A hand is shown holding a glowing, rectangular object that emits a bright pink light. The background is dark with blurred, geometric shapes in shades of blue and purple, suggesting a futuristic or scientific environment. The text is overlaid on the left side of the image.

Weltvermesserer – die
Nachwuchskampagne der
Geodäsie.

Weltvermesserer. Intension.

Die Nachwuchsgewinnung stellt den Berufsstand der Geodäsie vor eine große Herausforderung. Es fehlt an einer gemeinsamen Strategie junge Menschen im Alter von **14-19 Jahren**, die sich in der Findungsphase für eine künftige berufliche Orientierung befinden, gezielt auf die Möglichkeiten des geodätischen Berufsfeldes hinzuweisen und sie neugierig zu machen.



Der BDVI initiierte deshalb gemeinsam mit Verbänden, Universitäten, Arbeitgebern der Branche (**InteressenGemeinschaftGeodäsie, IGG**) eine SocialMedia Kampagne zur Nachwuchsgewinnung im Bereich Geodäsie.

Weltvermesserer. Ziel.

Nachwuchs gewinnen für unsere Branche:
vom Ausbildungsberuf Vermessungstechniker/In; Geomatiker/In
bis zum Studierenden der Geodäsie/Geoinformatik.

- ✓ **Nachwuchswerbung in der Zielgruppe der 14-bis 19-Jährigen**
- ✓ **Bekanntmachen der Marke Geodäsie**

Die Zielgruppe der 14-bis 19-Jährigen soll erreicht, motiviert und neugierig gemacht werden, sich mit Geodäsie zu befassen. Geodäsie soll in den Überlegungen zur Berufswahl vorkommen.

Die Zielgruppe soll mit der Kampagne auf umfangreiche Informationsangebote der Fach-, Hochschulen, Universitäten sowie von Verwaltung und Behörden gelenkt werden (bspw. BKG, AdV, www.arbeitsplatz-erde.de etc.)



Weltvermesserer. Herausforderung.



Mit dem plakativen, einprägsamen Namen. „Weltvermesserer“ wurde ein Claim gefunden, der den Grundgedanken, die Zukunftsfähigkeit aber auch die Stoßrichtung der Kampagne transportiert.

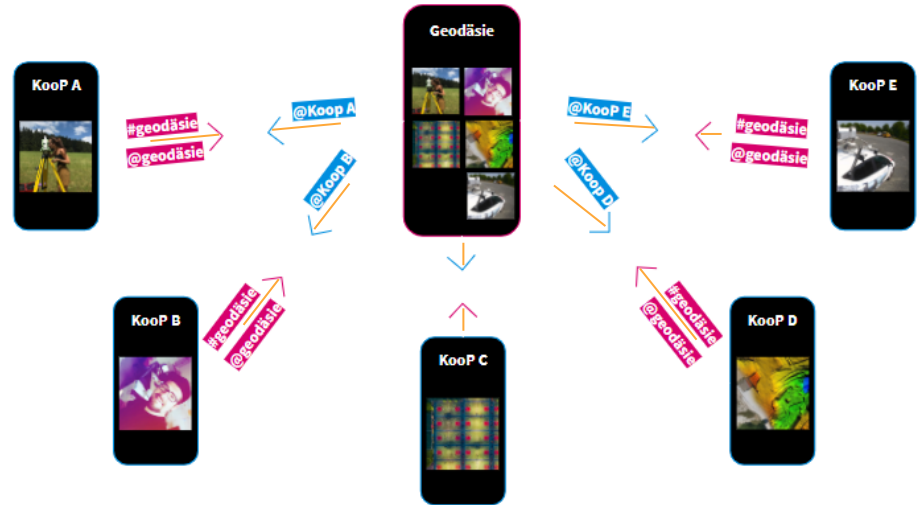
Den Initiatoren der SocialMedia Kampagne sind sich zudem bewusst, dass alle aktuellen Online-Aktivitäten, Kampagnen von Verbänden, Hochschulen, div. Netzwerk-und Kooperationspartnern **gebündelt** werden müssen. Content soll integriert, angepasst und mit koordiniert werden, um das gemeinsame Ziel – die Nachwuchsgewinnung – zu erreichen.

Die Kooperationspartner haben sich aus diesem Grund dazu verpflichtet, gemeinsam und systematisch **Content** in Form von Bildern, Texten und Videos für einen gemeinsamen Kanal bereitzustellen. **Aber auch Sie können Inhalte zusteuern!**

Die extra dafür geschaffene Stelle der „Social Media Managerin“ koordiniert die Abläufe, brieft die Agentur und überwacht die Terminvorgaben. Sie kümmert sich um das Community-Management und das **Monitoring**. Damit soll garantiert werden, dass kontinuierlich Postings erscheinen, der Kanal an Reichweite gewinnt und die Zielgruppe erreicht.

Weltvermesserer. Vorteile für Partner.

1. Wer Content erstellt, hat **Content** für **eigene Kanäle**.
2. Wer Content teilt, **gewinnt** durch Verlinkung **Reichweite** zurück.
3. Mit Content kann sich jeder Kooperationspartner **als Arbeitgeber präsentieren**.
4. Durch Content aller Kooperationspartner **gewinnt** der Geodäsie-Kanal an **Vielfalt**.
5. Der Geodäsie-Kanal bietet Content-**Inspiration** für die Instagram Kanäle jedes Kooperationspartners.
6. Sponsored Postings **erreichen** regional, **zielgerichtet** den **Nachwuchs**.
7. Durch regelmäßige Auswertung gibt es **gemeinsame Erkenntnisse** über die Zielgruppe, welche für eigene Kanäle ein hilfreiches Wissen darstellen.
8. Stärkung des eigenen Netzwerks & **Followeraufbau** durch die Kooperation.



Weltvermesserer. Instagram. Facebook.

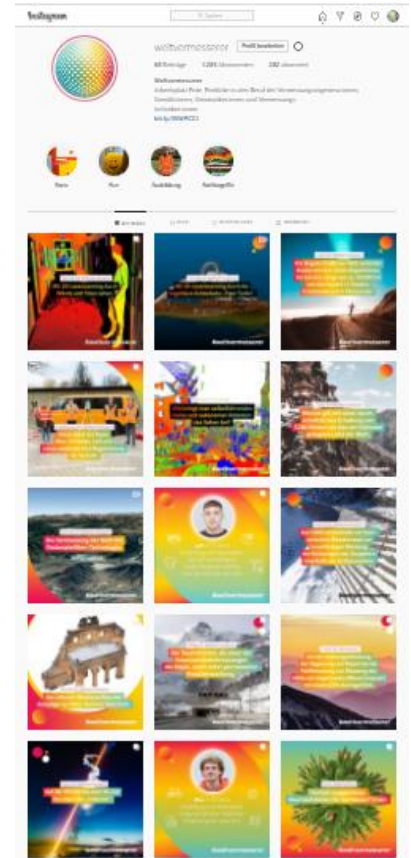
Mit einer vorrangigen Kampagne auf Instagram konzentriert man sich auf ein **visuelles Medium**, man arbeitet mit aussagekräftigen Bildern und Videos. Entsprechend werden für den „Weltvermesserer“ konkrete, greifbare Motive, die natürlich, jung und leidenschaftlich wirken, gewählt.

Die Bildsprache soll eine positive Grundstimmung transportieren, Menschen mit **authentischen** Emotionen zeigen, spontan und frisch und gerne auch ein bisschen laut sein.

Seit Mitte August wird der Instagram Kanal **@weltvermesserer** bespielt und ein **Grundrauschen** mit regelmäßigen Posts und Stories erzeugt.

Der zusätzlich ins Leben gerufene **Facebook-Kanal** soll Partnern und Unterstützern die Möglichkeit geben, sich über die Kampagne zu informieren, auch wenn sie kein Instagramkonto haben.

Der Content wird über ein Postingtool gespiegelt und so auch auf Facebook sichtbar. Hauptfokus bleibt aber auf dem Instagram Kanal.



Weltvermesserer. Content.

Um eine so junge Zielgruppe zu erreichen, müssen wir sie auf Augenhöhe ansprechen, neugierig machen, authentisch sein und dazu entsprechenden Content kreieren. So gehen wir vor:

Content aus Stockmaterial:

1. Lass ihn raus den Profi. // Funfacts zu allem, was mit Geodäsie zu tun hat.
2. Lachen ist erlaubt. // Zeige, dass du Humor hast.
3. Inspiriere mich. // Schöne Fotos vom Joballtag
4. Fordere mich heraus. // Wir machen Competitions, Wettbewerbe, Quizze.

Content mit Hilfe der Kooperationspartner:

1. Sei authentisch und menschlich. // Interaktive Fragen an Geodäten
2. Erzähle mir Geschichten. // Storys aus dem Berufsalltag
3. Zeige mir die Welt. // Menschen mit ungewöhnlichen Arbeitsplätzen aus aller Welt
4. Nerds sind die neuen Hipster. // Wir zeigen Technik, die begeistert.



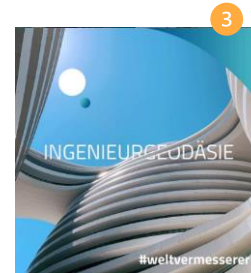
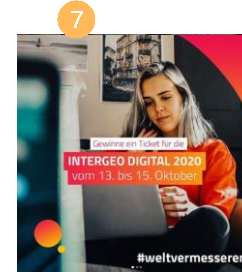
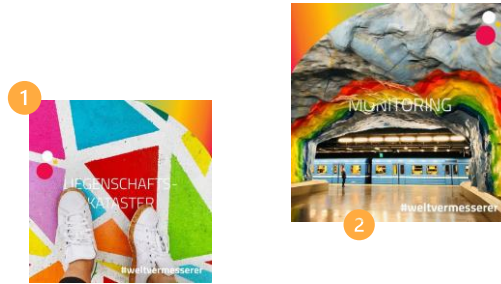
Was willst du werden? // Wir stellen Berufsfelder vor.

Weltvermesserer. Gesucht wird.

Der „Weltvermesserer“ möchte sich mit seinem Content sichtbar abheben, um die junge Zielgruppe zu erreichen. Dazu brauchen wir Material, welches zur der Kampagne passt.

Interessant für uns sind:

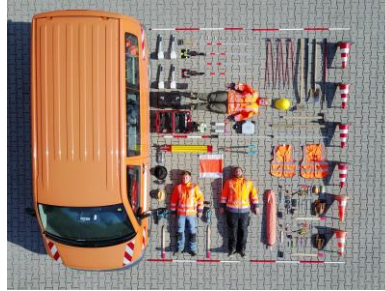
1. Ungewöhnliche Perspektiven
2. Spannende Orte & Plätze
3. Herausragende Architektur
4. Technische Innovationen
5. Persönlichkeiten / Charaktere
6. Spaßbilder
7. Event / Messe



Weltvermesserer. Das Potential.

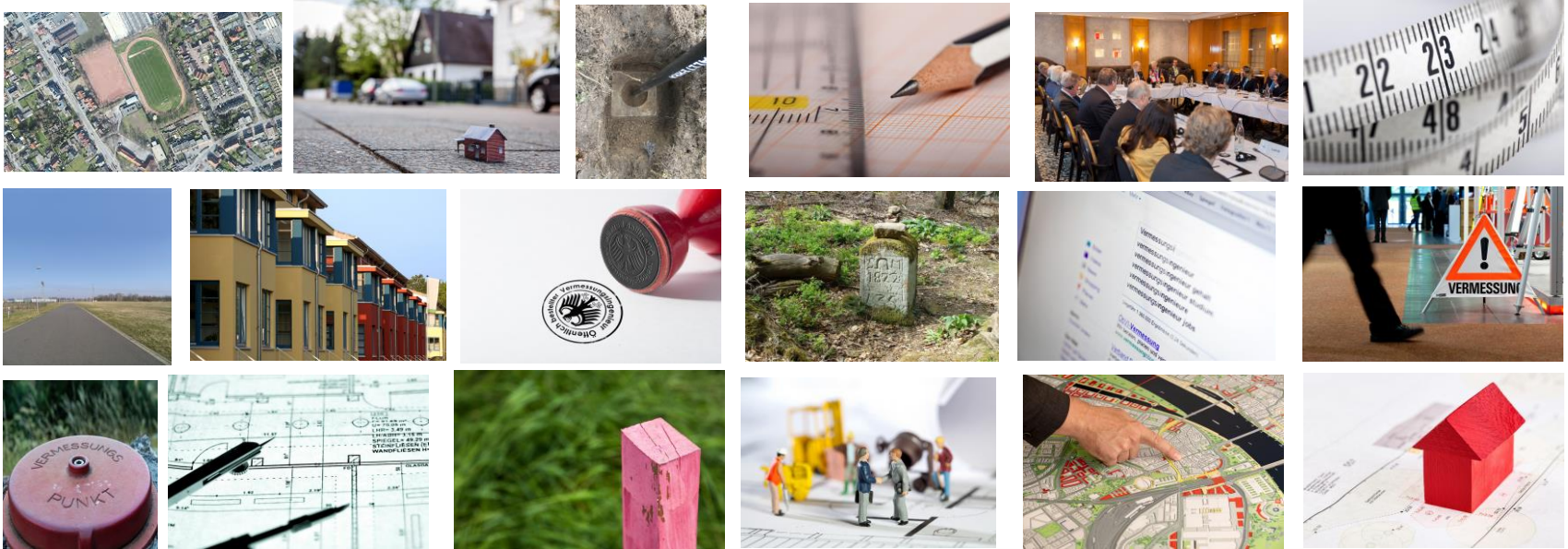
Am Anfang sollte **Potential** gesehen werden. Inhalte dürfen unvollkommen sein, denn wir haben die Möglichkeit sie gekonnt aufzubereiten. Dazu färben wir Bildelemente, ändern die **Perspektive** oder behelfen uns mit einer Retusche – bis das Ergebnis perfekt ist.

Von Rohdaten bis Instagram-Posting:



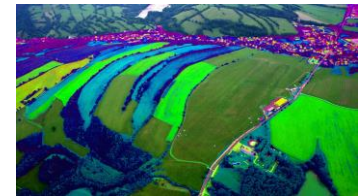
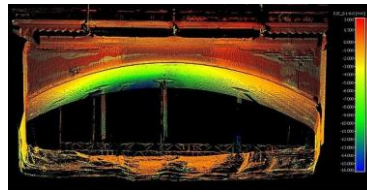
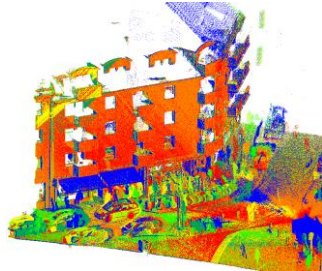
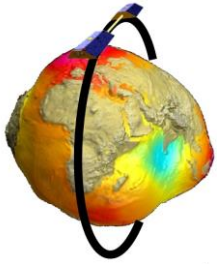
Weltvermesserer. Negativ Beispiele.

Was wir **nicht** brauchen, sind austauschbare Motive, die kein **Alleinstellungsmerkmal** haben. Dargestellte Personen müssen zum Alter der Zielgruppe passen und sollten nicht von hinten fotografiert sein. Auch arbeiten wir nicht mit Maskottchen, Playmobil- oder Spielzeugfiguren; Detailfotos von Werkzeugen/ Stempeln/ Karten/ Bildschirmtexten oder Schildern. Bitte senden Sie auch keine Gruppenbilder von Versammlungen. Außerdem ist es **elementar**, dass das Material kein extra platzierten Text oder Logos enthält.

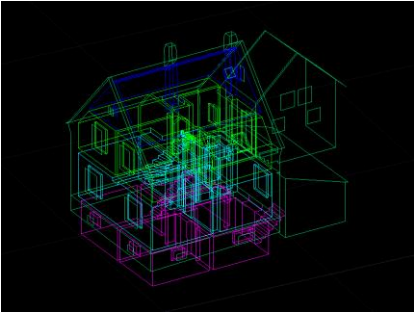
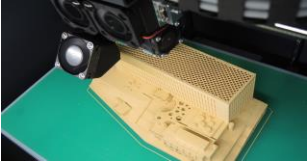


Weltvermesserer. Positiv Beispiele.

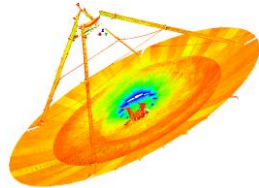
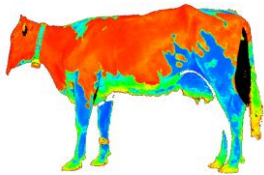
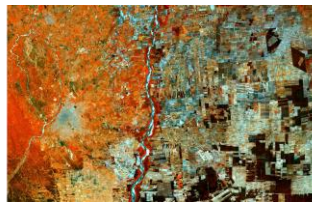
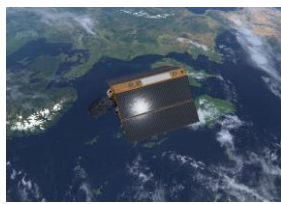
Wir suchen spezielle Szenen aus dem Berufsalltag, besondere Landschaften oder interessante Architektur, Animationen, Dronenaufnahmen, Abbildungen von **Laserscanning- und Photogrammetrie-Technik**. Aber natürlich darf es auch mal etwas Spaßiges sein, denn auch von **Humor** lebt die Seite. Die besten „Fails“ im Arbeitsalltag sind also genauso gerne gesehen.



Weltvermesserer. Positiv Beispiele.



Weltvermesserer. Positiv Beispiele.



Weltvermesserer. Videomaterial.

Die **Aufmerksamkeitspanne** auf Facebook liegt mobil bei **1,7 Sekunden!** Die Verweildauer ist natürlich auch für die Plattformen ein wichtiger Faktor. Wenn wir uns von Bewegtbildinhalten angesprochen fühlen, dann verbringen wir auch mehr Zeit mit diesen Inhalten und sind länger auf Instagram und Co. unterwegs. Menschen schauen sich **Videos fünfmal** so lange auf Facebook und Instagram an, wie statistische Inhalte. Deshalb möchten wir auch kurze Videos (*Snippets genannt*) in unsere Kampagne einfließen lassen. Wie bei Fotos auch, unterstützt uns die Agentur bei der Aufbereitung. Sie übernehmen den Videoschnitt sowie die Vertonung.

Darauf ist zu achten:

- Rohmaterial
- Videolänge 1 min. möglichst nicht überschreiten
- In Snippets denken (*siehe TikTok Videos*)
- Keine Texteinblendungen
- Keine Musik

Natürlich müssen wir auch auf die Rechte **Dritter** achten. Wenn eine Person ins Video läuft, ist das nicht weiter schlimm. Wir können von dieser Person eine Erlaubnis erhalten oder wir stellen sie **verpixelt** dar. Es können uns also auch solche Videos geschickt werden, in denen weitere Personen zu sehen sind.



Weltvermesserer. Datenversand.

Daten können an socialmedia@bdvi.de versendet werden - entweder als **Anhang** oder als **Link** zum Download. Egal ob WeTransfer oder eigene Drive-Laufwerke, wir haben die Möglichkeit, auf alles zuzugreifen.

Worauf zu achten ist:

- Sinnvolle & zuordnbare Benennung
- Keine Texte oder Logos auf dem Bildmaterial
- Kurzer beschreibender Text, was die Aussage des Materials ist
- Urheberrechtsangabe von Fotograf & ggf. Model; z.B. © *Max Müller*
- @ Angaben, wenn auf Instagram verlinkt werden soll; z.B. @*luh_geodaesie*
- Webseitenlinks für die Nennung auf FB (*auf Instagram leider nicht möglich*)
- ✓ Bei großer Datensammlung am Besten in einer Excel-Liste aufbereiten:



Kategorie	Name	VorschauBild	Beschreibung	Facebookbeitrag	Copyright	abgebildete Personen	Bilderserie/Text
	2013_04_15_Frau_schaut_GPS-Antenne_an_Frühling		Vordergrund: Frau in Warnweste betrachtet GPS-Antenne Hintergrund, blühender Baum und Brücke über Fluss		© LVermGeo RLP	Olga Eckstein	
	2013_10_02_Nivellement_Dorfstraße		Vordergrund: Nivelliergerät Hintergrund: Mann mit digitaler Nivellierplatte Umgebung: dörflich, mit Kirchtrum		© LVermGeo RLP	Uwe Adler	
	2020_05_25_Mann_u_Frau_m_GPS-Gerät		Mann und Frau beugen sich neben einem GPS-Gerät nach vorne Hintergrund: Grün und	https://www.facebook.com/Vermessung.rlp/photos/a.1579095852334802/2699858523	© LVermGeo RLP	Olga Eckstein Matthias Cieslack	
	2019_12_18_Studentin_misst_am_Fluss		Vordergrund: Studentin an Tachymeter (von hinten) Hintergrund: Rhein und Loreley	https://www.facebook.com/Vermessung.rlp/posts/25420414193735697__tn__=R	Anna Seegmüller und Lea Vogel	Anna Seegmüller	3D-Aufnahme des Loreley-Felsens in Sankt Goarshausen
	2019_05_23_Frau_an_Tachymeter_von_hinten		Vordergrund: Kopf einer Frau mit Mütze von hinten Hintergrund: Tachymeter		© LVermGeo RLP	Kristina Rose	

Weltvermesserer. Beachtenswert.

Wir wertschätzen alle eingereichten Inhalte. Auf Grund der Vielzahl und Vielfältigkeit des angebotenen Contents, wägen wir immer sehr genau ab, welche Inhalte zum „*Look & Feel*“ des Weltvermesserers passen bzw. Anklang in unserer Zielgruppe finden und entscheiden danach, welcher Content letztlich **Verwendung** findet.

Wir posten Fun-, Technik- oder Wissensfakts in regelmäßiger Rotation, um für eine interessante Mischung der Beiträge auf Instagram zu sorgen. Auch beachten wir jahreszeitliche Gegebenheiten, Feiertage, Messen oder politische Entwicklungen in unserer Strategie. Unsere Beiträge werden in der Regel **6-8 Wochen im Voraus** abgestimmt und eingeplant.

In dieser Kombination von Einflussfaktoren kann es sein, dass Ihre Einreichung nicht in die Auswahl fällt oder sehr **zeitversetzt** nach Einreichung gepostet wird. Um die bestmögliche Abbildung der Kampagne zu erreichen, kann es auch sein, dass wir ein eingereichtes Thema zwar aufgreifen, aber mit anderem Material posten, welches unter Umständen die Thematik noch besser visuell beschreibt.

Unserer Erfahrung nach binden **Freigabeschleifen** viel Arbeitszeit, deshalb versuchen wir möglichst auf solche Abstimmungen zu verzichten. Es wäre daher hilfreich, wenn sie Contentvorschläge möglichst sorgfältig und nachvollziehbar beschreiben. Bei erklärungsintensiven Inhalten oder Rückfragen kommen wir selbstverständlich auf Sie zurück.

Wir bitten um Verständnis, dass wir auf Grund all dieser Gegebenheiten leider keine individuellen Aussagen zum eingereichten Content und Postingterminen geben können. Da wir Ihren Account aber in jedem Fall **verlinken**, ist sichergestellt, dass Sie auch eine Information darüber bekommen, wenn die von Ihnen eingereichten Inhalte veröffentlicht wurden.



Weltvermesserer. Wiederkehrende Fragen.

Wer kann mitmachen?

An der Kampagne darf sich **jeder** beteiligen der interessante Inhalte rund um die Geodäsie zur Verfügung stellen möchte. Besonders freuen wir uns über engagierte Jugendliche, die ihren Ausbildungsalltag in Betrieb oder Uni in Form von Bild und Videomaterial mit uns teilen. Auch Unternehmensinhalte sind willkommen, so es keine Konflikte mit **werblichen** Inhalten gibt.

Darf das Material vom „Weltvermesserer“ für das eigene Social Media verwendet werden?

Das Material kann geteilt, gerepostet oder getweetet werden. Was nicht erlaubt ist, ist der **Download** der Daten und das erneute Posten auf eigenen Seiten. Da wir die Nutzungsrechte der Urheber erhalten haben, gilt diese Rechteübertragung nur für den Weltvermesserer, nicht aber für Dritte. Hier muss beim Original-Rechteinhaber das Material und eine Freigabe erfragt werden, diese sind im Posting genannt & darüber auffindbar. Wir geben keine E-Mail-Adressen von Beitragenden weiter.



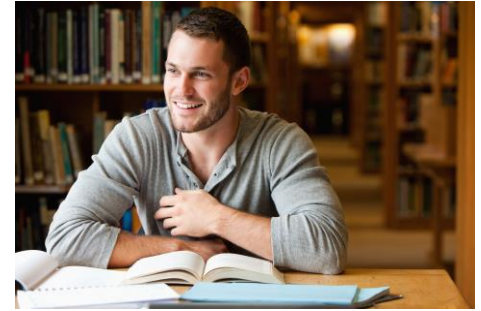
Dürfen Inhalte vom Weltvermesserer eingebettet werden?

Das Material kann immer auf eigenen Seiten eingebettet werden. Dadurch bleibt die **Originalquelle** erhalten und das Urheberrecht gewahrt. Es muss einzig darauf geachtet werden, die eigenen Datenschutzhinweise/ Cookie-Informationen daraufhin anzupassen, denn Seiten wie FB, Instagram oder YouTube sammeln Kundendaten.

Weltvermesserer. Wiederkehrende Fragen.

Gibt es eine Auswertung der Daten für Beitragende?

Wir werten im Schnitt alle **3 Monate** unsere Daten aus, um Aussagen über den Erfolg der Kampagne machen zu können. Hier arbeiten wir mit Google- & Instagram-Analytics, sowie Matomo auf der Landingpage. Diese Analysedaten werden grafisch aufbereitet und an alle Beitragenden, mit einer Beschreibung und den „Learnings“ versendet. Dies schafft Transparenz und hilft, das durch die Kampagne gelernte Verhalten der User, für die eigenen Social Media Aktivitäten zu nutzen. Es ist somit auch ein **Mehrwert** für den Beitragenden.



Warum gibt es keinen YouTube Kanal?

Es war eine strategische Entscheidung der IGG sich auf unsere Zielgruppe auf Instagram zu fokussieren. Jeder Social Media Kanal hat eigene Regeln & braucht entsprechend aktuelles Know How, um erfolgreich zu performen. Da dies Arbeitskraft bindet & **Zusatzkosten** mit sich bringt, hat man sich dazu entschlossen, sich rein auf Instagram zu konzentrieren. Mit Stories, IG TV sowie dem Format Reels können auch Video-Inhalte auf Instagram mit der Community geteilt werden.

Sind die „alten“ Inhalte von „Arbeitsplatz-Erde“ mit der Launch der neuen Landingpage jetzt verloren bzw. wo finde ich diese?

Die aktuelle Landingpage stellt eine Übergangslösung dar. Sie wurde nötig, da die alte Website nicht mobil optimiert war und so für unsere Zielgruppe nicht erreichbar war. Die IGG mit ihren Partnern arbeitet an einem **Relaunch** der Inhalte der alten Arbeitsplatz-Erde-Seite. Diese sollen auf moderne Anforderungen optimiert werden, sprich barrierefrei, mobile- und SEO-optimiert werden. Die Inhalte sind also erhalten geblieben und werden mit dem Relaunch der Seite in einem neuen **Look** wieder auffindbar sein. Der Veröffentlichungstermin ist derzeit noch offen.

Weltvermesserer. Mitmachen. Jetzt.

1. **Kontakt** mit der Social Media Managerin aufbauen und pflegen
2. Inhalte **kreieren** und zur Verfügung stellen
3. Auszubildene / Studierende für „**Gesichter zur Kampagne**“ begeistern
4. **Abstimmen** von Inhalten, Copyrights & Verlinkungen
5. Postings liken & kommentieren, um **Reichweite** zu steigern
6. Erfolge **beobachten, Auswertungen & Learnings** erhalten

Kontakt aufnehmen:



Marlene Rybka
Social Media Managerin

Tel.: +49 (0)30 – 240 838 44

Mail: socialmedia@bdvi.de

Web: www.weltvermesserer.de

(Erreichbarkeit: Mo / Mi / Do - zu den üblichen Bürozeiten)

