72 STUNDEN
UNS SCHICKT DER HIMMEL

10.- 13. Juni 2027

LEITFADEN SOCIAL MEDIA



INHALT

1. „Tue Gutes und rede darüber“ 3
2. Social Media-Kanäle 3
3. Community Management 5
4. Netiquette 6
5. Grafisches 7
6. Rechtliches 7
7. Krisenkommunikation 8
8. FAQ 8
9. Impressum 10

1. „TUE GUTES UND REDE DARÜBER“

Eine Grundregel in der Öffentlichkeitsarbeit lautet „Tue Gutes und rede darüber“. Und bei der 72-Stunden-Aktion wird es viele „gute Taten“ geben, über die ihr berichten könnt. Neben der klassischen Pressearbeit (> siehe Leitfaden Pressearbeit) ist dabei vor allem die Berichterstattung und das Herstellen eines Gemeinschaftsgefühls in den Social Media-Kanälen wichtig.

Einerseits als Teil der Öffentlichkeitsarbeit, um über die 72- Stunden-Aktion und ihre Projekte zu berichten sowie andererseits zur Vernetzung und Beteiligung der Teilnehmer*innen der 72-Stunden-Aktion.

Gerade die Interaktionsmöglichkeiten der Social Media-Kanäle bieten die Chance, über den Kreis der Teilnehmenden hinaus z. B. in der Gemeinde oder im Stadtteil zu informieren und Externe einzubinden. Das kann von den Eltern über die Helfendensuche bis hin zum Dank an Unter- stützer*innen und Spender*innen gehen. Auch mit eurer Kirchengemeinde, der Kommune und euren Projektpat*innen könnt ihr interagieren.

Wir möchten euch mit diesem Leitfaden eine erste Hilfe (ohne Anspruch auf Vollständigkeit) an die Hand geben und die häufigsten Fragen beantworten. Er soll zudem anregen und Mut machen, die Social Media-Arbeit als festes Standbein eurer Öffentlichkeitsarbeit zur 72-Stunden-Aktion einzusetzen.

Wenn ihr Fragen zum Bereich Social Media rund um die 72-Stunden-Aktion habt, könnt ihr euch gerne an das Referat für Kommunikation (**presse@bdkj.de**) und das Webteam des BDKJ-Bundesverbandes (**webteam@bdkj.de**) wenden.

2. SOCIAL MEDIA-KANÄLE

INSTAGRAM

Hauptkanal für die 72 h Kommunikation mit Teilnehmer*innen und Aktionsgruppen.

Die Verwendung von Instagram bei der 72-Stunden-Aktion ist vor allem für die Interaktion und die Einbeziehung der Teilnehmer*innen in den 72-Stunden-Projekten sinnvoll. Zudem können über Erwähnungen (@) und über Hashtags (#) Verknüpfungen zwischen verschiedenen Insta-Accounts hergestellt werden. Den Hashtag #72h nutzen wir darüber hinaus um unsere Social Media Wall auf unserer Website zu befüllen. Falls ihr dort auftauchen wollt, nutzt ihn also bitte.

Der Kanalname lautet „**72_Stunden_Aktion**“.
Zudem nutzen wir auch den Instagram-Account des BDKJ-Bundesverbandes „**bdkjde**“.
Sehr gerne könnt ihr den Account der 72 Stunden Aktion markieren oder als Co-Autor bei Instagram hinzufügen. Wir freuen uns sehr darüber euer Engagement mit euch gemeinsam sichtbar zu machen!

Auch viele Diözesanverbände und regionale KoKreise betreiben eigene Instagramkanäle. Schaut gerne, welche Kanäle es bei euch in der Region gibt, und verlinkt oder markiert diese ebenfalls. Auch sie freuen sich über eure Beiträge und Interaktionen und helfen dabei, die Vielfalt der Aktion vor Ort sichtbar zu machen.
Untertitel einschalten: Sie sorgen für mehr Klicks – und viele schauen Videos unterwegs, zum Beispiel im Zug, ohnehin ohne Ton.

FACEBOOK

Facebook wird bei der 72-Stunden-Aktion zur Kommunikation mit älteren Mitgliedern der Gemeinden, aber auch der interessierten Öffentlichkeitsarbeit und Kooperationspartner*innen genutzt werden. Facebook ist nach wie vor für viele Menschen ein wichtiger Kanal.

Die FB-Seite https://www.facebook.com/72Stunden2024 kann dabei – ergänzend zur 72stunden.de-Aktionsseite –als Informationsquelle und zur Interaktion von Gruppen und Externen (z.B., Pat*innen, Spender*innen, Institutionen, Politiker*innen, Eltern, etc.) dienen.

Crossposting zwischen Instagram und Facebook

Um mit wenig zusätzlichem Aufwand möglichst viele Menschen zu erreichen, lohnt es sich, Beiträge gleichzeitig auf Instagram und auf Facebook zu veröffentlichen. Wenn ihr eure Accounts miteinander verknüpft, könnt ihr Beiträge und Reels direkt auf beiden Plattformen teilen.

TikTok

TikTok funktioniert anders als die meisten anderen Social-Media-Plattformen. Der Algorithmus zeigt Inhalte nicht nur den eigenen Followerinnen, sondern spielt sie auch vielen Nutzer*innen außerhalb der eigenen Community aus. Dadurch können Beiträge, selbst mit einem neuen und noch kleinen Account, eine große Reichweite erzielen. Besonders gut funktionieren kurze, authentische, kurzweilige Videos. Gerade aktuelle Trends, Sounds und Formate spielen auf TikTok eine wesentliche Rolle.

Eine kleine Faustregel für Kurze Videos: Die ersten 3 Sekunden müssen die User*innen bekommen. Am einfachen geht das durch kurze knackige Intros, eine Frage oder zum Beispiel ein Jump Effekt. Sollte ein Interviewpartner zu langsam sprechen, scheut euch nicht die Geschwindigkeit zu erhöhen. Videos sollten eine Länge von 15 bis 30 Sekunden haben.

YOUTUBE

YouTube wird während der 72-Stunden-Aktion der **Hauptkanal für Bewegtbild-Inhalte** (Videos) sein. Durch die enge Verzahnung von YouTube-Inhalten mit der Google-Suche werden Videos in YouTube besser gefunden als z. B. bei Facebook. Bitte beachtet, dass alle Videos zur 72-Stunden-Aktion auf dem YouTube-Kanal des BDKJ-Bundesverbandes erscheinen werden:
https://www.youtube.com/user/BDKJde.

Da die Hälfte aller YouTube-Videos auf mobilen Endgeräten betrachtet werden, solltet ihr bei der Erstellung der Videos (z. B. bei Schrift-/Logo-Einblendungen) darauf achten, dass diese auch auf diesen Geräten erkennbar sind. Zudem solltet ihr falls möglich Untertitel in eure Videos einbinden.

3. COMMUNITY-MANAGEMENT

Als einheitliches Hashtag für die 72-Stunden-Aktion wird **#72h** verwendet. Gerne können weitere Hashtags z. B von beteiligten Jugendverbänden oder Hashtags mit lokalem Bezug ergänzt werden.

Ähnlich wie in der Pressearbeit (> siehe Leitfaden Pressearbeit) empfehlen wir euch auch für den Bereich Social Media eine*n feste*n Ansprechpartner*in in eurer Aktionsgruppe oder eurem Koordinierungskreis zu benennen. Diese Person sollte auch das Community-Management eurer Social Media-Kanäle übernehmen. Dazu gehören neben dem Veröffentlichen von Postings und Storys vor allem das Beantworten von Fragen und Kommentaren zu euren Postings. Im Krisenfall kommt dieser Person eine wichtige Aufgabe zu (> siehe später: Leitfaden Kriesenkommunikation).

Tipp: Gerade bei Instagram und Facebook nutzen die User*innen gerne die Möglichkeit, euch direkt zu kontaktieren oder bei YouTube Kommentare zu hinterlassen. Daher ist es sinnvoll, regelmäßig die eingehenden Nachrichten zu prüfen und zu beantworten.

EXKURS: SOCIAL MEDIA-NEWSROOM

Das Referat für Kommunikation und das Webteam des BDKJ-Bundesverbandeswerden während der 72-Stunden-Aktion (von Mittwoch bis Sonntag) einen Social Media-Newsroom im Jugendhaus Düsseldorf betreiben. Dort werden alle Social Media-Aktivitäten rund um die 72-Stunden-Aktion koordiniert. Zudem wird von hier die Kooperation mit den Medienpartnern betreut sowie die Pressearbeit und Krisenkommunikation des BDKJ-Bundesverbandes unterstützt.

Kontakt: Webteam(**webteam@bdkj.de**). Die Telefonnummer des Newsrooms wird auf **www.72stunden.de** und auf **www.bdkj.de** bekannt gegeben werden.

4. NETIQUETTE

Die 72h Aktion bietet viel Potential für kreative und spontane Social Media-Inhalte. Dabei kann es durchaus passieren, dass ein Post oder Video von euch sehr viele Aufrufe bekommt, sogar wenn ihr damit gar nicht gerechnet habt. Das kann auf allen Kanälen passieren. Dabei könnt ihr viele Menschen erreichen, die sich sehr über euer Engagement freuen.

Es kann aber auf Social Media leider auch passieren, dass es negative Kommentare oder sogar Hasskommentare gibt. Die sozialen Netzwerke leben von Austausch. Leider agieren und kommunizieren nicht alle Mitglieder in den Social Media-Kanälen so, wie es die allgemeine Netiquette (keine Beleidigungen/persönliche Angriffe) oder Gesetze (z.B. keine fremdenfeindlichen Aussagen oder Beleidigungen) es vorsehen. Auch bei der 72-Stunden-Aktionkann es vorkommen, dass ihr von einem „shitstorm“ erwischt werdet oder dass ihr virtuellen Besuch von so genannten „Trollen“ (Personen, denen es primär um die Verbreitung ihrer eigenen Meinung („stänkern“) bekommt und die bewusst provozieren und nicht mit euch in eine ernsthafte Diskussion eintreten wollen.

Wichtigste Regel: Ruhe bewahren und die „Trolle“ nicht „füttern“, indem ihr jeden Kommentar der „Trolle“ direkt beantwortet.

Es kann außerdem hilfreich sein, eine eigene Netiquette auf euerer Homepage zu veröffentlichen. Darin könnt ihr transparent festhalten, welche Regeln für Kommunikation auf euren Social Media-Kanälen gelten und wie ihr mit beleidigenden, diskriminierenden oder anderweitig unangemessenen Kommentaren umgeht. Verlinkt diese Netiquette in eueren Social Media-Profilen und verweist bei Bedarf in Diskussionen darauf. So könnt ihr eure Entscheidungen nachvollziehbar begründen. Als Orientierung kann die Netiquette des BDKJ dienen. **https://www.bdkj.de/der-bdkj/bundesstelle/referat-kommunikation/bdkj-webteam**. Diese wird aktuell noch überarbeitet.

Stattdessen empfehlen wir euch: Auf angemessen und fair vorgetragene Kritik solltet ihr immer reagieren und in den Dialog mit dem*der Absender*in treten. Bei (wiederholten) Verstößen gegen die Netiquette und bei Straftaten solltet ihr sofort handeln und den Beitrag melden, auf euer Seite verbergen/löschen und gegebenenfalls den Beitrag bei den Behörden anzeigen.

Aber keine Sorge: Bei einem „shitstorm“ seid ihr nicht allein: Das Referat für Kommunikation und das BDKJ-Webteam stehen euch im Social Media-Newsroom im Jugendhaus Düsseldorf während der 72-Stunden-Aktion 2024 mit Rat und Tat zur Seite. Kontakt: **webteam@bdkj.de**.

Für den Umgang mit kritischen oder beleidigenden Kommentaren haben sich einige einfache Grundsätze bewährt: Bewahrt Ruhe und entscheidet bewusst auf welche Kommentare ihr eingehen wollt und auf welche nicht.

Es ist euer Account also dürft ihr auch entscheiden wer zu Wort kommt. Ihr könnt jederzeit Kommentare, die gegen die Netiquette verstoßen, löschen und Nutzer*innen einschränken.

Achtet auf euch und eure Grenzen. Ihr müsst schwierige Situtaionen nicht alleine bewältigen. Sollte es passieren, dass ihr in die Zielscheibe von destruktiven Gruppierungen kommt (das ist nicht wahrscheinlich, aber möglich) Könnt ihr euch auch an Hate Aid wenden und jeder Zeit eure Profile für Kommentare und Nachrichten sperren.

5. GRAFISCHES

Ein einheitliches Erscheinungsbild der 72-Stunden-Aktion ist hilfreich, um die Wiedererkennbarkeit der Aktion sowie die Verbundenheit der Teilnehmer*innen zu erhöhen.

Auf **www.72stunden.de** könnt ihr das Aktionslogo und weitere grafische Elemente des Corporate Designs der 72-Stunden-Aktion herunterladen. Achtet bei der Verwendung auf die Gestaltungsrichtlinien die im Designhandbuch festgelegt sind. Auf Grundlage dieser Designbausteine wurden außerdem verschiedene Canva-Vorlagen erstellt. Diese könnt ihr gerne für eure eigene Öffentlichkeitsarbeit nutzen und individuell mit euren Inhalten befüllen.

Bei allen Designvorgaben gilt: Die besten Beiträge bleiben die, die eure Begeisterung und euer Engagement authentisch zeigen. Habt Spaß daran, neue Formate auszuprobieren und euere Aktion auf vielfältige Art und Weise sichtbar zu machen.

6. RECHTLICHES und Risiken

Datenschutz und Persönlichkeitsrechte

Ein herausforderndes Thema bei der 72-Stunden-Aktion ist der Datenschutz. Gerade bei Foto- und Videoaufnahmen benötigt es bei diesem Thema viel Feingefühl im Umgang mit diesen sensiblen Daten.

Nach den Regelungen des Kirchlichen Datenschutzgesetztes (KDG) gelten für die Veröffentlichung von Fotos und Videos, insbesondere von minderjährigen Teilnehmer*innen, besondere Vorgaben. Dazu gehört die Einholung einer Einverständniserklärung der Teilnehmer*innen (ab 12 Jahren) sowie der Erziehungsberechtigten. Wir prüfen derzeit, ob wir - wie bei der letzten 72-Stunden Aktion - eine Vorlage für eine Einverständniserklärung - auf 72stunden.de bereitstellen können.

Wir empfehlen Aktionsgruppen und Koordinierungskreisen von allen Personen, auch von Volljährigen, deren Fotos oder Videos bei der **Öffentlichkeitsarbeit** veröffentlicht werden sollen, eine schriftliche Einverständniserklärung (z.B. per Formular oder E-Mail) einzuholen und diese einige Zeit nach der 72-Stunden-Aktion aufzubewahren. Darüber hinaus ist es sinnvoll, Erziehungsberechtige bereits im Vorfled darüber zu informieren, wo und wie Bilder und Videos veröffentlicht werden.

Bitte beachtet, dass eine erteilte Einverständniserklärung jederzeit widerrufen werden kann, auch wenn ihr z.B. durch Hinweisschilder eindeutig auf Fotos bzw. Videos hingewiesen habt. Sollte dies der Fall sein, seid ihr verpflichtet die veröffentlichten Aufnahmen, soweit möglich, zu löschen und eine weitere Veröffentlichung zu unterbinden.

Achtung: Die o. g. Aussagen haben keine rechtliche Bindung. Sie dienen lediglich der Orientierung und ersetzen nicht die Beratung durch eine*n Rechtsanwalt*/ Rechtsanwältin bzw. Datenschützer*in.

Impressum

Wenn ihr Social Media-Kanäle oder eine eigene Website für eure Aktion verwendet, achtet darauf, dass ein Impressum und sofern erforderlich eine Datenschutzerklärung hinterlegt sind. Als verantwortliche Person sollte eine volljährige Person benannt werden, bspw. Die Leitung der Aktionsgruppe, des Koordinierungskreises.

Falls bereits ein Impressum auf einer bestehenden Website vorhanden ist, könnt ihr in euren Social Media-Profilen auch direkt darauf verlinken. So stellt ihr sicher, dass die erforderlichen Informationen leicht auffindbar sind.

Urheberrrecht

Achtet bei eurer Öffentlichkeitsarbeit darauf, dass ihr nur Fotos, Videos, Musik und andere Inhalte verwendet, für die ihr die erforderlichen Nutzungsrechte besitzt. Das gilt sowohl für Inhalte, die ihr selbst erstellt wie auch für Material, das ihr aus anderen Quellen übernehmt.

Denkt außerdem daran, bei veröffentlichten Fotos den*die Fotograf*in zu nennen. Nutzt für Videos ausschließlich Musik, für die ihr eine entsprechende Nutzungserlaubnis habt oder die über die

Musikbibliotheken für die jeweilige Nutzung zur Verfügung gestellt wird. Der Aktionssong zur 72-Stunden-Aktion kann von allen offiziell bestätigten Aktionsgruppen und Koordinierungskreisen verwendet werden.

Künstliche Intelligenz

Künstliche Intelligenz kann euch bei der Öffentlichkeitsarbeit unterstützen. Zum Beispiel beim Brainstorming für konkrete Aktionen, beim Fromulieren von Social Media Texten, bei der Erstellung von Untertiteln oder bei der Entwicklung von Bildideen. Sie kann euch Zeit sparen und kreative Impulse geben, ersetzt aber nicht eure eigenen Ideen und Erfahrungen.

Achtet darauf, keine personenbezogenen oder vertraulichen Informationen in KI-Anwendungen einzugeben. Prüft außerdem alle KI-generierten Inhalte sorgfältig, bevor ihr sie veröffentlicht. Nicht alle Inhalte sind fehlerfrei! Besonders glaubwürdig wird eure Arbeit durch authentische Fotos, Videos und selbstgeschriebene Geschichten.

7. KRISENKOMMUNIKATION

Wie oben bereits ausgeführt, kommt im Krisenfall dem*der Social Media-Ansprechpartner*in eine wichtige Rolle zu, denn oft verbreiten sich die ersten Nachrichten und Fragen zu einer Krise (z. B. Unglück während der 72-Stunden-Aktion) über die Social Media-Kanäle und erst später über die „klassischen Medien“ (wie Radio/Zeitung). Lest euch vor Aktionsstart den **Leitfaden zur Krisenkommunikation** durch (Veröffentlichung Ende 2026), dort findet ihr wichtige Hinweise und Handlungsleitfäden.

Die wichtigste Regel im Krisenfall: Ruhe bewahren, Informationen einholen und verbreiten sowie Spekulationen unterbinden. Wenn euch noch keine Informationen vorliegen, könnt ihr beispielsweiseauf die Behörden (Polizei, Feuerwehr etc.) verweisen und angeben, dass ihr euch zu einem späteren Zeitpunkt meldet.

Im Krisenfall empfehlen wir euch unbedingt euren Koordinierungskreis und gegebenenfalls weitere Behörden (Jugendamt/Jugendschutzstelle) und bei Verbänden den jeweiligen Diözesanverband (oder alternativ den Bundesverband) umgehend zu informieren sowie die Kommunikation nach außen mit diesen abzustimmen. Die Behörden sind im Bereich der Krisenkommunikation geschult und können euch unterstützen. Sinnvoll ist es, bereits im Vorfeld der Aktionen eine*n Ansprechpartner*in zu benennen, der*die sich im Ernstfall mit den Behörden oder dem Koordinierungskreis abspricht.

Aber keine Sorge: Im Krisenfall seid ihr nicht allein. Das Referat für Kommunikation und das BDKJ-Webteam stehen euch im Social Media-Newsroom im Jugendhaus Düsseldorf zur Seite. Über den Social Media-Newsroom (Kontaktdaten auf **www.72stunden.de**) könnt ihr auch den bundesweiten Krisenkommunikationsstab der 72-Stunden-Aktion erreichen.

8. FAQ

WELCHE ANLÄSSE BIETEN SICH FÜR SOCIAL MEDIA-AKTIVITÄTEN AN?

Im Vorfeld: Ein Jahr vor der 72-Stunden-Aktion, Anmeldestart zur 72-Stunden-Aktion, 72 Tage vor der Aktion, Vorbereitungstreffen, Vorstellung der Aktionsgruppe, die Suche nach Spender*innen- und Sponsor*innen, Helfer*innen-Suche, Vorstellung der Pat*innen, etc. All das sind gute Gelegenheiten um über eure Aktion im Vorfeld zu berichten.

Das Ziel ist hier: Vorfreude und Spannung aufbauen. Gerne könnt ihr auch Posting der #72h – Kanäle und der Social Media-Kanäle des BDKJ-Bundesverbandes „teilen“ und weiterverwenden.

Während der 72-Stunden-Aktion: Start der Aktion, Tageszusammenfassungen, Halbzeit der Aktion, Helfer*innen-, Material- und Hilfegesuche, Abschluss-/Erfolgsmeldung der Aktion, Abschlussfest mit Helfer*innen, Pat*innen, „schöne“ Bilder, die die Aktion transportieren etc. Greift dabei gerne aktuelle Trends oder Formate auf und interpretiert sie passend zu euerer Aktion.

Das Ziel ist hier: Eure Aktion erlebbar machen , Live-Berichterstattung, Einbindung der Teilnehmer*innen und Externer wie Erziehungsberechtigten, Helfer*innen und Pat*innen

Gemeinsame Überlegungen, was und wie ihr von eurer Aktion erzählen möchtet, können außerdem das Gruppenerlebnis stärken und euch mit anderen Aktionsgruppen in ganz Deutschland verbinden.

Im Nachklang: Stimmen/O-Töne von Teilnehmer*innen, Helfer*innen etc. veröffentlichen sowie Foto- oder Videozusammenfassungen „Das war unser 72-Stunden-Projekt“. Weiterhin sind gute Anlässe: Dank an Helfer*innen, Spender*innen, Pat*innen etc., Mit etwas Abstand (z.B. 72 Tage nach der Aktion): Wie geht es nach der 72-Stunden-Aktion mit dem Projekt weiter? Etc.

Das Ziel ist hier: Erfolg aufzeigen, Danke sagen und die Nachhaltigkeit der Aktion zu betonen.

WELCHE APPS UND PLATTFORMEN DÜRFEN WIR NUTZEN?

Grundsätzlich seid ihr bei der Wahl euerer Apps und Plattformen frei. Nutzt die Kanäle, auf denen ihr eure Zielgruppen erreicht und mit denen ihr euch wohlfühlt. Beachtet dabei jedoch, dass einzelne (Erz-)Bistümer oder Träger Vorgaben zur Nutzung bestimmter Messenger-Dienste oder Plattformen haben können. Informiert euch deshalb im Vorfeld, welche Regelungen bei euch gelten.

Achtet außerdem darauf, dass die von euch genutzten Dienste geltende Datenschutz- und Urheberrechtsvorgaben erfüllen. Informiert euch im Zweifelsfall über die Nutzungsbedingungen oder fragt bei euerem Diözesanverband nach. Neben den bekannten kommerziellen Plattformen gibt es auch datenschutzfreundliche Alternativen, bspw. Das Fediverse mit Diensten wie Mastodon. Je nach Einsatzbereich können diese eine sinnvolle Ergänzung sein.

Neben den bekannten Plattformen freuen wir uns auch über kreative Ideen und neue Wege der Öffentlichkeitsarbeit. Wenn ihr Kanäle oder Apps nutzt, die in dieser Arbeitshilfe nicht aufgeführt sind, erzählt uns gerne davon. Wir freuen uns über eure Erfahrungen und Anregungen, vielleicht können eure Ideen in Zukunft andere Aktionsgruppen inspirieren.

DÜRFEN WIR FOTOS AUS UNSEREN SOCIAL MEDIA-KANÄLEN DER PRESSE ZUR VERFÜGUNG STELLEN?

Ja, wenn ihr von den abgebildeten Personen eine Einverständniserklärung (> siehe Kapitel Rechtliches) vorher eingeholt habt und die Fotografierten (ab 12 Jahre) sowie die Erziehungsberechtigten informiert sind, in welchemMedium die Bilder erscheinen werden.

Bitte beachtet aber, dass eine einmal erteilte Zustimmung auch widerrufen werden kann und dass es keine Sonderregelung gibt, nach der "Gruppenbilder" von dieser Regelung ausgenommen wären Weitere Informationen findet ihr dazu auch im >Leitfaden Pressearbeit.

9. IMPRESSUM

HERAUSGEBER:

Bund der Deutschen Katholischen Jugend
Bundesstelle
Carl-Mosterts-Platz 1
40477 Düsseldorf
72stunden@bdkj.d
e
www.72stunden.de

V.i.S.d.P:

Christian Toussaint, Pressesprecher & Referent für Kommunikation, BDKJ-Bundesverband

REDAKTION:

Unser Dank gilt dem Redaktionsteam: Chiara Beyer, Sophia Stiftinger, Klara Heubeger, Isabell Wollenweber, Lisa Quarch und Christian Toussaint. Dieser Leitfaden basiert auf dem Leitfaden der letzten 72-Stunden-Aktion, der von folgendem Team erstellt wurde: Stephanie Agethen, Lena Bloemacher, Jannis Fughe, Thomas Gies, Luca Rusch, Christian Schnaubelt, Simon Schwarzmüller und dem BDKJ-Webteam.

Diese Arbeitshilfe basiert auf dem Leitfaden „Öffentlichkeitsarbeit" zur 72-Stunden-Aktion 2019 und 2024 und erscheint nur in digitaler Form, nicht als gedrucktes Heft.

Stand: 06.November 2026