

# „FACEBOOK-AUFTRITT“

Jugendliche sind heute quasi rund um die Uhr in **Sozialen Medien** online. Sie tauschen sich mit Gleichgesinnten aus, suchen Unterhaltung, informieren sich aber durchaus auch dort. Deswegen sollten Unternehmen in den Sozialen Medien präsent sein. Mit einem aus der Sicht der jungen Leute gelungenen Auftritt können sie auf sich aufmerksam machen und Interesse wecken – nicht zuletzt an einer Ausbildung in dem jeweiligen Betrieb. Bedenken Sie aber: In den Sozialen Medien hat **Emotion** einen deutlich höheren Stellenwert als Information. Es geht also vor allem darum, Ihr Unternehmen in ein gutes Licht zu rücken, es sympathisch „rüberkommen“ zu lassen, es als „coolen“ Arbeitsplatz darzustellen.

Wir konzentrieren uns mit dieser Checkliste auf Facebook, obwohl diese Plattform bei Jugendlichen inzwischen weniger beliebt ist und sie sich eher auf anderen Plattformen austauschen. Diese sind aber deutlich altersspezifischer ausgerichtet und man weiß nicht so genau, wie lange sie jeweils „in Mode“ bleiben. Das jähe Ende von Schüler- und Studi-VZ mag hierzu ein Hinweis sein.

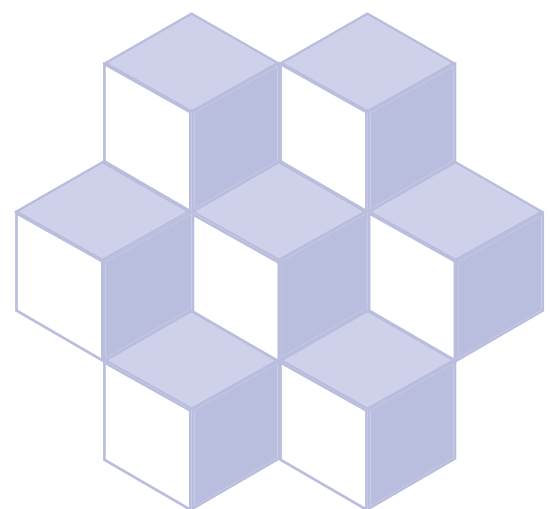
Sehr hilfreich ist es, einen **Redaktionsplan** darüber aufzustellen, was z.B. im bevorstehenden Monat wann gepostet werden soll. Spontane Eingebungen und aktuelle Ereignisse haben dann immer noch Platz bzw. können helfen, eigentlich geplante Themen noch etwas zu verschieben. Das heißt, Sie sollten auch immer einige (zeitlose) Texte als Vorrat haben für ruhigere Phasen. Die helfen dann aber, die hohe Taktzahl (auf jeden Fall zwei bis drei Posts pro Woche) zu halten.



# „FACEBOOK-AUFTRITT“

Als **Inhalte** können Sie alles nehmen, was junge Leute interessiert und was im weitesten Sinne mit Ihrem Unternehmen und dem Thema Berufswahl zu tun hat. Natürlich muss alles immer positiv sein, locker, aber authentisch. Geben Sie vor allem Einblicke in den Alltag im Betrieb und auf den Baustellen. Weitere Themen: Wie ist der Tagesablauf, welche Gerätschaften und Materialien werden gebraucht? Wer arbeitet bei Ihnen und was macht er/sie im Einzelnen? Welche außergewöhnlichen Baustellen haben Sie gerade? Welche aus dem Rahmen fallenden Aktivitäten gibt es dort, z.B. Einsatz eines besonders schweren Geräts? Wie präsentiert sich der Betrieb z.B. in Schulen oder auf Ausbildungsmessen? Was erleben Praktikanten im Einzelnen bei Ihnen? Wie sehen sie das Praktikum im Nachhinein? Wo engagieren sich (junge) Mitarbeiter in der Freizeit, z.B. in der Feuerwehr? Was steckt dahinter und was machen sie da? Sie können Tipps geben, was in Ihrer Region los ist für junge Leute in Sachen Ausbildung, Beruf und Freizeit (Was machen die Schulen?, Gibt es eine Ausbildungsmesse oder ähnliches?, Gibt es Musik-, Sport- usw. -Events?). Wichtig sind auch **Informationen zur Karriere am Bau** und rund um die Berufswahl: Was sind die Tage zur Berufsfelderkundung? Wie waren die bei Ihnen? Welchen Wert hat ein Praktikum? Wie und wann bewerbe ich mich? Wie läuft ein Vorstellungsgespräch? Was ist ein Speed-Dating? Wie läuft die Lehre zeitlich-organisatorisch und inhaltlich ab? Was bringen ÜBL und Berufsschule? Wie sind die Aufstiegsmöglichkeiten, die Bezahlung? Welche Chancen haben Mädchen?

Die **Texte** müssen kurz und in einer „jugendlichen“ Sprache geschrieben sein, ohne sich damit anzubiedern. Deutlich beliebter als Lesen ist das Ansehen von **Bildern und kurzen Videos**. Sie können durchaus mit dem Handy gemacht werden. Kurzbeiträge mit eher informativem Charakter können Sie mit vertiefenden pdfs oder Internetseiten verlinken – für diejenigen, die sich intensiver damit befassen wollen.



# Checkliste: **FACEBOOK-AUFTRITT**

1. Wer macht es?      2. Wer unterstützt dabei?      3. Bis wann wird es erledigt?
4. Was wird an Geld und Hilfsmitteln benötigt?      5. Ist kontinuierliche Nacharbeit nötig?
- 

**Auf Jugendliche als Zielgruppe ausgerichteten Facebook-Auftritt (als Unternehmensseite) einrichten**

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

4. \_\_\_\_\_

5. ja \_\_\_\_\_ nein \_\_\_\_\_

**Den Chef/die Chefin als Administrator bestimmen, daneben aber weitere vertrauenswürdige Administratoren eintragen, um den Arbeitsanfall auf mehrere Schultern zu verteilen**

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

4. \_\_\_\_\_

5. ja \_\_\_\_\_ nein \_\_\_\_\_

**Möglichst junge Mitarbeiter (auch Auszubildende) bestimmen, die die Seite bearbeiten, sich intensiv nach Inhalten umsehen und sie aufbereiten, die Beiträge dann posten**

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

4. \_\_\_\_\_

5. ja \_\_\_\_\_ nein \_\_\_\_\_

**Einen Redaktionsplan aufstellen und fortführen**

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

4. \_\_\_\_\_

5. ja \_\_\_\_\_ nein \_\_\_\_\_



# Checkliste: **FACEBOOK-AUFTRITT**

1. Wer macht es?      2. Wer unterstützt dabei?      3. Bis wann wird es erledigt?
4. Was wird an Geld und Hilfsmitteln benötigt?      5. Ist kontinuierliche Nacharbeit nötig?
- 

„Zeitlose“ Texte unter „Entwürfe“ abspeichern als Reserve für ruhigere Phasen

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

4. \_\_\_\_\_

5. ja \_\_\_\_\_ nein \_\_\_\_\_

Im Unternehmen dafür werben, dass Posts erstellt bzw. dass die Administratoren auf interessante Themen aufmerksam gemacht werden

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

4. \_\_\_\_\_

5. ja \_\_\_\_\_ nein \_\_\_\_\_

Die Entwürfe der Mitarbeiter für Posts geglesen

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

4. \_\_\_\_\_

5. ja \_\_\_\_\_ nein \_\_\_\_\_

Zwei bis drei Posts pro Woche veröffentlichen

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

4. \_\_\_\_\_

5. ja \_\_\_\_\_ nein \_\_\_\_\_



# Checkliste: **FACEBOOK-AUFTRITT**

1. Wer macht es?      2. Wer unterstützt dabei?      3. Bis wann wird es erledigt?

4. Was wird an Geld und Hilfsmitteln benötigt?      5. Ist kontinuierliche Nacharbeit nötig?

---

**Andere Facebook-Seiten mit „Gefällt mir“ markieren und andere Facebook-Nutzer zum Abonnieren Ihrer Seite bewegen**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. ja \_\_\_\_\_                      nein \_\_\_\_\_

**Vor allem anfangs einzelne Beiträge bewerben, um mehr Aufmerksamkeit zu erzielen** und den Schneeball-effekt hin zu mehr Reichweite zu beschleunigen. Dabei die Zielgruppe für diese Promotion scharf eingrenzen: Alter, Region, evtl. erst nur Jungen, Schulbesuch/-bildung, Interessen usw. . Außerdem genau festlegen, wie viel Geld Sie in der vorgegebenen Zeit ausgeben wollen

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. ja \_\_\_\_\_                      nein \_\_\_\_\_

**Die Klickraten beobachten,** um besonders attraktive Inhalte herauszufinden und sich daran künftig zu orientieren

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. ja \_\_\_\_\_                      nein \_\_\_\_\_



# Checkliste: **FACEBOOK-AUFTRITT**

1. Wer macht es?      2. Wer unterstützt dabei?      3. Bis wann wird es erledigt?

4. Was wird an Geld und Hilfsmitteln benötigt?      5. Ist kontinuierliche Nacharbeit nötig?

---

**Kommentare zu den Posts  
permanent im Auge behalten  
und bei Bedarf darauf schnell reagieren**

- 1. \_\_\_\_\_
- 2. \_\_\_\_\_
- 3. \_\_\_\_\_
- 4. \_\_\_\_\_
- 5. ja \_\_\_\_\_                      nein \_\_\_\_\_

**Vergleichbare Auftritte beobachten,  
um davon zu lernen**

- 1. \_\_\_\_\_
- 2. \_\_\_\_\_
- 3. \_\_\_\_\_
- 4. \_\_\_\_\_
- 5. ja \_\_\_\_\_                      nein \_\_\_\_\_

