

Zielgerichtet mit Multiplikator*innen vernetzen

Neuer strategischer Ansatz zur Gewinnung von Teilnehmenden über die Sozialen Medien im RIN Berlin


GOOD PRACTICE
 auf den Punkt


Adressaten für Transfer

Bildungsdienstleister

Strategischer Ansatz zur Teilnehmendengewinnung in Social Media

Der strategische Ansatz zur Teilnehmendengewinnung wird im Regionales Integrationsnetzwerk Berlin durch die Vernetzung mit migrantischen Communities umgesetzt. Dabei unterstützen Influencer*innen dieser Communities die Bewerbung des Mentoringprogramms „side by side“ auf ihren Social-Media-Kanälen. Durch Kooperationen zwischen Bildungsträgern und migrantischen Communities zur Information von Migrant*innen in den Sozialen Medien werden neue Zugänge zur Zielgruppe geschaffen.

Vorhaben

Koordination Regionales Integrationsnetzwerk Berlin

Träger

Senatsverwaltung für Arbeit, Soziales, Gleichstellung, Integration, Vielfalt und Antidiskriminierung – Beauftragte des Senats von Berlin für Integration und Migration

Projektansprechpartnerinnen

Birgit Gust (Projektleitung RIN Berlin),
 Anna Stahl-Czechowska (Projektleitung
 Teilprojekt Konsortium und
 Öffentlichkeitsarbeit)

Potsdamer Straße 65 / 10785 Berlin
 0151 29276996 / 0151 15075680

Birgit.Gust@IntMig.berlin.de
 AnnaMaria.Stahl-Czechowska@IntMig.berlin.de

Angebot

Weitere Informationen finden Sie hier:

<https://www.berlin.de/lb/intmig/themen/ausbildung-und-arbeit/iq-landesnetzwerk-berlin/>

<https://www.facebook.com/IQRINBerlin>

<https://www.linkedin.com/company/rin-berlin/>

<https://www.instagram.com/regionalesintegrationsnetzwerk/>

Alle bisher erschienenen IQ Good Practice-Beispiele finden Sie unter www.netzwerk-iq.de

Ausgangslage/Herausforderung

Das Vorhaben „side by side“ im Regionales Integrationsnetzwerk (RIN) Berlin ist ein niedrigschwelliges Mentoringprogramm für qualifizierte Frauen mit Migrationsbiografie und Fluchterfahrung, das nach dem kanadischen Modell vom Träger Goldnetz gGmbH durchgeführt wird. Das bedeutet, dass ein branchen- bzw. berufsspezifisches Matching stattfindet, bei dem Mentees mit Mentorinnen aus derselben Branche oder demselben Beruf zusammengebracht werden. Die berufserfahrenen und oft mehrsprachigen Berlinerinnen begleiten internationale Fachkräfte in der Bewerbungsphase und können der Mentee zusätzlich während der Einstiegsphase in den ersten Job zur Seite stehen. Das Mentoring kann auch als Recruitinginstrument für Unternehmen eingesetzt werden, in dem sich die Mitarbeiterinnen als Mentorinnen engagieren und die internationalen Fachkräfte für den eigenen Betrieb gewinnen. Goldnetz ist ein erfahrener und gut vernetzter Bildungsträger. Dennoch wurde im Lauf der Projektarbeit deutlich, dass die klassischen Akquisewege mit Mailings, Flyern, Informationsverteilung über eigene Socialmedia-Kanäle und entsprechende Netzwerkarbeit nicht ausreichten, um die Zielgruppe des Programms gut zu erreichen. Für die Mitarbeiter*innen des Vorhabens „side by side“ zeigte sich, dass die Zugangswege zur Zielgruppe sehr komplex sind. So mussten neue Wege gefunden werden, um das Programm erfolgreich zu etablieren.

Umsetzung des strategischen Ansatzes

Um mehr Teilnehmer*innen für das Programm zu gewinnen, fanden die Mitarbeiter*innen des Mentoringprogramms einen neuen strategischen Ansatz durch eine veränderte Öffentlichkeitsarbeit. Sie setzten weniger auf Flyer, Broschüren und Websites, sondern begaben sich im digitalen Raum dorthin, wo sich die internationalen Fachkräfte informieren. Im ersten Schritt wurde von Goldnetz eine „Kachel“ mit einem Posting auf Deutsch und passenden Bildern für den Einsatz in Social Media erstellt. Die Kachel wurde unter anderem auf dem Facebook-Account und dem LinkedIn-Kanal des RIN Berlin und auf dem LinkedIn-Kanal des



side by side

Berufsspezifisches Mentoring
 für qualifizierte Frauen mit
 Migrationsbiografie.



Mentoringprogramms „side by side“ auf Deutsch gepostet. Als Nächstes hat sich die Öffentlichkeitsarbeit des RIN Berlin mit einer Migrant*innenorganisation (MO) vernetzt und dieser das vorhandene Informationsmaterial zum Qualifizierungsangebot vorgestellt. Die MO ist auf diversen Social Media-Kanälen aktiv und konnte diese Informationen in der Communitysprache Polnisch zirkulieren lassen. Die Vernetzung mit diesem Verein wurde zielgerichtet ausgewählt, denn die MO hat einen sehr guten Zugang zu qualifizierten Frauen aus der polnischen Community in Berlin, die zu den größten Communities in der Hauptstadt gehört. Im nächsten Schritt wurde die für die Öffentlichkeitsarbeit verantwortliche Person der MO als Multiplikatorin oder eine Art ehrenamtliche Influencerin für die Bewerbung des Mentoringprogramms tätig. Die MO ist mit ihrem Verein in den sozialen Medien bei Instagram, LinkedIn und vor allem bei Facebook sehr aktiv. Sie hat selbst viele unterschiedliche Gruppen für Polinnen gegründet und diese kontinuierlich begleitet. Das Facebook-Profil des Vereins umfasst etwa 6.400 Follower*innen, von ihr gegründete Facebook-Gruppen, wie z. B. „Polnische Mütter in Berlin“, haben mehr als 6.000 Mitglieder. Daher war es für die Öffentlichkeitsarbeit des RIN Berlin wichtig, das Angebot des Mentoringprogramms für Frauen mit genau dieser MO gezielt zu vernetzen, um möglichst exakt die Zielgruppe zu erreichen und für die Qualifizierung gewinnen zu können.

Fazit

Bereits nach einer Woche haben sich aufgrund des ersten Postings durch die MO 15 Teilnehmerinnen aus der polnischen Community für das Mentoringprogramm angemeldet. Der strategische Ansatz, Öffentlichkeitsarbeit auf die sozialen Medien und ihre

Kanäle und Akteur*innen zu fokussieren und dabei eng mit MO zu kooperieren, wird im RIN Berlin seitdem zunehmend eingesetzt. Die Teilvorhaben erhalten zudem Schulungen bzgl. der Teilnehmendenakquise über soziale Medien durch die Berliner MO La Red, die auf diesem Gebiet über sehr viel

Kompetenz verfügt. Das RIN Berlin nutzt auch den Weg über weitere Projekte in den sozialen Medien, z. B. solche, die von Minor, dem Träger der IQ Fachstelle Einwanderung und Integration, umgesetzt werden, um auf diesem Weg die eigenen Angebote bekannt zu machen.

„Aufmerksamkeit durch Präsenz in migrantischen Communities“

Drei Fragen an Anna Stahl-Czechowska, Verantwortliche für Öffentlichkeitsarbeit im Regionalen Integrationsnetzwerk Berlin

Was zeichnet den innovativen Charakter des Strategischen Ansatzes zur Teilnehmendengewinnung mit Hilfe von Social-Media-Kanälen aus?

Die niedrigschwellige Zielgruppenansprache in den Sozialen Medien ist ein neuer Weg für die strategische Teilnehmendenakquise. Der Einsatz einer Multiplikatorin, die in einer Migrat*innenorganisation (MO) engagiert ist und in der Muttersprache der Community Teilnehmende für das spezifische Angebot eines Bildungsträgers gewinnt, hat sich als erfolgreich erwiesen. Dies führt zu einem Umdenken bei der Öffentlichkeitsarbeit, da die Schwerpunkte viel stärker auf Social-Media-Kanäle konzentriert werden müssen, durch die Digitalität kommt es zur Einsparung von Ressourcen. In Berlin haben wir die Kanäle Facebook, LinkedIn und Instagram des Regionalen Integrationsnetzwerks sukzessive ausbauen und dadurch auch nachhaltige Kooperationen aufbauen können.

Was ermöglicht es, den strategischen Ansatz erfolgreich zu transferieren?

Die Methode lässt sich bundesweit mit wenigen Änderungen, spezifisch für andere Communities, Sprachen und Bildungsträger an-



wenden. Eine Multiplikatorin, die mit einer MO verbunden ist, kann über die Integrationsbeauftragten oder das Community Consulting Team der IQ Fachstelle Einwanderung und Integration gefunden werden. Die IQ Fachstelle verfügt bundesweit über einen Zugang zu unterschiedlichen Communities und MO. Wenn der Zugang zu Multiplikator*innen noch nicht vorhanden ist, können Kooperationen mit anderen Projekten oder migran-

tischen Multiplikator*innen abgeschlossen werden, die in Facebook-Gruppen aktiv sind und eigene Social-Media-Kanäle besitzen, um das Angebot zu verbreiten. Als erfolgreiche Veröffentlichungen haben sich auch mehrsprachige „Kacheln“ mit Unterstützung von passenden Bildern erwiesen, die in Social Media gepostet wurden.

Worin sind die nachhaltigen Aspekte des IQ Good Practice-Beispiels zu finden?

Die Kooperation zwischen dem RIN Berlin, dem Träger des Mentoringprojekts und der MO existiert nachhaltig. Die weiteren Angebote des RIN Berlin, zum Beispiel in den Bereichen „Öffentlicher Dienst“, „Nachhaltigkeit“ und „Digitalisierung“, wurden von Social Media-Profilen des RIN Berlin durch die MO auf Facebook und LinkedIn gepostet. Dadurch konnten auch andere Träger von Vorhaben im RIN zahlreiche Teilnehmer*innen gewinnen. Es wurde auch eine gute Vernetzung mit strategischen Kooperationspartner*innen und ihren digitalen Projekten aufgebaut, die in Social Media aktiv sind. Diese haben auch Informationen über unsere Angebote veröffentlicht und damit weitere neue Teilnehmer*innen gewonnen.

Impressum

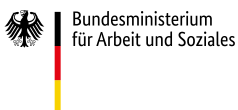
Das Regionale Integrationsnetzwerk Berlin wird im Rahmen des Förderprogramms IQ finanziert.
www.netzwerk-iq.de

Autor*innen: Birgit Gust, Anna Stahl-Czechowska, (Senatsverwaltung für Arbeit, Soziales, Gleichstellung, Integration, Vielfalt und Antidiskriminierung)
Redaktion: Christian Zingel (ebb GmbH)
Fotos: Senatsverwaltung für Arbeit, Soziales, Gleichstellung, Integration, Vielfalt und Antidiskriminierung, Kopf und Kragen
Layout: Miriam Farnung (ebb GmbH)
Stand: 2025

Förderprogramm IQ

Das Förderprogramm IQ – Integration durch Qualifizierung wird durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales und die Europäische Union über den Europäischen Sozialfonds Plus (ESF Plus) gefördert und vom Bundesamt für Migration und Flüchtlinge administriert. Partner in der Umsetzung sind das Bundesministerium für Bildung und Forschung und die Bundesagentur für Arbeit.

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Arbeit und Soziales



Kofinanziert von der
Europäischen Union

Administriert durch:



Bundesamt
für Migration
und Flüchtlinge

In Kooperation mit:



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung



Bundesagentur
für Arbeit