

Leitfaden für Beratungskräfte I: Schlüsselüberlegungen vor dem Aufbau beruflicher Präsenzen auf Facebook

Einleitung

Eine der Aufgaben des Modellvorhabens „[Social Media Bridge](#)“ (SoMB) besteht darin, Projekte im Förderprogramm „[WIR – Netzwerke integrieren Flüchtlinge in den regionalen Arbeitsmarkt](#)“ zu unterstützen, ihre Online-Angebote zu verbessern und Zielgruppen effektiv über soziale Netzwerke zu erreichen. Zu diesem Zweck werden im Rahmen des Vorhabens eine Reihe von Handreichungen zum Thema „Digital Streetwork“ veröffentlicht. Die erste Handreichung enthält eine Reihe von Überlegungen, die bei der Entwicklung einer Strategie für die Präsenz in den sozialen Medien helfen sollen.

Schlüsselüberlegungen vor dem Erstellen eines Facebook-Profiles

Zielsetzung:

Überlegen Sie sich, welche Ziele Sie mit der Nutzung von Facebook erreichen wollen. Benutzen Sie Facebook als ein Mittel zum Aufbau einer communitybasierten Beratung oder eher als Mittel zur Informationsvermittlung und Öffentlichkeitsarbeit?

Zielgruppe:

Die Identifizierung der Zielgruppe ist ein wichtiger Schritt zu einer erfolgreichen Präsenz in den sozialen Medien. Auf welcher Sprache wollen Sie selbst präsent sein und wer sind die potenziellen Ratsuchenden? Berücksichtigen Sie dabei auch die Faktoren wie Alter, Geschlecht, Standort, Interessen und Werte? Dies würde Ihnen helfen, den Inhalt und das Design Ihres Profils entsprechend anzupassen.

Datenschutz:

Bedenken Sie die Datenschutzrichtlinien Ihrer Organisation sowie die geltenden Gesetze und Vorschriften hinsichtlich der Verarbeitung von personenbezogenen Daten.

Zeitmanagement:

Bedenken Sie, dass die Verwaltung eines Facebook-Profiles oder einer Facebook-Seite Zeit und Engagement erfordert. Um die Aufmerksamkeit der Zielgruppe aufrechtzuerhalten, ist eine aktive Präsenz, d.h. regelmäßiges Posten und Interagieren mit der Zielgruppe, notwendig.

Sicherheit:

Achten Sie auf die Sicherheit Ihres Profils und Ihrer Daten. Verwenden Sie sichere Passwörter und speichern Sie diese zusätzlich in einer sicheren Datenbank.

Leitfaden für Beratungskräfte I: Schlüsselüberlegungen vor dem Aufbau beruflicher Präsenzen auf Facebook

Überblick über die Funktionen von Facebook-Profil und Facebook-Seite

	FB-Profil	FB-Seite
Wie ist es in der Beratungs- und/oder Öffentlichkeitsarbeit einsetzbar?	Das eigene Profil spielt eine zentrale Rolle für die berufliche Nutzung von Facebook. Zum einen ist die Erstellung eines Profils erforderlich, um eine Seite oder Gruppe erstellen zu können. Zum anderen wirken transparente Profile vertrauenswürdig und können somit den Zugang zur Zielgruppe erleichtern.	Ähnlich wie auf einer Website können hier Beiträge zu unterschiedlichsten Themen veröffentlicht und auch beworben werden. Social Media Nutzer*innen können mittels Emoji-Reaktionen oder Kommentaren interagieren oder auch bewerten.
Wer oder was wird repräsentiert?	Repräsentation einer realen Person, die eine Beratungstätigkeit ausübt.	Informationsvermittlung einer Organisation, eines Projektes, eines Unternehmens, einer Marke, einer bekannten Persönlichkeit etc.
Zu welchem Zweck?	Vernetzung mit anderen Facebook-Nutzenden und Social Media Akteur*innen.	Öffentlichkeitsarbeit eines Unternehmens oder einer Organisation.
Wer kann Beiträge erstellen?	Nur die Person, die das Profil besitzt.	Nutzer*innen, denen Facebook-Zugriff oder Task-Zugriff auf die Seite gewährt worden ist.
Verwaltung?	Von der profilbesitzenden Person selbständig verwaltet.	Von einer oder mehreren Personen verwaltet, die bereits ein Facebook-Profil besitzen. Es gibt zwei Arten von Facebook-Zugriff: mit eingeschränkter und mit uneingeschränkter Kontrolle. Einstellungen und Zugriff (Gewährung oder Entzug) fallen in die letztgenannte Kategorie. Mit Task-Zugriff auf Seiten kann die Verwaltung für Inhalte, Nachrichten, Community-Maßnahmen, Werbung und Insights ¹ übernommen werden.
Welche Informationen sind für andere Facebook-Nutzende einsehbar?	Das sogenannte „öffentliche Profil“ ist Teil eines Profils und enthält grundlegende Informationen wie Namen, Geschlecht, Benutzungsnamen und die Nutzenden-Id (Profilnummer), Profil- und Titelbild. Achtung bei Vergabe des Namens: Dieser kann nur einmal alle 60 Tage geändert werden. Standardmäßig Informationen zur Person, die das Facebook-Profil erstellt hat, wie Beruf und Interessen, sofern diese angegeben wurden; die Sichtbarkeit dieser Informationen kann nach Wunsch verändert werden (z. B.: „Öffentlich“, „Freunde“ oder „Nur ich“).	Berufliche Kontaktdaten wie Telefonnummer, Adresse, E-Mail-Adresse, Webseite, Geschäftszeiten etc. Zudem sind standardmäßig alle Seiten, denen die Seite folgt, öffentlich sichtbar. Wie die Seite für andere Personen aussieht, wird mit der Funktion „Anzeigen aus Sicht von“ ausgegeben.
Welche Voraussetzungen hat die Erstellung?	Angabe einer E-Mail-Adresse oder Telefonnummer.	Ausschließlich möglich mit einem bereits vorhandenen Facebook-Profil.

1. Insights bieten detaillierte Informationen über Zielgruppen (z. B. Alter, Geschlecht, Top-Städte) sowie die Performance von Inhalten (z.B. Reichweite, Reaktionen, Kommentare).

© MINOR

Das Projekt „bridge – Berliner Netzwerk für Bleiberecht“ wird im Rahmen des Programms „WIR – Netzwerke integrieren Geflüchtete in den regionalen Arbeitsmarkt“ durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales und die Europäische Union über den Europäischen Sozialfonds Plus (ESF Plus) gefördert und aus Berliner Landesmitteln kofinanziert.

Gefördert durch:



Weiterer Förderer:

