

02

KI im Vereinsaltag **Kommunikation & Öffentlichkeitsarbeit**

THEMEN HEUTE

01 Personalisierte KI-Assistenten

02 Bildgenerierung

03 Social Media

04 Fragen & Antworten

MYTHEN ÜBER LLMS · 2 VON 3

LLMS SIND ALLWISSEND

~~„WENN KI
ANTWORTET,
STIMMT'S.“~~

NEIN.

Halluzinationen sind möglich — die KI erfindet selbstsicher Quellen, Namen, Zahlen. Fakten immer gegenchecken.

MYTHEN ÜBER LLMS · 3 VON 3

LLMS SIND NEUTRAL

~~„DIE KI IST
OBJEKTIV.“~~

NEIN.

Bias durch Trainingsdaten — Vorurteile und Lücken aus dem Internet wandern direkt ins Modell. Antworten immer kritisch lesen.



Quelle: linkedIn (Julia Junge)

Phasen der KI-Nutzung

Phase 0



Nichts tun

Keine aktive Beschäftigung mit KI oder deren Möglichkeiten.

Phase 1

Ausprobieren

Experimentieren mit KI ohne konkretes Ziel oder Systematik.



Phase 2



Gezieltes Prompting

Einsatz von KI mit passenden Prompts für konkrete Aufgaben.

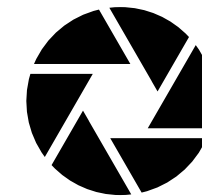
Phase 3

Eigenes KI-System

Aufbau und Nutzung von KI-Routinen



Phase 4



Automatisierung

Prozesse automatisieren mit Hilfe von KI

Phase 5



Agenten

Autonomie der KI

Prompt-Design

Kontext

- Beschreibe die Situation / das Szenario
- Gib alle wichtigen Informationen zum Kontext an.
- Verwende Beispiele

Struktur

- Format (z.B.: Liste, Tabelle, Artikel)
- Länge (z.B.: Anzahl der Wörter, Zeichen, Elemente)
- Struktur (z.B.: Einleitung, Hauptteil, Schluss)

VOM AUSPROBIEREN ZUR ROUTINE

Fünf Einsatz-Muster, die in jedem Verein einen Unterschied machen.

ROUTINE 1

FINDEN STATT SUCHEN

KI-Buddy filtert & bereitet Informationen auf — statt mühsamer Eigenrecherche.

ROUTINE 2

VOM WEISSEN BLATT WEG

Erste Entwürfe, Gliederungen, Ideen — Schreibblockaden überwinden.

ROUTINE 3

VIRTUELLE ASSISTENTEN

Protokolle zusammenfassen, Action-Items extrahieren, Agenden vorschlagen.

ROUTINE 4

PERSPEKTIVWECHSEL

Verschiedene Blickwinkel oder Kontra-Argumente entwickeln lassen.

ROUTINE 5

COACHEN LASSEN

KI als Mentor: Wissen vertiefen, Feedback bekommen, Fähigkeiten trainieren.

VEREINSKOMMUNIKATION

WARUM KOMMUNIKATION IM VEREINSWESEN ENTSCHEIDEND IST

Kommunikation schafft Gemeinschaft — wer mitredet, gehört dazu.

Gute Information verhindert Chaos — alle wissen, was, wann, wo.

Sichtbarkeit bringt neue Kräfte — wer gesehen wird, wird gefunden.

Wertschätzung stärkt Mitgliederbindung — Danke wirkt länger als gedacht.

Geschichten machen Vereine lebendig — aus Events werden Erinnerungen.

PERSONALISIERTE KI-SYSTEME

Drei Wege, eure Vereinsdaten und euer Wissen in eine KI zu bringen.

KONTEXT DURCH PROMPTING

Wissen kommt im Prompt — bei jeder
Anfrage neu mitgegeben.

Schnell, flexibel — aber repetitiv.

WISSENSTRÄGER ALS KI- ASSISTENZ

CustomGPT / Assistent mit fest
hinterlegten Rollen, Regeln & Materialien.

Wiederverwendbar & teilbar.

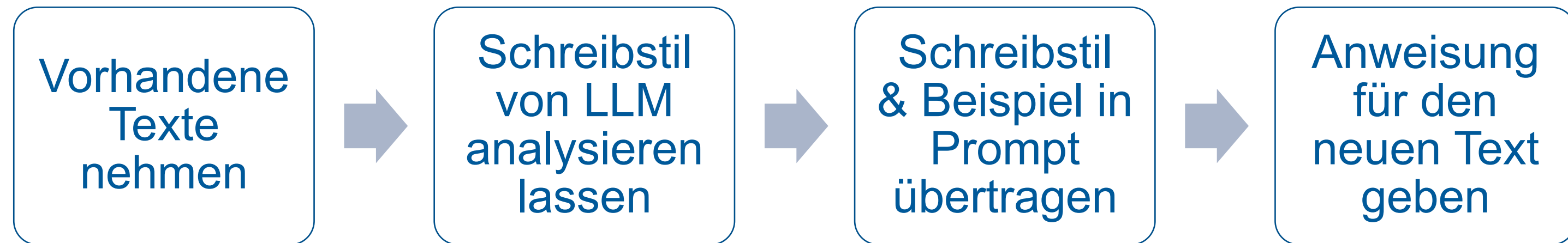
WISSENSTRÄGER ALS DATEN (RAG)

Vereinsdokumente werden durchsuchbar —
die KI antwortet auf Basis dieser Quellen.

Aufwändiger, aber mächtig.

EINSTIEG ASSISTENTEN

Schreibe mit KI einen Text, der klingt wie DU.“



ASSISTENTEN SELBST KONFIGURIEREN

Eine Version von ChatGPT/Co-Pilot/Gemini mit einem konkreten, vordefinierten Ziel. Der vorgegebene Kontext, in Form von Anweisungen und Dateien ermöglichen bessere und individuellere Ergebnisse. Dadurch geben sie auch durch minimales Prompting guten Output.

Auf chatgpt.com nutzbar (nur in der kostenpflichtigen Version erstellbar)
Teilen per Link möglich

ROLLE

Wer ist der Assistent?
Welche Perspektive nimmt er ein?

ZIEL

Was soll am Ende dabei herauskommen? Welcher Output?

REGELN

Do's & Don'ts. Stil,
Tonalität, Tabus,
Sicherheitshinweise.

WERKZEUGE

Internet, Bilder, Datei-
Upload, Code — was darf
der Assistent nutzen?

EUER KI- KOMMUNIKATIONSTEAM

Drei Assistenten, die in vielen Vereinen heute schon Sinn ergeben.



SOCIAL MEDIA

INSTA-ASSISTENT

Schlägt Posts vor, schreibt Captions, Hashtags, Story-Ideen — im Vereins-Ton.



VISUELLES

BILDGENERATOR

Erzeugt Konzert-Plakate, Symbolbilder, Social-Header — konsistent & markenstark.



TEXTE

VEREINS-TEXTER

Pressetexte, Einladungen, Rede-Entwürfe — Stil & Tonalität sind hinterlegt.

BEISPIEL-KONFIGURATION

INSTA-ASSISTENT

ROLLE

Du bist Social-Media-Manager:in eines Dorferneuerungsvereins. Du sprichst die Sprache von Instagram & Facebook und kennst den Verein in- & auswendig.

ZIEL

Posts & Stories vorbereiten — Konzerte ankündigen, Mitglieder vorstellen, hinter die Kulissen blicken lassen.

REGELN

Freundlich, authentisch, keine Floskeln. Keine echten Vornamen ohne Freigabe. Hashtags max. 5. Immer mit CTA.

WERKZEUGE

Internet (Termine recherchieren), Bildgenerierung (Cover), Datei-upload (Programmheft, Logos).

Beispiel: <https://chatgpt.com/g/g-6a0b506a59d88191a0308d40a13067be-insta-assistent-dorn>

Prompting für Bilder

Diffusion-Modelle (2021) - Bildgenerierungsverfahren



Quelle: <https://www.mat.uniroma2.it/~rds/Files/biroli.pdf>

Man kann es sich so vorstellen:

- Das **LLM** ist der „**Sprachversther**“ (es weiß, was du meinst).
- Das **Diffusionsmodell** ist der „**Künstler**“ (es kreiert das, was du gemeint hast).

Anwendungsmöglichkeiten

Text to Image

Quelle: AI-Training-Institute

INPUT

a tiger

OUTPUT



Anwendungsmöglichkeiten

Image to Image

Quelle: AI-Training-Institute

INPUT



OUTPUT



Anwendungsmöglichkeiten

Inpainting

Quelle: AI-Training-Institute

INPUT



OUTPUT

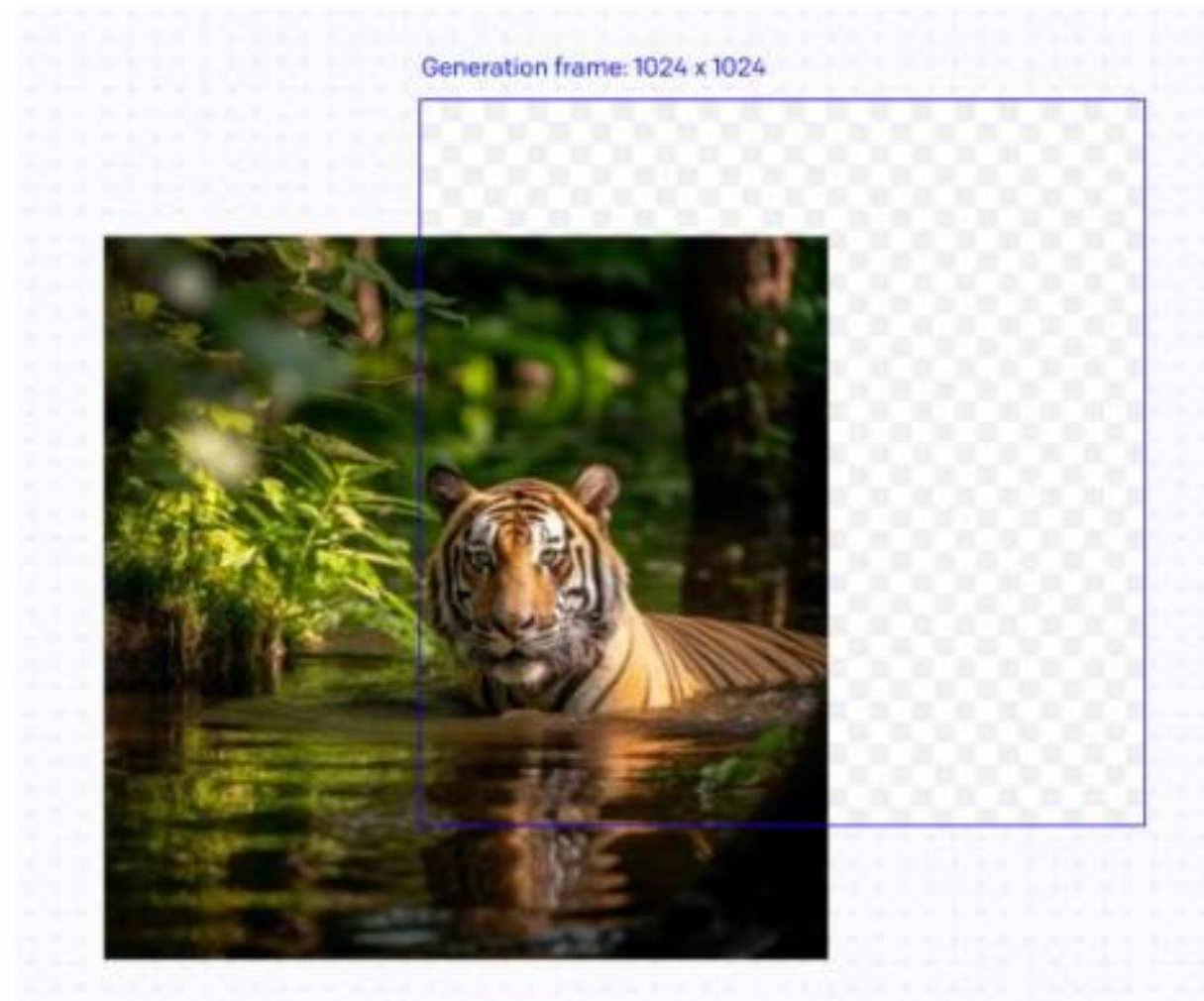


Anwendungsmöglichkeiten

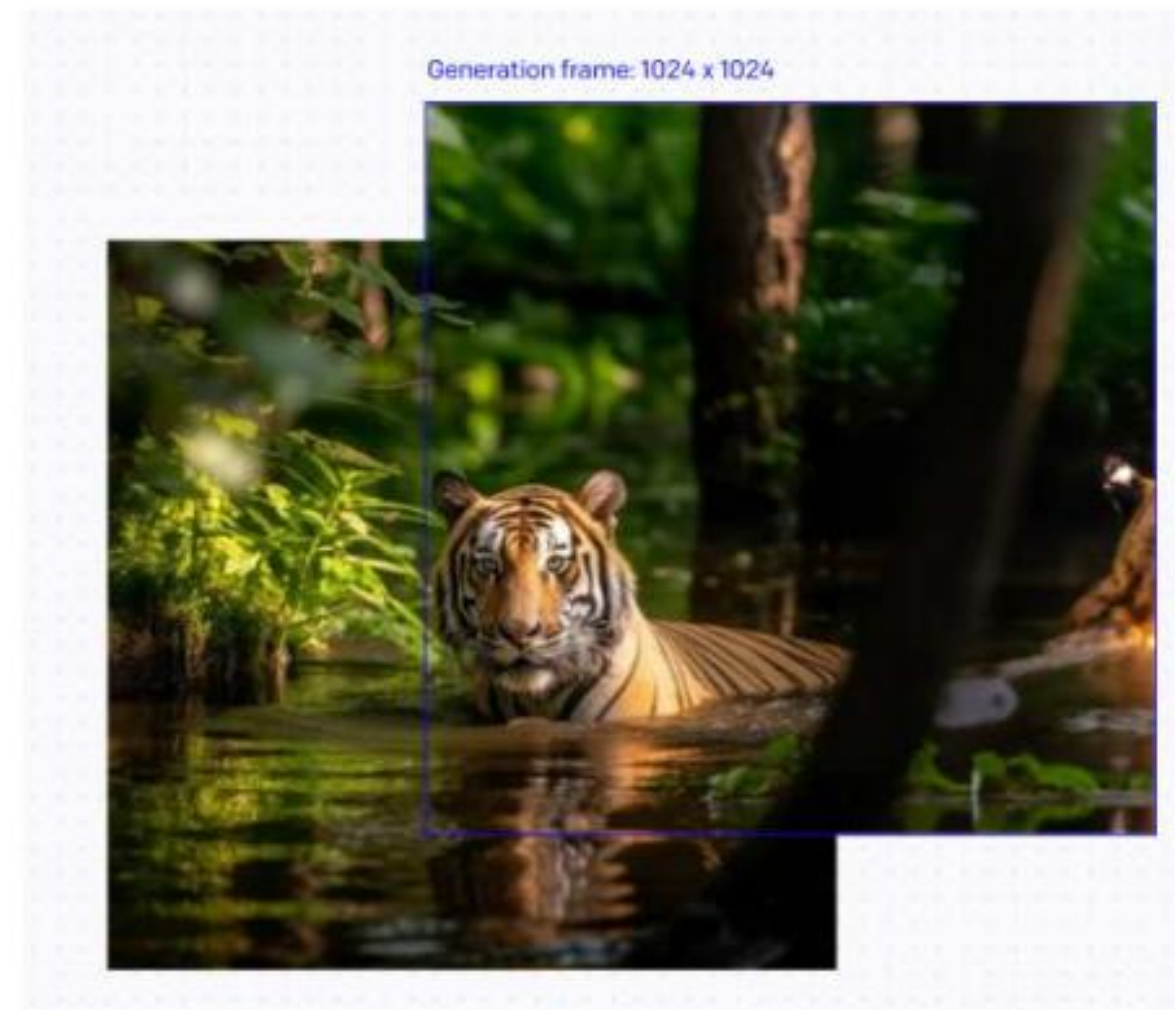
Outpainting

Quelle: AI-Training-Institute

INPUT



OUTPUT



Input
=
Prompt



a tiger



a watercolor painting of a tiger



a pencil drawing of a tiger



extreme close-up photo of a tiger



top-down-angle photo of a tiger



full shot photo of a tiger

Prompt-Design Bildgenerierung

Anwendbar für alle Bildgenerierungstools

- Szene: kurze Beschreibung der Szene + Stil/Medium
- Schlüsselemente: was steht im Mittelpunkt
- Motiv: Position, Aussehen, Handlung, Aktivität
- Umgebung: Beschreibung des Umfeldes
- Stimmung und Atmosphäre

Prompt-Design Bildgenerierung

Szene

- „Hier definiere ich zuerst grob, WAS überhaupt dargestellt wird und in welchem Stil.“
 - Dorferneuerungsverein
 - fotorealistisch
 - dokumentarischer Stil

Prompt-Design Bildgenerierung

Schlüsselemente

- „Jetzt lege ich fest, was im Bild wirklich wichtig ist.“
 - Menschen
 - Dorfplatz
 - Begrünung
 - Flipchart
 - Zusammenarbeit

Prompt-Design Bildgenerierung

Motiv

- „Hier beschreibe ich ganz konkret die Personen und Aktivitäten.“
 - 8 Personen
 - unterschiedliche Generationen
 - Blumen pflanzen
 - diskutieren
 - Pläne anschauen

Prompt-Design Bildgenerierung

Umgebung

- „Jetzt kommt das Umfeld dazu.“
 - niederösterreichisches Dorf
 - Kirche
 - traditionelle Häuser
 - Dorfplatz
 - Sommer

Prompt-Design Bildgenerierung

Stimmung & Atmosphäre

- „Zum Schluss definiere ich das Gefühl des Bildes.“
 - positiv
 - gemeinschaftlich
 - motivierend
 - warmes Licht
 - emotional

BILD-PROMPT: DORFERNEUERUNGSVEREIN

So funktioniert ein Bildprompt mit 5 Elementen



1. SZENE
kurze Beschreibung
der Szene + Stil/Medium

3. MOTIV
Position, Aussehen,
Handlung, Aktivität

2. SCHLÜSSELEMENTE
was steht im Mittelpunkt


4. UMGEBUNG
Beschreibung
des Umfeldes

5. STIMMUNG & ATMOSPHERE
Gefühl, Licht, Stimmung


1. SZENE
Fotorealistisches Bild eines aktiven Dorferneuerungsvereins in einem österreichischen Dorf, dokumentarischer Stil, hochwertige DSLR-Fotografie.



2. SCHLÜSSELEMENTE
Im Mittelpunkt stehen engagierte Vereinsmitglieder, die gemeinsam den Dorfplatz neugestalten, mit Pflanzen, Holzbänken, Flipchart mit Ideen und Dorferneuerungsplänen.



3. MOTIV
Eine Gruppe von 8 Personen unterschiedlichen Alters arbeitet aktiv zusammen, einige pflanzen Blumen, andere diskutieren an einem Tisch mit Plänen, freundliche Gesichter, natürliche Körperhaltungen, echte Interaktion.



4. UMGEBUNG
Typischer niederösterreichischer Dorfplatz mit Kirche im Hintergrund, traditionelle Häuser, Bäume, Grünflächen, kleine Fahnen, sommerliches Wetter, ländliche Atmosphäre.



5. STIMMUNG & ATMOSPHERE
Positiv, gemeinschaftlich, motivierend, zukunftsorientiert, warmes Abendlicht, lebendige Dorfstimmung, authentisch und emotional.

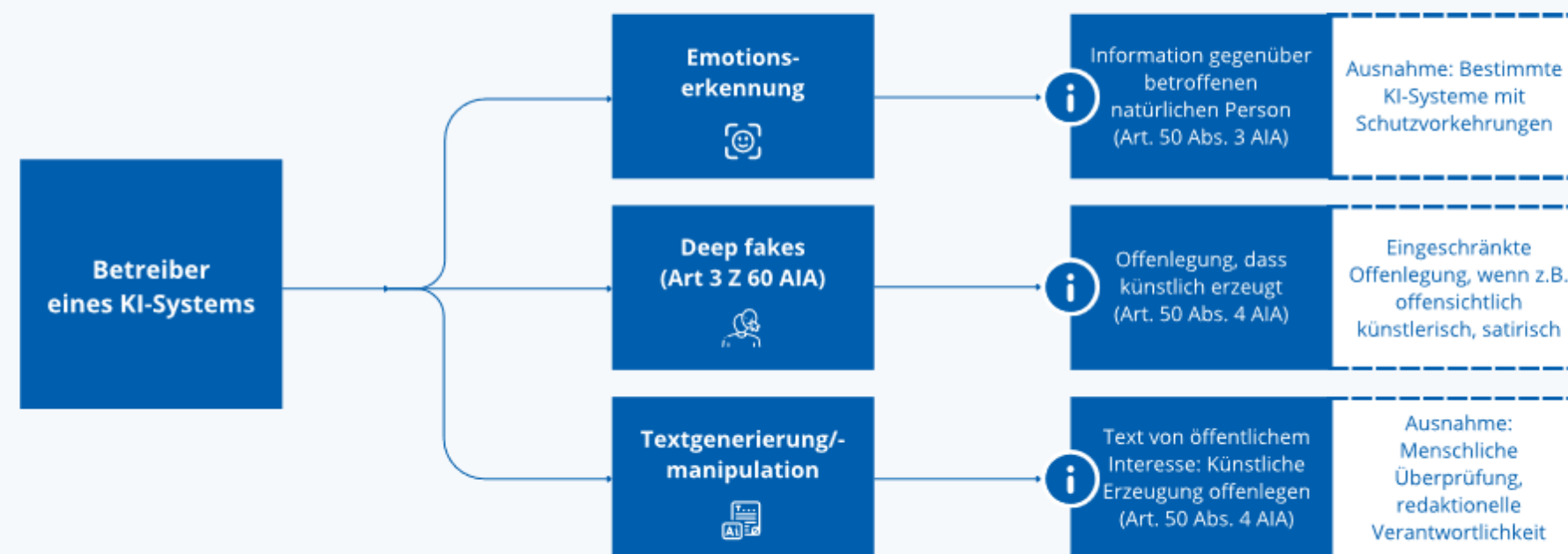
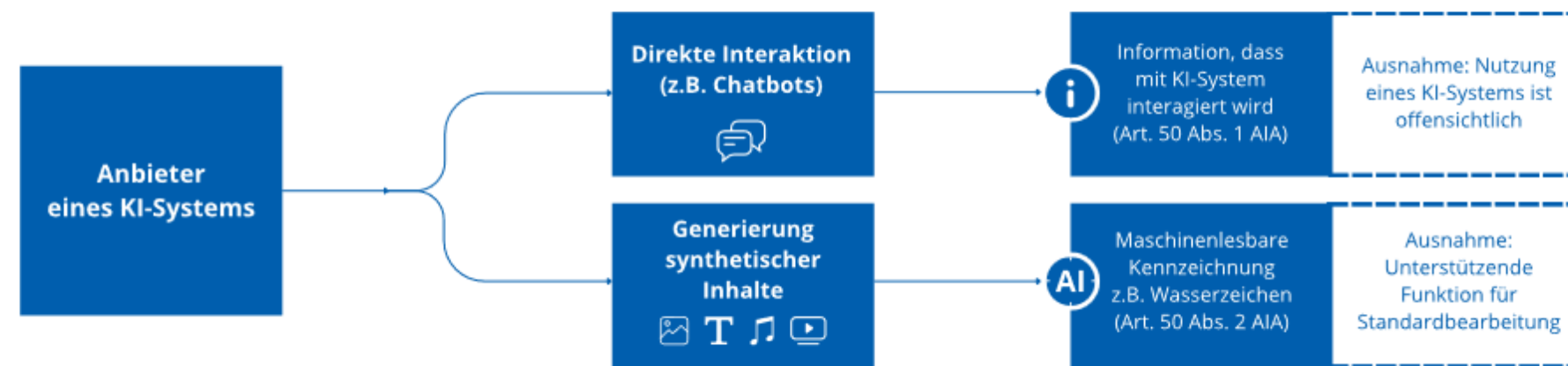


KERNBOTSCHAFT Ein guter Bildprompt funktioniert wie eine Regieanweisung für die KI: Ich beschreibe Szene, Fokus, Handlung, Umgebung und Stimmung möglichst konkret.

Transparenzpflicht bei Bildern

AI Act: Transparenzpflichten

KI-Systeme mit begrenztem Risiko lösen Informations-, Offenlegungs- und Kennzeichnungspflichten aus



Urheberrecht beachten

Urheberrecht / IP: Output

- Werden Outputs verwendet, die Urheberrechte verletzen, haftet der sie benutzt hat gegenüber Rechteinhaber!
- Regress an Anbieter oft schwierig
- Werden Logos generiert, müssen diese trotzdem auf bestehende Marken/Kennzeichen überprüft werden
- Output nach hM nicht urheberrechtlich geschützt
- **Optionen:**
 - Bearbeiten, um Schutz zu erreichen
 - Outputs als Inspiration, nicht 1:1 übernehmen
 - Google-Rückwärtssuche
 - Recherche Markenregister
 - Verzicht auf Bilder mit echten Personen
 - Stockfotos verwenden!



*Folie übernommen von Katharina Bisset
(https://land-noe.at/noe/Module2_digitCAFE-_Recht-Bisset.pdf)*

WEITERE TOOLS

Zwei Werkzeuge, die viele Vereine schon haben oder leicht bekommen.

Midjourney

Kreatives Tool für Bildgenerierung

CANVA

Bildgenerierung + Layout + Drucklegung in einem. Für Plakate, Postkarten, Social-Posts.

GENERIERUNG VON VIDEOS

Vom Text-Prompt direkt zum Video — der nächste Sprung nach der Bildgenerierung.

SORA

OpenAI · realistische Szenen, kurze Clips, oft beeindruckend natürlich.

VEO / GEMINI

Google · Text-to-Video mit Synchronon — auch Stimmen & Geräusche.

RUNWAY / KLING / PIKA

Spezialisten für Animation, Stiltransfer und Schnitt-Workflows.

Use Case Verein: Trailer · Bewerbung · Reels · etc.

Warum ist Social Media wichtig für Vereine?

Mehr Sichtbarkeit, mehr Beteiligung, mehr Wirkung – dort, wo die Menschen heute hinschauen.

- » **Erreicht mehr Menschen im Ort** – schnell, direkt und auch jene, die selten bei Treffen dabei sind.
- » **Macht Dorferneuerung sichtbar** – Projekte, Fortschritte und Erfolge werden wahrgenommen.
- » **Aktiviert Beteiligung** – „Jung & Alt“ können leichter mitreden und mitmachen.
- » **Stärkt Gemeinschaft & Zusammenhalt** – durch Einblicke, Gesichter und Geschichten aus dem Vereinsleben.
- » **Hilft bei Nachwuchs & Ehrenamt** – neue Mitglieder, Helferinnen/Helfer und Unterstützerinnen/Unterstützer finden.
- » **Verbessert die Zusammenarbeit** – Informationen können klar und transparent geteilt werden.
- » **„Veranstaltungs-Verstärker“** – Termine, Änderungen, Erinnerungen.

Einfach gesagt: Social Media ist das digitale Schwarze Brett fürs Dorf – schnell, sichtbar und verbindend.

Überblick: Die 4 Plattformen

Kurz: Wer ist dort? Wie wird es genutzt? Was passt zum Verein?



Facebook

- » Stark bei 30+ und lokalem Publikum
- » Gruppen, Veranstaltungen, längere Posts



Instagram

- » Visuell, Reels & Stories
- » Gut für Emotion, Menschen, Einblicke



WhatsApp

- » Direkter Draht zu Mitgliedern
- » Gruppen/Communities: Info statt Diskussion



TikTok





- » Kurzvideo, Reichweite über Algorithmus
- » Gut für Nachwuchs & Aufmerksamkeit

Heute im Vortrag

- » Zielgruppe & Nutzungsverhalten
- » Do's & Don'ts (Inhalt, Ton, Community)
- » Mini-Redaktionsplan, der wirklich durchhaltbar ist
- » Unterstützung durch Dorf- & Stadterneuerung + ChatGPT-Prompts

Welche Plattform wofür?

Denken wie ein Verein: Information • Gemeinschaft • Nachwuchs • Öffentlichkeit

Vereins-Ziel	Facebook 	Instagram 	WhatsApp 	TikTok 
Mitglieder informieren	Gut (Gruppen/Events)	Gut (Stories)	Sehr gut (direkt)	Eher nicht
Neue Helfer gewinnen	Gut (lokal)	Sehr gut	Mittel	Sehr gut (jung)
Veranstaltungen füllen	Sehr gut (Events)	Gut (Reels/Stories)	Gut (Reminder)	Gut (Hype)
Öffentliche Wahrnehmung	Gut	Sehr gut	Begrenzt	Mittel – gut
Aufwand pro Woche	1 – 2 Std.	2 – 3 Std.	0.5 – 1 Std.	2 – 4 Std.

Pragmatische Regel: Erst dort sauber werden, wo Ihre Leute schon sind – dann erweitern.

Facebook: der Vereins-Schaukasten

Stark für lokale Reichweite, Gruppen & Veranstaltungen



Wer & Wie?

- » Tendenziell älter als TikTok/Instagram; gut für Eltern & Großeltern
- » Viele lesen – wenige kommentieren (normal!)
- » Gruppen sind oft wichtiger als Seiten

Was funktioniert im Verein?

- » Veranstaltung als Facebook-Event + Reminder-Post
- » Fotoalbum „Rückblick“ (mit Einverständnis)
- » Mitmach-Aufruf: Helfer, Kuchen, Sponsoren

Mini-Playbook – ehrlich & machbar

- » 2 – 3 Posts pro Woche reichen
- » 1 Post = 1 Botschaft + 1 Foto
- » Fixe Rubriken helfen (z.B. „Dienstag: Termin“, „Freitag: Rückblick“)
- » Antworten innerhalb von 24 – 48 Std – freundlich, kurz, verbindlich
- » Diskussionen: Hausregeln + konsequent moderieren

Quelle: Österreich (Meta-Ad-Reichweite): Facebook ≈ 40% der 18+ (Ende 2025).

Instagram: Emotion & Sichtbarkeit

Reels & Stories bringen Reichweite – Bilder schaffen Vertrauen



Wer & Wie?

- » Stark bei 18–34, aber längst nicht nur „jung“
- » Scrollen schnell: 1. Sekunde entscheidet
- » Reels für Reichweite, Stories für Nähe

Vereinsformate, die ziehen

- » „3 Dinge, die wir heute geschafft haben“ (Carousel)
- » Reel: Aufbau/Proben/Training in 10 – 15 Sek.
- » Story-Umfrage: „Kommst du?“ / „Welche Uhrzeit?“

Checkliste pro Post

- » 1 klares Motiv (Menschen > Dinge)
- » 1 Satz, der erklärt: „Warum ist das wichtig?“
- » Call-to-Action: „Komm vorbei / Melde dich / Teile es“
- » Ortsbezug (Gemeinde/Ort markieren)
- » 3 – 8 passende Hashtags (nicht 30)

Quelle: Österreich (Meta-Ad-Reichweite): Instagram ≈ 44% der 18+ (Ende 2025).

WhatsApp: der direkte Draht

Perfekt für Organisation – nicht als öffentliche Bühne



Wer & Wie?

- » Quer durch alle Altersgruppen verbreitet
- » Nutzung ist „täglich/sofort“ – hoher Erwartungsdruck
- » Gut für Info-Ketten, weniger für Debatten

Bewährte Vereins-Praxis

- » 1 Info-Gruppe (Admins posten, andere lesen)
- » 1 Helfer-Gruppe (kurz & konkret)
- » Termine + Ort + Kontakt immer im ersten Posting anpinnen

Do's & Don'ts für WhatsApp

Do

Kurze Nachrichten
(max. 5 Zeilen)

Klare Betreff-Zeile:
„Termin / Bitte / Info“

Datenschutz: Nummern
nicht öffentlich verteilen

Ruhezeiten respektieren

Don't

Endlose Diskussionen

Fremde Fotos
weiterleiten

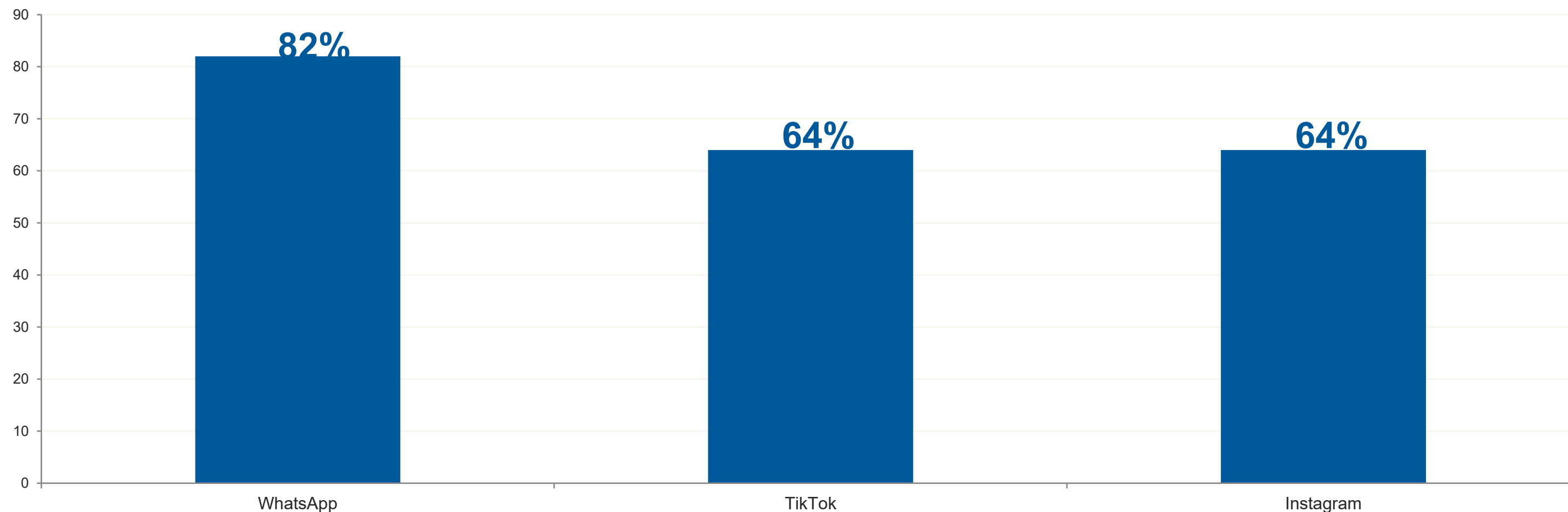
„Spammige“
Weiterleitungen

Alles in eine einzige
Gruppe stopfen

Quelle: Österreich 11–17 (2026): WhatsApp-Nutzung 82%
(davon 84% täglich).

Österreichische Jugend (11 – 17)

Nutzung 2026 – gute Orientierung für Nachwuchsarbeit



Merksatz: Für Vereins-Nachwuchs sind WhatsApp + Kurzvideo (TikTok/Reels) oft der schnellste Hebel.

Hinweis: Facebook taucht bei Jugendlichen meist nicht in den Top-Rängen auf – darum dort eher die Eltern/Öffentlichkeit bedienen.

Content, der im Verein funktioniert

6 robuste Formate – traditionell, authentisch, wiederholbar

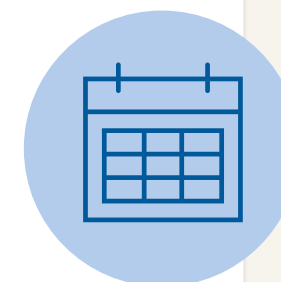
Menschen

Vorstellen: „Wer steht dahinter?“



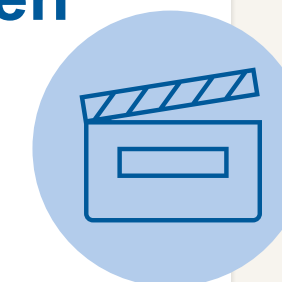
Termine

Einladung + Erinnerung + Rückblick



Blick hinter die Kulissen

Aufbau, Probe, Training, Küche



Ergebnisse

„Was haben wir geschafft?“ (vor/nach)



Mitmachen

Helfer gesucht, Kuchen, Sponsoring



Wissen aus dem Ort

Brauchtum, Geschichte, Tipps



Wichtig: Ein Verein muss nicht „viral“ sein. Er muss verlässlich, sichtbar und sympathisch sein.

Do's & Don'ts – damit's nicht wehtut

Die Klassiker – weil sie immer wieder passieren



Do's

- » Echte Fotos von echten Menschen (mit Einverständnis)
- » Kurze, klare Sprache – wie im Vereinsheim
- » Regelmäßig posten (lieber wenig, aber verlässlich)
- » Ortsbezug zeigen: Wirtshaus, Platz, Feuerwehrhaus, Sportplatz
- » Antworten: freundlich, sachlich, konsequent



Don'ts

- » Stockfotos, die nach Werbung aussehen
- » Alles auf einmal starten (4 Kanäle = 4x Stress)
- » Fotos von Kindern ohne schriftliche Einwilligung
- » Streit eskalieren lassen – lieber moderieren bzw. abschalten
- » Nur „Wir suchen Helfer!“ posten (ohne zu zeigen, wofür)

Mini-Redaktionsplan (4 Wochen)

Damit Social Media nicht an „keiner hat Zeit“ stirbt

Rhythmus (bewährt):

- » 1x Termin/Einladung
- » 1x Menschen/Blick hinter Kulissen
- » 1x Rückblick/Ergebnis

80/20-Regel: 80% Gemeinschaft & Nutzen zeigen – 20% Aufrufe („Bitte helfen“, „Kommt vorbei“).

4-Wochen-Plan (Beispiel)

Woche 1

- » Einladung
- » Menschen

Woche 2

- » Reminder
- » Kulissen

Woche 3

- » Rückblick
- » Dank an Helfer

Woche 4

- » Nächster Termin
- » Ergebnis/Fotoalbum

Recht & Sicherheit – kurz, aber ernst

Bilder, Datenschutz, Impressum – lieber sauber als später Ärger



5 Regeln, die jeder Verein kennen sollte

1. Einverständnis für Fotos/Videos einholen (bei Kindern: schriftlich von Erziehungsberechtigten).
2. Keine privaten Telefonnummern/Adressen veröffentlichen.
3. Impressum/Kontakt sichtbar (v.a. Facebook-Seite/**Instagram-Bio**).
4. Musik nur dort nutzen, wo sie lizenziert ist (z.B. in App-Soundbibliotheken).
5. Hausregeln für Kommentare: respektvoll, keine Beleidigungen – moderieren darf und soll man.

Realität: Ein sauberer Prozess (Einwilligung, Ablage, Zuständigkeit) spart mehr Zeit als jede „Social“-Diskussion.

Unterstützung: Dorf- & Stadterneuerung

Angebote für Dorferneuerungsvereine – besonders in der Öffentlichkeitsarbeit

Start-Paket für Öffentlichkeitsarbeit

- » Logo-Set & Sujet „Stolz auf unser Dorf“
- » Einladungs- & Plakatvorlagen
- » Unterstützung bei einem individuellen Vereinslogo
- » Magazin „Dorf & Stadt“: Beiträge einreichen (Stichworte + Fotos)

Förder- & Beratungsangebot

- » Kleinprojekte „Stolz auf unser Dorf“ – bis zu **2.500,- EUR Förderung**
- » Fördercall offen von **27. März bis 30. April 2026**
- » www.dorf-stadterneuerung.at/stolz-auf-unser-dorf

Kontakt

Dorf- & Stadterneuerung

+43 2742 34 000

service@dorf-stadterneuerung.at

Vereinslogo

barbara.ziegler@dorf-stadterneuerung.at

Magazin-Beiträge

magazin@dorf-stadterneuerung.at

Alle wichtigen Informationen & Termine

www.dorf-stadterneuerung.at

Tipp: Nutzen Sie Vorlagen & Logo-Set – ein einheitlicher Auftritt schafft Vertrauen.

Mit ChatGPT schneller zu guten Prompts

Einfache Bausteine – aber immer mit Vereins-Herz & Faktencheck

3 Schritte:

1. Stichworte sammeln (Wer? Wann? Wo? Was? Warum?)
2. ChatGPT formulieren lassen
3. Verein-Check: Ton • Fakten • Datenschutz

Wichtig: ChatGPT ist ein Schreib-Assistent. Verantwortung (Fakten, Datenschutz, Ton) bleibt beim Verein.

Prompt 1: Einladung (Facebook/Instagram)

*Schreibe einen freundlichen Vereins-Post (max. 800 Zeichen) für {Plattform}.
Ziel: Leute aus {Ort} zur Veranstaltung {Name} einladen.
Infos: {Datum, Uhrzeit, Ort, Eintritt, Programm}.
Ton: bodenständig, herzlich, klarer Call-to-Action.*

Prompt 2: Rückblick (mit Dank)

*Schreibe einen Rückblick-Post (max. 600 Zeichen) über {Event}.
Baue 1–2 Highlights ein, danke Helfern/Sponsoren,
und nenne den nächsten Termin {Datum}.
Bitte ohne Übertreibung, aber motivierend.*

Prompt 3: kurze WhatsApp-Info

*Formuliere eine WhatsApp-Nachricht (max. 5 Zeilen):
Betreff: {INFO/TERMIN/BITTE}.
Inhalt: {1 Satz}, dann Datum/Uhrzeit/Ort, dann Kontakt.*

Nächste Woche: Ihr 10-Minuten-Plan

Klein anfangen, konsequent bleiben – so gewinnt man

10 Minuten – 3 Aufgaben:

1. 1 Foto machen (echter Moment im Vereinsalltag)
2. 3 Stichworte notieren (Wer/Wann/Wo/Warum)
3. 1 Post veröffentlichen + 1 kurze Antwort auf Kommentare

Leitgedanke:

**„Tradition lebt, wenn man sie zeigt –
Menschen merken sich Geschichten,
nicht Aushänge.“**

**Danke fürs Zuhören – jetzt machen wir's
interaktiv: Fragen, Inputs, Austausch!**

Kritische Neugier statt blinde Faszination

VIELEN DANK



DORF & STADT
ERNEUERUNG **N**
DIE GEMEINDEAGENTUR