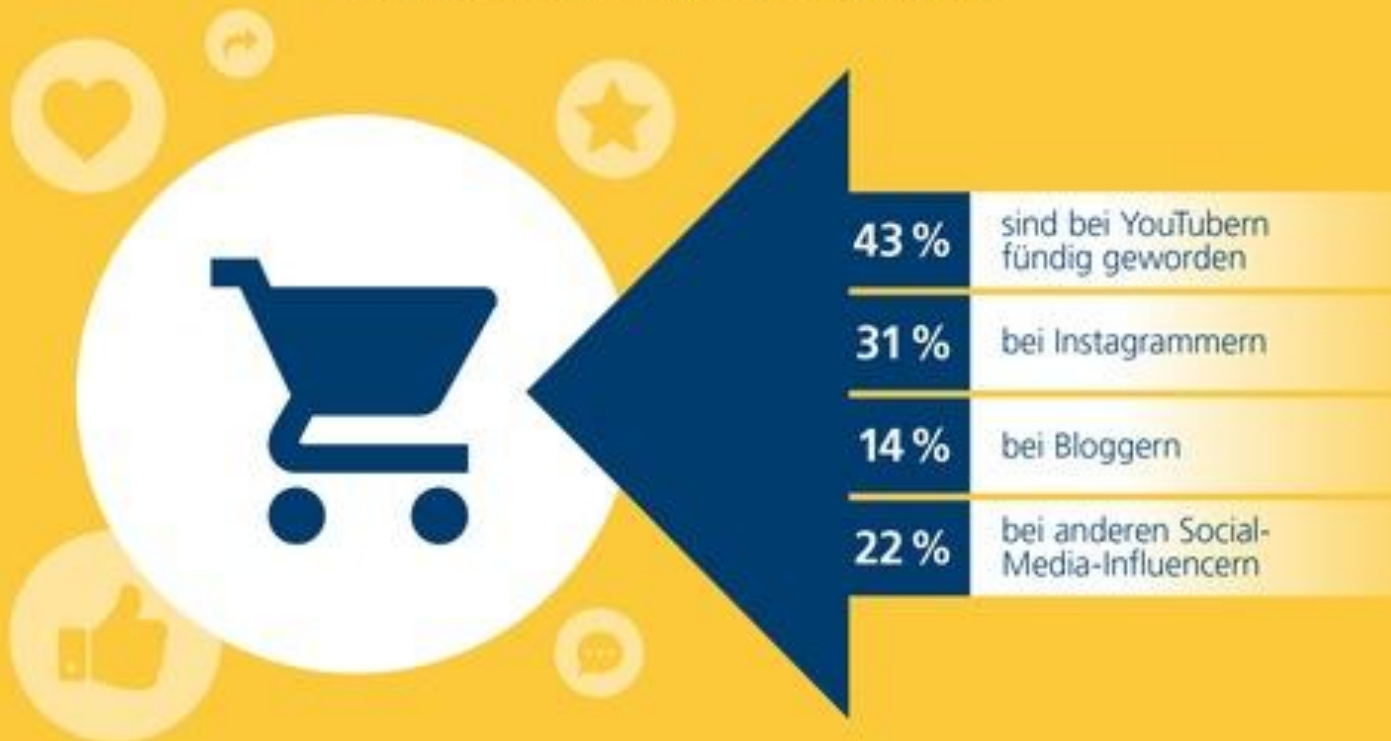




Die Jugend und das Einkaufen im Internet

Influencer beeinflussen Kaufentscheidungen der Jugendlichen

53 Prozent der Jugendlichen haben schon einmal aufgrund von Influencer-Werbung ein Produkt gekauft.



Wie man mit einem Blogger kooperiert

1. Recherche zu Bloggern

Intensive Recherche

auf allen Kanälen

Profiling der Person

Hashtags

Veranstaltungen



2. Durchhalten

Dauerhaft folgen

Profil immer wieder besuchen
& abscrollen

Kommentare der User lesen



3. Aufmerksamkeit auf Augenhöhe

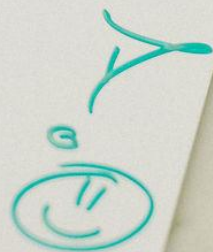
Starke Kommentare mit mindestens vier Worten

Kreative

Anknüpfungspunkte suchen

Um ein persönliches Gespräch bitten

die Pflicht ruft!
sag ihr, ich ruf zurück
Julia




4. Angebot

Flexible Kooperationsmodelle
entwickeln

Orga von Blogger-Aktionen

Blogger als Honorarkräfte

A smiling woman with blonde hair, wearing a bright yellow jacket, is holding a small, rectangular piece of light-colored paper. The paper has the words "Happy Julia" written in red marker. The word "Happy" is on the top line, and "Julia" is on the bottom line, both in a casual, handwritten style. There are small red dashes around the text, suggesting a celebratory or happy message. The woman is also wearing a red and white polka-dot scarf. The background is a soft-focus indoor setting with some greenery and a white vase.

Happy
Julia

Beispiel: Kinderkunsthhaus & Meine Svenja



Kinder im Kinderkunsthhaus lernen selbst animierte GIFs zu erstellen im Profi-Workshop mit Bloggerin Svenja Walter.

Beispiel: SOS-Kinderdorf & Einfach Stephanie

The screenshot shows a blog post on the website 'einfach Stephanie'. The main title is 'Kinderrechte verstehen, Kinder stärken' (Understanding children's rights, strengthening children), dated 21. November 2018. The text discusses children's rights and the role of adults. It includes an image of a child at a table and a graphic titled 'Recht auf Fürsorge' (Right to care). The post is categorized under 'KINDER & KINDER' and 'KINDERRECHTE'. There is a sidebar with a 'Monatliche Zusammenfassung per Email' (Monthly summary per email) sign-up form and a 'DERN GLEICH' button at the bottom.


HOME DAS BÄCKEN STEPHANIE REZEPTE BASTELN REISEN FESTE GESUNDHEIT TIPS

einfach Stephanie

Kinderrechte verstehen, Kinder stärken

21. November 2018


Kennt dein Kind seine Rechte? Meist Kinder sind neugierig, Teenager und können einige ihrer Grundrechte aufzählen. Zu wissen, was ihr gutes Recht ist, stärkt und schützt sie. Fragt mal eure Kinder, welche Kinderrechte sie kennen und was sie darunter verstehen. Das ist sicher sehr spannend und aufschlussreich.



© SOS-Kinderdorf e.V./Foto: Steffen Krieger

Kinder brauchen Rechte, um geliebt zu sein. Sie sollen sich behaupten können und dürfen nicht schutzlos anderen Menschen ausgeliefert sein. Das Wissen über diese Rechte bereitet sie ebenso darauf vor nachzudenken, wie sie mit anderen Menschen umgehen sollen. Selbst erlernt: **Fürsorge macht fürsorglich.**

Niemand von uns möchte in einer Gesellschaft leben, die geprägt ist von Wutbürgern. Davon aber haben wir tagtäglich etwas in den Nachrichten. Die Realisierung wächst auf vielen Ebenen, jeder von uns ist in der **Verantwortung**, seine Kinder darin zu bestärken, sich für andere und sich selbst einzusetzen. Kinder zu charakterstarken Menschen zu erziehen ist eine wichtige Aufgabe.



© Bild: Annett aus Zusammenarbeit mit Thera Fürsorge


Kindern den Blick auf die Welt öffnen

Wir reden sehr gern und erklären unseren Kindern von klein auf die Welt. Über Kindermärchen und **gemeinsame Gespräche** haben sie schon früh erfahren, dass nicht alle Kinder ein schönes Zuhause haben. Wir scheuen keine Ängste, machen sie aber sensibel für Nachrichten aus aller Welt. Die aktuellen Nachrichten bieten reichlich Grundstoff, um mit unseren Kindern die politische Lage der Welt zu erklären. Unsere Jugendlichen interessieren sich für die internationalen Ereignisse und wir erklären ihnen gern, was sie alles tun möchten.

KINDER & KINDER

Suchwort eingeben...

KOMMENTAR MIT "LEBENSREISE" VERBODEN. SELB.



NEWSLETTER

Monatliche Zusammenfassung per Email

Wächst du meinen Newsletter nur in einer monatlichen Zusammenfassung erhalten, dann trage dich bitte hier ab.

Deine Email-Adresse

Bei der gibt es kein Spam! Versprochen! Den Newsletter zu kündigen ist jederzeit ganz einfach möglich. Alle von dir eingetragene E-Mails werden niemals weitergegeben. Deine Daten sind bei uns jederzeit einsehbar. Um das hier die **Datenschutzrichtlinie** ansehen.

DERN GLEICH

Bloggerin Stephanie ist begeistert von der SOS-Kinderdorf Aktion zum Weltkindertag.

Beispiel: MummyMag und Weltkindertag

MUMMY MAG
A LIFESTYLE MAGAZINE FOR MODERN FAMILIES

MUMMY & DADDY - PREGGO & BABY - KIDS - NACHHALTIGKEIT - LEBEN - TRAVEL - SHOP - ABOUT

Weltkindertag 2016 Was wir uns diesmal ausgedacht haben

Gepostet von Janine | 29. September 2016 | MOMAGEMENT | Special

Nennt uns mal, aber da gibt Dinge auf dieser Welt, mit denen wir einfach nicht rechnen. Beispielsweise noch in diesem Jahr einen Termin zur Vaterschafts- und Sorgerechtsanerkennung auf einem Berliner Jugendamt zu bekommen. Aber es geht noch blödsinniger. Am Weltkindertag 2015 haben wir auf Facebook dazu aufgerufen, eine Spendenaktion von uns zu liken. Was daraus geworden ist und was wir daraus gelernt haben...

Die Idee war, für jeden Like einen Euro an SOS-Kinderdorf für die Hilfe in Syrien vor Ort zu spenden. Nur ist es zu unserem Bedauern so, dass schneller geklickt als gespendet wird und dass Achtet am 30. September 2015, damit durch die selbst gestimmte Decke ging, dass wir innerhalb weniger Stunden unsere geschnittene Obergrenze von 2.000 Likes für diese Aktion, sprich finanzielle private Obergrenze von 2.000 Euro, erreicht hatten und anfragen mussten.

Mit vereinten Kräften zum Weltkindertag
Nächtern betrachtet ist es doch so: Hilfe jeder der unsere Aktion geklickt hat, auch nur einen Euro gespendet, wären am Ende des 30. September 12.775 Euro zusammen gekommen. Also, lasst es uns dieses Jahr gemeinsam versuchen, ok?

1000+ BASE DE - 12.93 86 %

HIP HIP HURRA
Janine, Macéleine, Saskia, Du

20 min = 110 Likes

Und jetzt wird es geteilt

In Like unter dem Foto des Original Post = 1 Euro eintrahnen

Mummy Mag
Hilft bei WELTCHILDERTAG und wir haben eine dreimalige Aktion gestartet (siehe Bild)

Also, noch "Spillt" mit, was das Zeug hält und wir gehen langsam los, um die Spendenaktion zu starten!

Ok, sagt mir einen Betrag, ich setze die Obergrenze

Das fliegt uns um die Ohren

Am Ende des Tages haben wir 2.000 Euro an SOS-Kinderdorf gespendet und uns durch die Kommentare auf Facebook gewünscht. Es gab viele positive Stimmen, aber auch einiges an Kritik. Von wegen "schlechte Werbeaktion", "warum wir nicht einfach spenden, ohne das an die große Glocke zu hängen" usw. über nach Stimmen, die darauf aufmerksam machten, dass es nicht nur in Syrien, sondern auch in Deutschland bedürftige Kinder gibt.

Das hat uns zu Denken gegeben.

SUCHE

MUMMY MAG INSTAGRAM

Fotografie von MummyMag on Instagram

MUMMY MAG PAPER

Presented by ISSUU | [Publiziere Dein](#)

HIER GIBT ES DAS PAPER:

- www.babyjournalgundertag.com
- www.diebabymag.de
- www.kids.com
- www.kidmagazine.com
- www.kidsonline.com
- www.kidsonline.com
- www.kidsonline.com
- www.kidsonline.com
- www.kidsonline.com
- www.kidsonline.com
- www.kidsonline.com

#COOLMOMSDONTJUDGE

WEBSERIE #MUMMYTALKS

HIER GIBT ES DEN STYLEGUIDE!

Hochprofessionelles Blogger-Format mit gedrucktem Magazin brachte den Weltkindertag von SOS-Kinderdorf zur Sprache.

Beispiel: Blogger springen auf Koop auf

The screenshot shows the homepage of the Fast Forward Magazine website. The main navigation bar includes links for 'Impressum', 'Datenschutz', and social media icons. The main title 'Fast Forward Magazine' is prominently displayed. Below the title, there is a secondary navigation menu with categories like 'Musik', 'Film', 'Interviews', 'Bücher', 'Berlin', 'Fests', 'Gewinnen', 'English Features', and 'Über uns'. The featured article is titled 'Interview mit Johannes Strate von Revolverheld zu SOS-Kinderdorf'. It includes a large photo of Johannes Strate holding a white tote bag with a guitar graphic. The article text discusses his involvement with SOS-Kinderdorf and the 'MaKiDu' project. To the right of the main article, there is a sidebar with several smaller article teasers, each with a small image and a title, such as 'Schaubühne', 'Wir präsentieren: Teitur auf Tour', 'Hören: Little Dragon veröffentlicht neue Single „Tongue Kissing“', 'alyona alyona im November für zwei Konzerte in Deutschland', and 'Nick Cave's „Ghosts“: Wir sind alle zerrissen'. At the bottom of the page, there is a 'Schlagwörter' section with a list of tags including 'Album', 'Berlin', 'Festival', 'Film', 'Fests', 'Gewinnen', 'Gewinnspiel', 'Hamburg', 'Hörbuch', 'Interview', 'Kino', 'Konzert', 'Kritik', 'Köln', 'Literatur', 'Live Musik', 'Pop', 'Reisebericht', 'Review', 'Rezepte', 'Rock', 'Schaubühne', 'Singer/Songwriter', 'Tour', 'Tourdaten', and 'Video'.

Der Musik Blog Fast Forward spricht mit unseren Botschaftern Revolverheld über ihr Engagement für SOS-Kinderdorf und ruft zu Spenden auf, für das Musikprojekt in Hamburg.

Ein sehr gutes Influencer Beispiel der Kindernothilfe

Influencer: tomatolix

494.000 Abonnenten auf YouTube

Hochgeladen auf
YouTube am 12.10.2017

483.184 Aufrufe

<https://www.horizont.net/marketing/nachrichten/Katrin-Weidemann-von-der-Kindernothilfe-Warum-sich-Influencer-Marketing-auch-fuer-NGOs-lohnt-162574>



Frische Digital-Kampagne von SOS-Kinderdorf mit Botschafter

Marco Reus, Profifussballer und Vater. Alle 13 Minuten muss ein Kind in Deutschland zu seinem Schutz aus der eigenen Familie genommen werden. Dieser Fakt hat Marco Reus, Profi-Fußballer und seit kurzem selbst Vater, sehr berührt. Daher macht er gemeinsam mit SOS-Kinderdorf auf dieses Thema aufmerksam und ist das Gesicht der digitalen Kampagne [#alle13minuten](#).

Hochgeladen auf
YouTube am 19.10.2019
knapp 30.000 Aufrufe

A black and white photograph showing a man in a Borussia Dortmund jersey standing in the center, surrounded by a group of children. The man is smiling and looking towards the camera. The children are looking at him with interest. The jersey features the Puma logo and the Borussia Dortmund crest. The text "# alle13 # minuten" is overlaid in the bottom left corner.

**# alle13
minuten**

Wer hier schreibt einen
Blog?

Planen Sie eine Karriere als
Influencer?

Wer hat schon eine
erfolgreiche Influencer
Kampagne gemacht?



Sie möchten
mein Whitepaper?

Schreiben Sie mir eine E-Mail an julia@loderwerk.com





Vielen Dank!

Julia Loder



Telefon: +49 173 210 51 61

Email: julia@loderwerk.com