



MINT IN SOCIAL MEDIA

**KO-KREATION MIT
UND FÜR JUNGE
MENSCHEN**

What We'll do Today

01. Der Ansatz

Warum Ko-Kreation?.

02. Ko-Kreativer Content

Beispiel aus der Praxis

03. Ko-Kreative Strukturen

Etablierung von Ko-Kreativen Strukturen

04. Ko-Kreative Kampagnen

Ko-Kreation groß denken

05. Beratung



FÜR
MENSCHEN MIT MISSION

www.matrix-agentur.de

ABOUT US



Fabio Mancarella
Social Media-Berater



Stefan Jacobi
Community- und Social Media-
Manager



Florian Baar
Leiter Content – matrix Agentur

Ansatz

Kommunikation

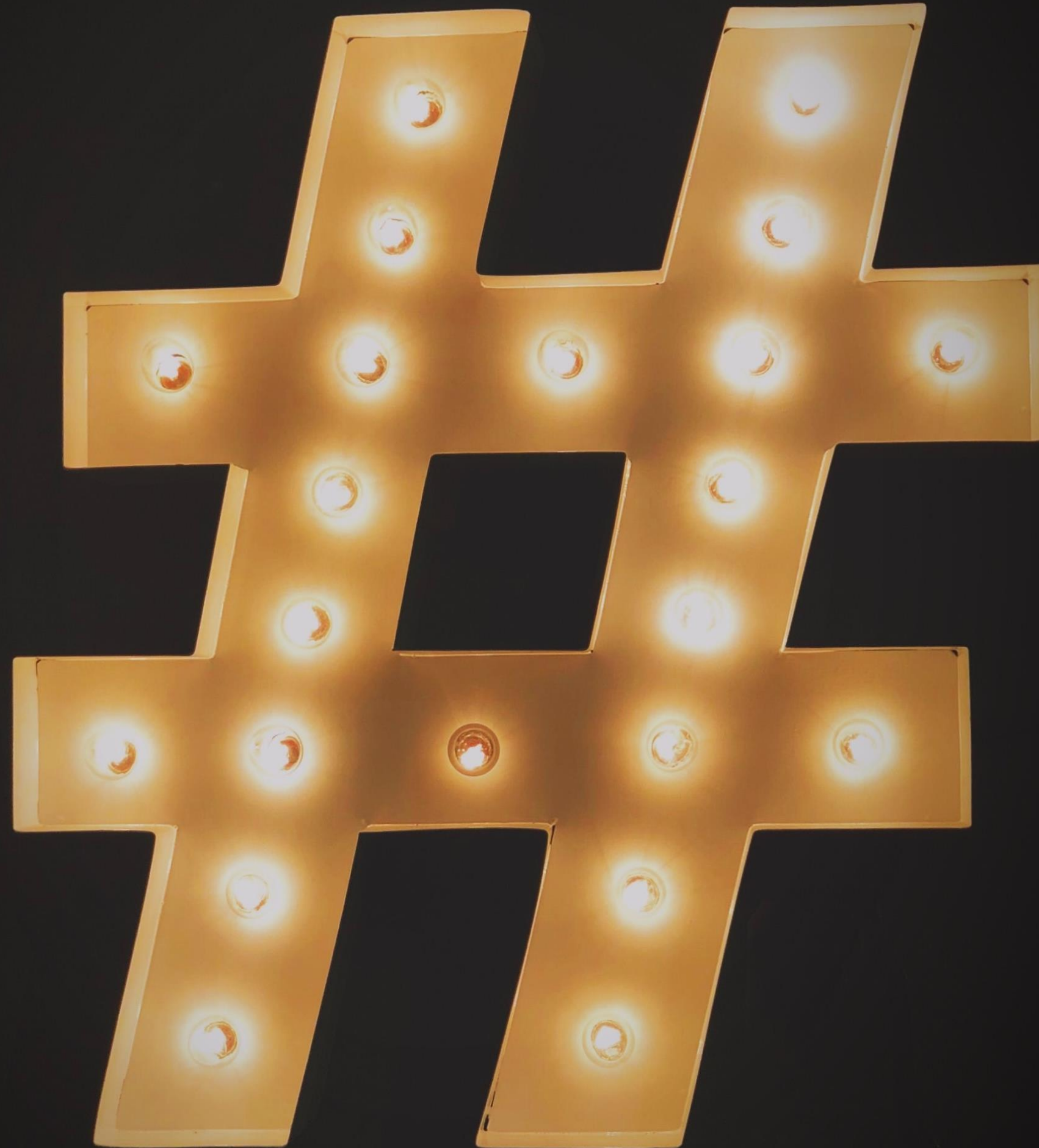
Nutzer:innenzentrierter Ansatz: Welche Bedürfnisse hat unsere Zielgruppe und welche Antworten können wir darauf geben? Wo ist unsere Zielgruppe? Wie können wir sie erreichen?

Peer-to-Peer

Schüler:innen können auf gleicher Ebene kommunizieren. Sie verwenden untereinander ähnlichere Sprachcodes und sind stärker motiviert, Unterschiede zwischen sich und den anderen auszugleichen.

Ko-Kreation

Die Zielgruppe wird in die Erstellung von Content integriert. Kann einzelne Schritte oder ganze Prozesse (Konzeptionierung, Umsetzung, Distribution) umfassen.



WIE KANN GEMEINSCHAFTLICH MIT JUNGEN MENSCHEN WIRKUNGSSTARKER CONTENT ENTSTEHEN?



SZENE NR. 3

Szenenbeschreibung:

Schüler sitzt am Tisch und isst Sushi mit Stäbchen wie ein Profi.

Geschriebener Text:

ONE MONTH in JAPAN

Dauer:
00:03

matrix



Ansprache Schüler:innen – Beispiel AJA

Ko-Kreativer Prozess

Besuch von zwei Schulen, mit je zwei Workshopeinheiten

01

Angebot

Vorab: Alles Wissen zum Thema sammeln.

Vorort: Was ist das Angebot, was kann erlebt werden.

03

Worldcafé

Konzeption von Drehbüchern in Kleingruppen, Rückmeldungen aus anderen Gruppen.

02

Input Schüler:innen

Was finden Schüler:innen spannend an dem Angebot? Was hält sie davon ab, es wahrzunehmen? Welche Videotrends feiern sie?

04

Produktion

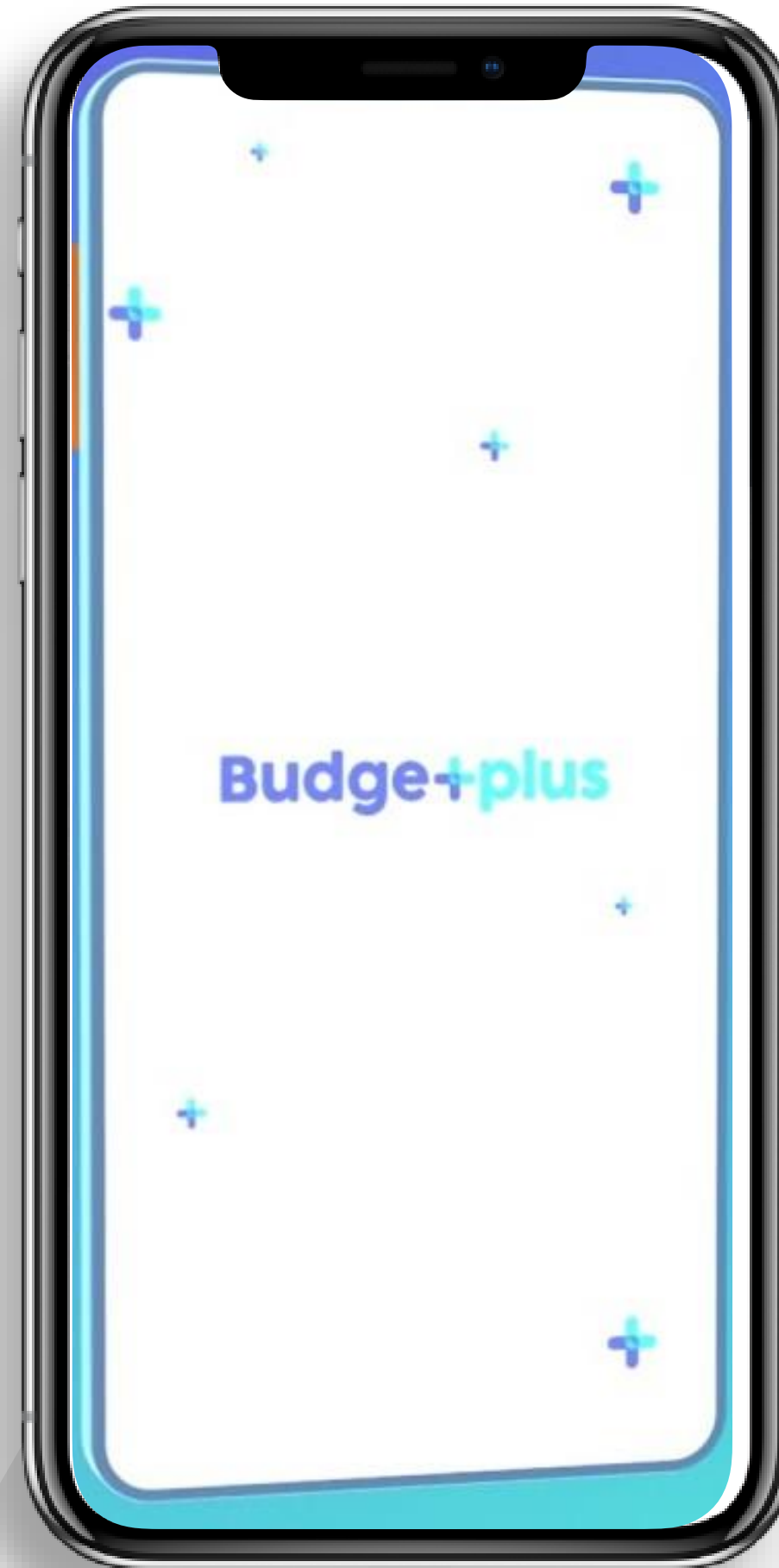
Umsetzung zusammen mit den Schüler:innen.



KO-KREATIVE WORKSHOPS MIT JUGENDLICHEN

Beispiel:
Budget-App für Jugendliche

Auftraggeber:
Verbraucherzentralen in Deutschland



Konzeption

- Bedürfnisse ermitteln
- Gemeinsam Funktionen und Design bestimmen
- Ausprobieren



Verbesserung

- App bewerten
- Texte anpassen
- Design neu gestalten
- Neue Funktionen hinzufügen

BERUFEKLAPPE

*SCHÜLER:INNEN LERNEN BERUFE KENNEN UND
ERKLÄREN SIE*

- Authentischer Content
- Wichtige Inhalte
- Kooperation mit Partner:innen
- Kreativitätsübung
- Teamarbeit



ZDI-JUGENDBEIRAT

- Enge Zusammenarbeit
- Struktur in der Freizeit der Jugendlichen
- Community Building
- Mehrere Generationen/Altersklassen verbinden



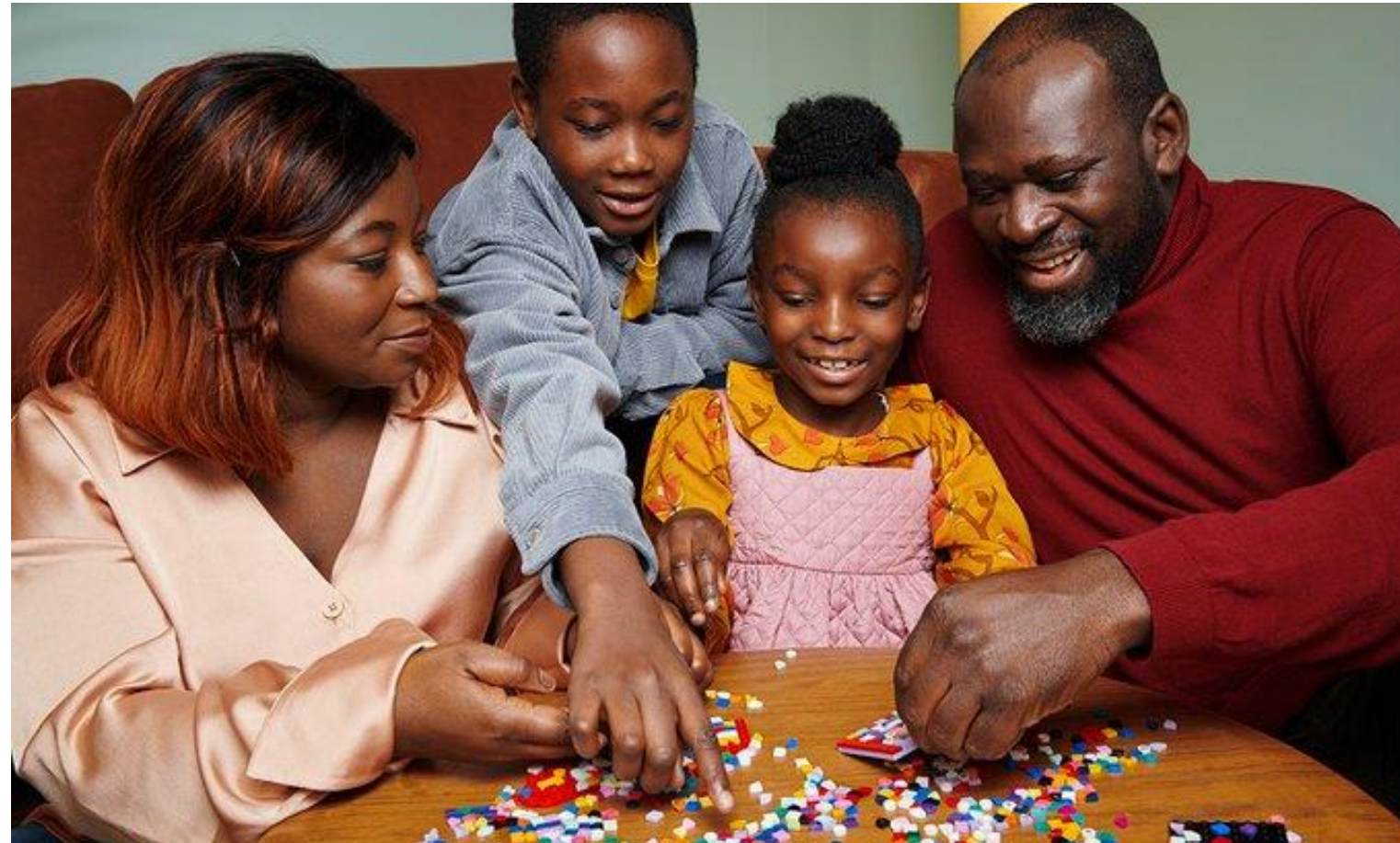


BEISPIEL

- MINT-Reporter:in
- Aus der Zielgruppe
- Inhalte gut authentisch aufbereitet

CO-KREATIVE SOCIAL-MEDIA ARBEIT

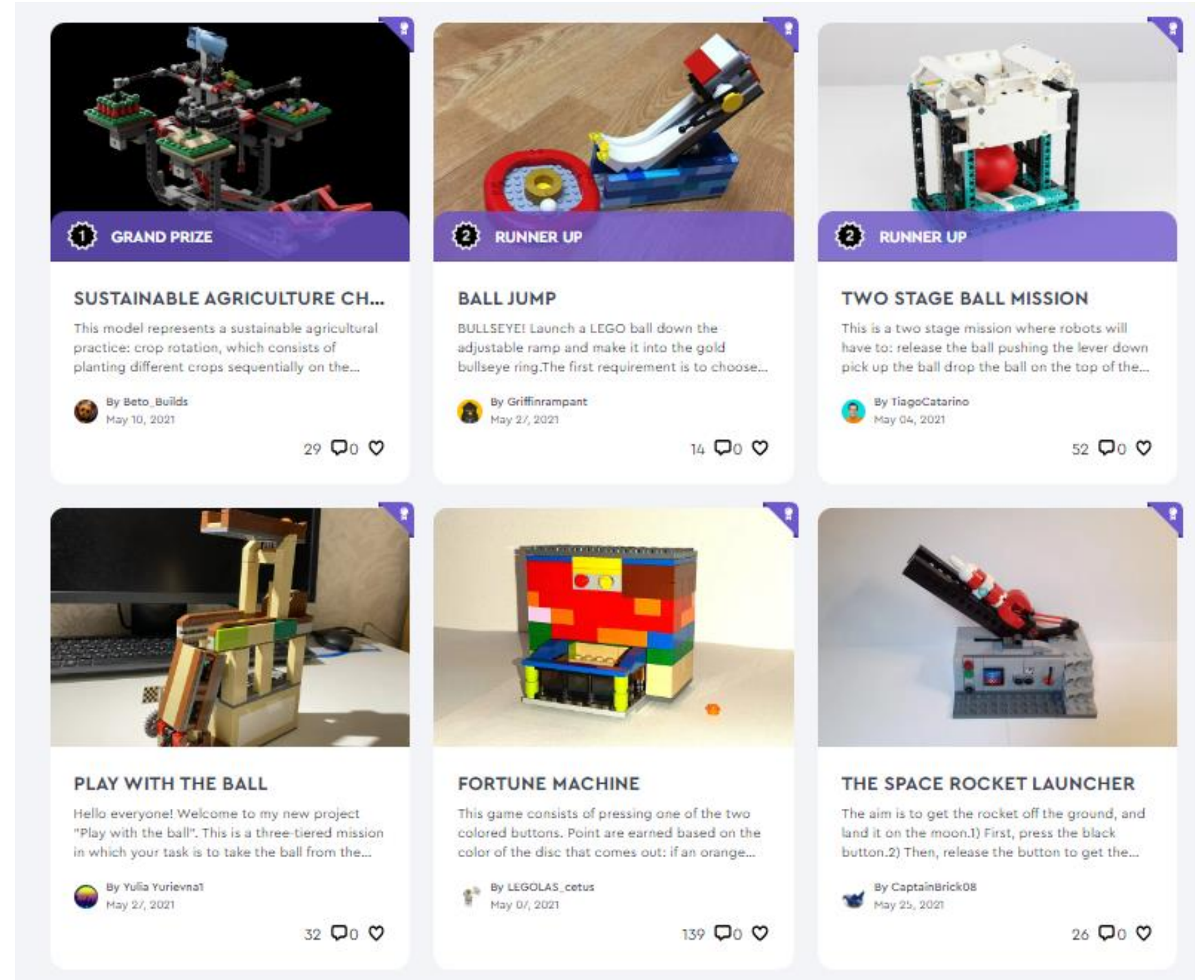
Am Beispiel: LEGO™ IDEAS



Share your idea for the next **LEGO® Ideas** set

LEGO IDEAS | Only at **Target**

LEGO and the LEGO logo are trademarks of the LEGO Group. ©2022 The LEGO Group.
©2022 Target Brands, Inc. Target and the Bullseye Design are registered trademarks of Target Brands, Inc.



Rank	Title	Description	Creator	Date	Comments	Likes
1	GRAND PRIZE	SUSTAINABLE AGRICULTURE CH... This model represents a sustainable agricultural practice: crop rotation, which consists of planting different crops sequentially on the...	By Beto_Builds	May 10, 2021	29	0
2	RUNNER UP	BALL JUMP BULLSEYE! Launch a LEGO ball down the adjustable ramp and make it into the gold bullseye ring. The first requirement is to choose...	By Griffinrampant	May 27, 2021	14	0
2	RUNNER UP	TWO STAGE BALL MISSION This is a two stage mission where robots will have to: release the ball pushing the lever down pick up the ball drop the ball on the top of the...	By TiagoCatarino	May 04, 2021	52	0
		PLAY WITH THE BALL Hello everyone! Welcome to my new project "Play with the ball". This is a three-tiered mission in which your task is to take the ball from the...	By Yulia Yurievna1	May 27, 2021	32	0
		FORTUNE MACHINE This game consists of pressing one of the two colored buttons. Points are earned based on the color of the disc that comes out: if an orange...	By LEGOLAS_cetus	May 07, 2021	139	0
		THE SPACE ROCKET LAUNCHER The aim is to get the rocket off the ground, and land it on the moon. 1) First, press the black button. 2) Then, release the button to get the...	By CaptainBrick08	May 25, 2021	26	0

DEINE COMMUNITY ARBEITET ZUSAMMEN

- Ein Thema wird vorgegeben
- LEGO Fans entwickeln und basteln gemeinsam
- Über Ideen wird in der Community abgestimmt
- Expert:innen prüfen die Eingaben
- Die finale Abstimmung findet erneut in der Community statt

The screenshot shows a challenge announcement for the "DESIGN A FIRST LEGO LEAGUE ROBOT MISSION MODEL!". The page features a background image of a LEGO robot on a competition field. A progress bar at the top indicates the stages of the challenge: "Idea Intake" (Apr 20 – May 27), "Expert Review" (May 27 – Jun 8), and "Winner Announcement" (Jun 15). The "Winner Announcement" stage is currently active. Below the progress bar, the text "WINNER ANNOUNCEMENT" is displayed, followed by a message: "The winners have been chosen! Thank you for participating and making this challenge great." A button labeled "SEE WINNERS" is located in the bottom right corner.

CHALLENGE

DESIGN A FIRST LEGO LEAGUE ROBOT MISSION MODEL!

Idea Intake Expert Review Winner Announcement

Apr 20 – May 27 May 27 – Jun 8 Jun 15

WINNER ANNOUNCEMENT
The winners have been chosen! Thank you for participating and making this challenge great.

[SEE WINNERS](#)

DEINE COMMUNITY WEIß AM BESTEN, WAS SIE INTERESSIERT

- Das Design mit den meisten Votes gewinnt
- Es wird als LEGO™ Ideas Box im Handel erhältlich sein
- Erzeugt mehrfache, qualifizierte Aktivität auf den Social Media Kanälen
- Spricht Fans, Presse und Partner:innen an
- Bringt neue Follower:innen durch hochwertigen Content von und für die Community



**WIR FREUEN
UNS AUF DIE
GEMEINSAME
ARBEIT**

www.matrix-agentur.de

www.matrix-gruppe.de

FLORIAN BAAR

LEITUNG CONTENT

TEAM AGENTUR

baar@matrix-gmbh.de

matrix GmbH & Co. KG
Düsseldorfer Straße 16 |
40699 Erkrath