

Social Media nutzen – Dos and Don'ts

Gemeinsame Planung des Social-Media-Auftritts

Planen Sie den Social-Media-Auftritt gemeinsam mit den Mitarbeitenden, die sich um die Pflege der Social-Media-Kanäle kümmern sollen: Wen möchten wir ansprechen? Was wollen wir erreichen? Welchen Mehrwert bieten wir? Wie oft möchten wir posten? Was soll gepostet werden?

Ein Bild sagt mehr als tausend Worte

Allen Social-Media-Kanälen ist gemein: Es handelt sich um Bilder- und Videoplattformen.
Es gilt: wenig Text, mehr Fotos bzw. Videos.

Um der Gen Z beim Scrollen durch den Social-Media-Feed aufzufallen, müssen die Bilder oder Videos so ausgewählt werden, dass die Nutzer:innen auf Ihrem Kanal „hängen bleiben“ und sich weiter durch den Content klicken möchten. Fragen Sie sich: Sind die Inhalte von Interesse für die Zielgruppe? Ist der Content witzig aufbereitet? Nur so wecken Sie Interesse bei Personen, die sich gerade auf Jobsuche befinden oder ihre Stelle wechseln möchten.

Bieten Sie Mehrwert

Heben Sie hervor, warum die Arbeit in der Kita wichtig ist und welchen Mehrwert sie bringt. Lassen Sie beispielsweise zufriedene Familien zu Wort kommen, denen Sie bei der Vereinbarkeit von Familie und Beruf geholfen haben, oder teilen Sie Zahlen, wie wichtig eine gute Kita-Betreuung für den weiteren Bildungsweg gerade sozial benachteiligter Kinder ist.

Ganz wichtig: Datenschutz

Wenn auf den Posts Personen zu erkennen sind, müssen Sie vorab im Betreuungsvertrag überprüfen, ob diese Personen (die Erziehungsberechtigten) ihr Einverständnis dazu gegeben haben. In manchen Verträgen wird das bereits bei Kita-Eintritt bei den Eltern abgefragt; in anderen Fällen benötigt es dazu ein separates schriftliches Einverständnis. Dies gilt für Kinder gleichermaßen wie für Mitarbeitende.

Seien Sie interaktiv

Gehen Sie auf den Plattformen auch in den Austausch mit der Gen Z und bieten Sie ihr die Möglichkeit, sich aktiv an der Gestaltung Ihrer Onlinepräsenz zu beteiligen, z. B. durch die Nutzung von Umfragen oder Frage-Stickern.

Social Media ist ein Marathon und kein Sprint

Wichtig bei der Planung: Beim Social-Media-Recruiting handelt es sich nicht um eine punktuelle Maßnahme, sondern es muss als langfristiger Prozess betrachtet und realisiert werden. Stellen Sie also sicher, dass auch beim Ausscheiden von Mitarbeitenden, die die Plattform(en) betreut haben, ein nahtloser Übergang stattfindet. Denn ein Social-Media-Kanal, der keine aktuellen Postings enthält, zieht keine Aufmerksamkeit auf sich.