

FRAUEN STÄRKEN DAS HANDWERK – 125 WEGE UND CHANCEN

Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit
in der Projektumsetzung

11. Mai 2017

Sophie Keindorf, k.o.s GmbH

AGENDA

- Projektvorstellung: Ziele / Anliegen
- Instrumente: Seminare, Netzwerk, Gütesiegel
- Öffentlichkeitsarbeit im Projekt
- Fragen und Anregungen

HINTERGRUND

- Fachkräftemangel (z. B. durch mangelnde Rekrutierungserfolge von geeigneten Auszubildenden)
- Nachhaltige Bindung von Frauen erforderlich: 70% der ehemals im Handwerk ausgebildeten Frauen verlassen das Handwerk.
- Beschäftigungsstruktur im Handwerk ist überwiegend männlich (Auszubildende, Gesellen, Meister)

ZIELE

„Frauen im Handwerk binden, heißt Kulturwandel anstoßen und Chancengleichheit begünstigen.“

- Verbesserung der Aufstiegs- und Entwicklungschancen von Frauen im Berliner Handwerk
- Personalbindung durch Chancengleichheit und Unternehmenskultur fördern – Arbeitgeberattraktivität steigern
- Umsetzung auf der Makro-, Meso- und Mikroebene

Das heißt, es muss an mehreren Schrauben gedreht werden, um das Anliegen des Projekts in die Berliner Handwerkswelt zu bringen.

PROJEKT BAUSTEINE



Beirat

Entwicklung von Leitlinien zu Chancengleichheit im Handwerk



Gleichstellungslotsinnen

Qualifizierungen zu:

- Unternehmenskultur und Chancengleichheit
- Maßnahmen, Instrumente zur Umsetzung
- Zeit-, Stress-, Selbstmanagement
- Kommunikation



Zusammenarbeit & Unterstützung

In Kooperation mit

- Landesverband Berlin Unternehmerfrauen im Handwerk e.V. (UFH)

Unterstützt durch

- SENAIF, Abt. Frauen u. Gleichstellung
- HWK Berlin
- DGB Landesverband Berlin
- Einzelne Innungen (z.B. Maler, Elektro, Metall, Konditoren...)
- Einzelgewerkschaften (IG BAU, IG Metall)



Gütesiegel Chancengleichheit



Betriebe

- Beratung zu Personalmanagement und Arbeitsorganisation
- Anerkennung durch Gütesiegel
- Überbetriebliche Veranstaltungen



Botschafter/innen

- Multiplikator/in sein
- Wissen und eigene Erfahrungen weitergeben



<http://www.starkes-handwerk-berlin.de>

- Website, Social Media
- Teilnahme an Netzwerktreffen, Messen, Fachveranstaltungen
- Pressearbeit

ÖFFENTLICHKEITSARBEIT: ZIELGRUPPENSPEZIFISCH

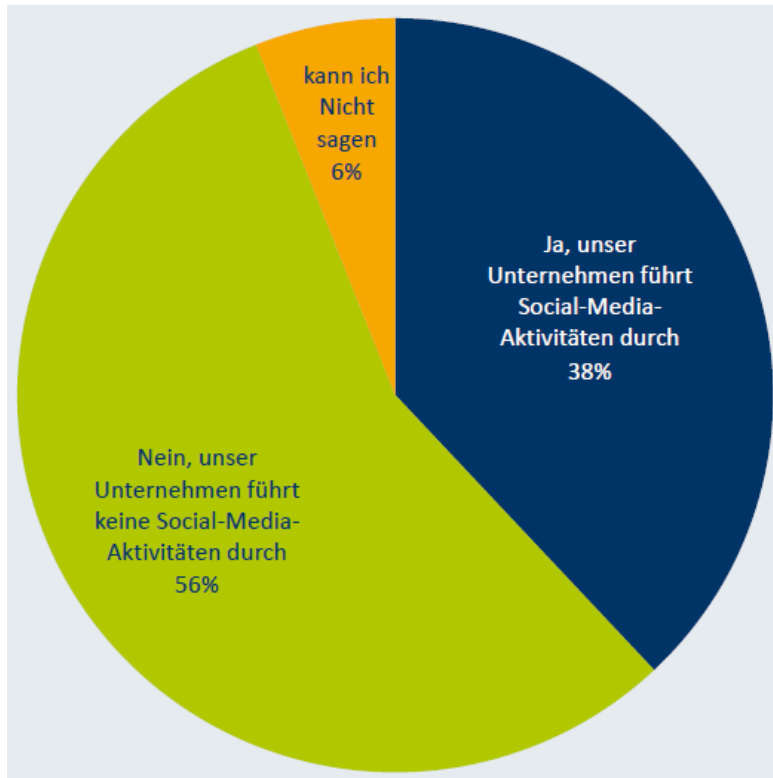


Ein Projekt in Kooperation mit dem
Landesverband Berlin Unternehmerfrauen im Handwerk e.V.

[f starkesHandwerkBerlin](https://www.facebook.com/starkesHandwerkBerlin)
www.starkes-handwerk-berlin.de

ÖFFENTLICHKEITSARBEIT MIT DIGITALEN MEDIEN

SOCIAL MEDIA IN UNTERNEHMEN



Gründe für Nutzung:

- Steigerung der Bekanntheit, Kundenbindung, Image, Zugang zu potenziellen Kundengruppe
- 56% der Handwerksbetriebe haben Firmenwebsite

Quelle: Bundesverband Digitale Wirtschaft 2014

SOCIAL MEDIA STRATEGIE

ERST DENKEN, DANN REDEN – WAS MÖCHTE ICH ERREICHEN?

Status Quo

(was machen wir bereits?)

Zielgruppe

(wen möchten wir ansprechen?)

Ziele

(was möchten wir erreichen?)

Zeit, Geld, Kompetenzen

(welche Ressourcen brauchen wir?)



Inhalte

(was posten wir, wann und wo?)

Kritik

(wie gehen wir damit um?)

Umsetzung

(wer macht das und wo?)

Controlling

(wie überprüfen wir den Erfolg?)

UNSERE ZIELE



junge Handwerkerinnen erreichen



Bekanntheit steigern



Netzwerk erweitern

Quelle: Abschlusspräsentation HU Seminar „Social Media Strategie“ – Helene Jüttner, Kai Hertel

ZIELGRUPPE

- Kleine Handwerksbetriebe
- Multiplikatorinnen und Multiplikatoren
- Botschafterinnen und Botschafter
- Gesellinnen bzw. Nachwuchskräfte

STATUS QUO

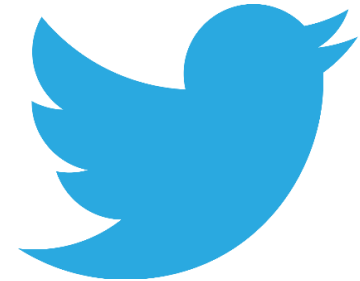
„WAS BEI GOOGLE NICHT GEFUNDEN WIRD, EXISTIERT NICHT.“



www.starkes-handwerk-berlin.de



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



https://twitter.com/kos_qualitaet

FACEBOOK



- Soziales Netzwerk
- **Nutzer/innen:**
 - 1,7 Milliarden weltweit (Juli 2016)
 - 27 Millionen in Deutschland (2016)
 - 72% Frauen, 62% Männer
 - Alter 18 – 34 Jahren
 - 66% privat, 34% beruflich
- **Besonderheiten:**
 - individualisierte Profilseite (Foto, Name, Beruf etc.)
 - Kontakte werden als „Freunde“ bezeichnet
 - Nutzer/innen können sich über Gruppen inhaltlich vernetzen

TWITTER



- Kurznachrichtendienst

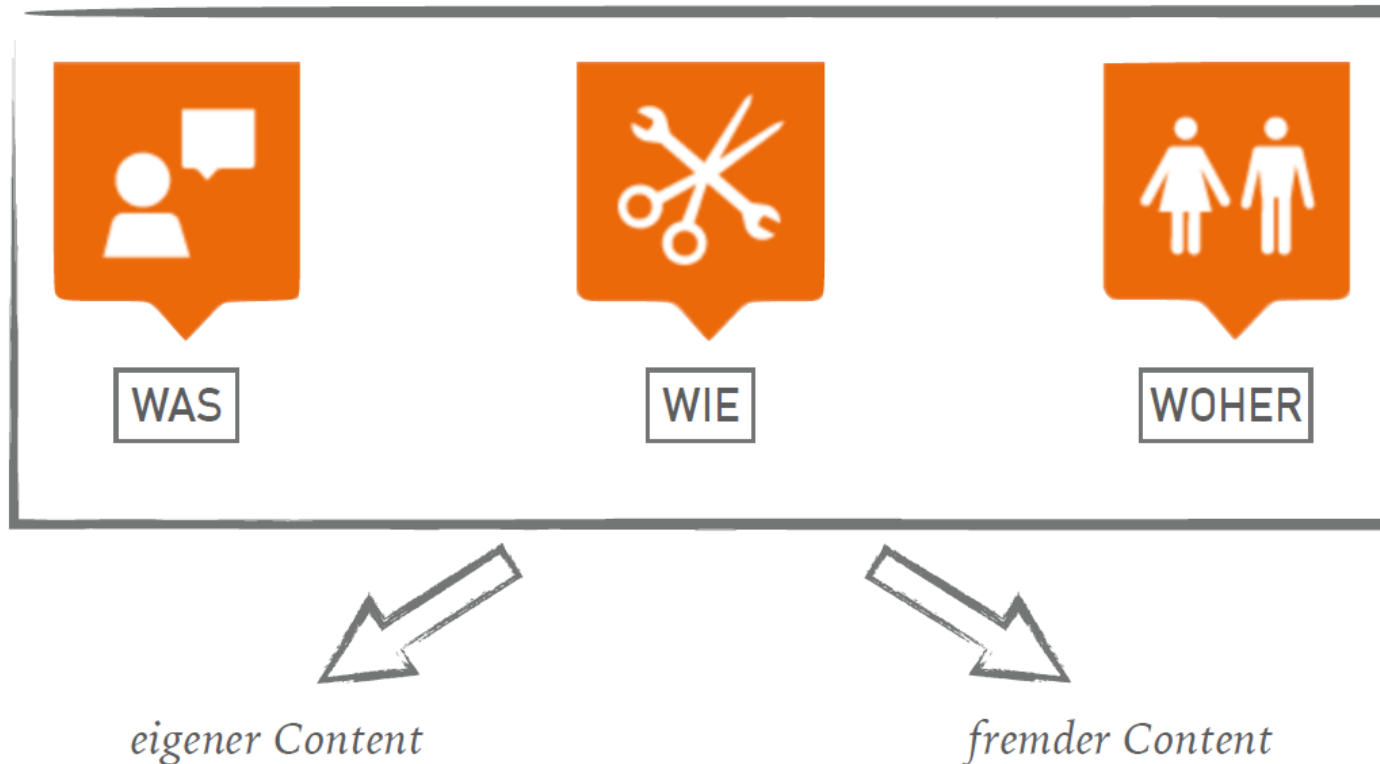
Nutzer/innen:

- 320 Mio. Aktive weltweit (Jan. 2016)
- 12 Mio. Aktive in Deutschland (März 2016)
- Frauen (64%) und Männer (36%) meist im Alter 14-49 Jahre
- 45% beruflich, 55% privat
- Tweets: 500 Mio. pro Tag

Nutzen:

- individualisierter Zeitungskiosk in 140 Zeichen
- News aus der Branche, eigene Inhalte, Inhalte von Partnern

INHALT & UMSETZUNG



Quelle: Abschlusspräsentation HU Seminar „Social Media Strategie“ – Helene Jüttner, Kai Hertel

EIGENER CONTENT

- Posts vorbereiten
- Facebook promoten
- Fokus auf dem Visuellen
- Texte kurz und prägnant
- Stichtage nutzen
 - » Valentinstag
 - » Ostern
 - » Sommerzeit
 - » Equal Pay Day
 - » Girls Day
 - » ...

 **Frauen stärken das Handwerk** 😊 toll.
Gepostet von Sophie Keindorf [?] · 14. Februar · 🌐

Euch allen einen schönen #Valentinstag ❤️ ❤️ ❤️
P.S.: Blumen sind was für Anfänger 😊

(Foto: <http://www.instructables.com/id/Decoy-Gift-Wrapping/>)



120 erreichte Personen Beitrag bewerten

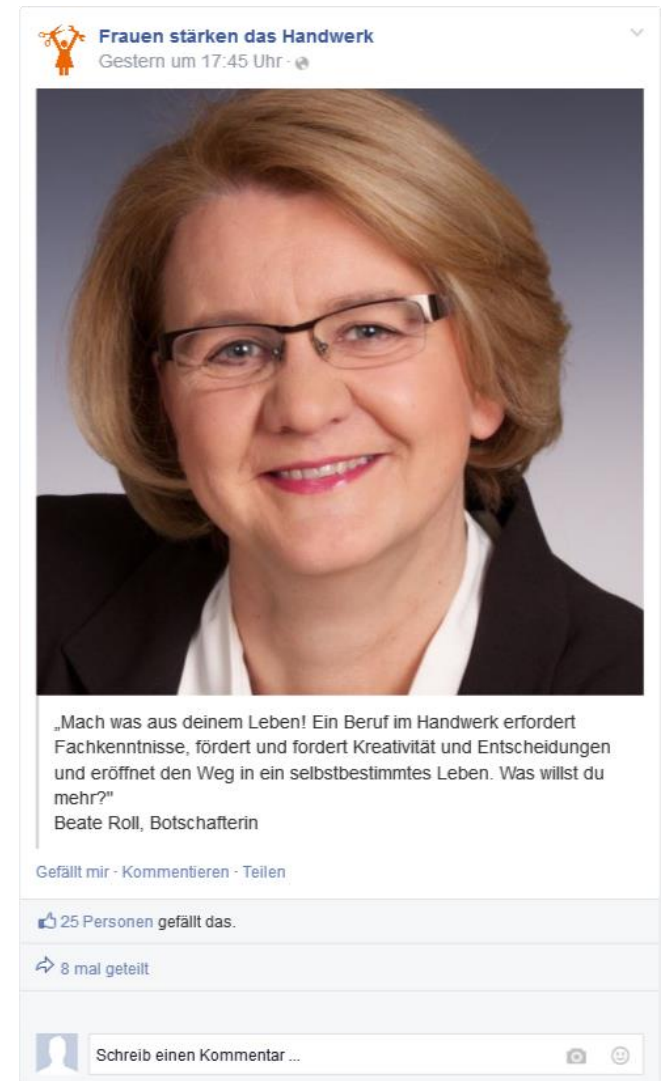
👍 Gefällt mir 💬 Kommentieren ➦ Teilen 🧑🏻

👍 Das Handwerk, Lene Marsvin und Beate Roll

Quelle: Abschlusspräsentation HU Seminar „Social Media Strategie“ – Helene Jüttner, Kai Hertel

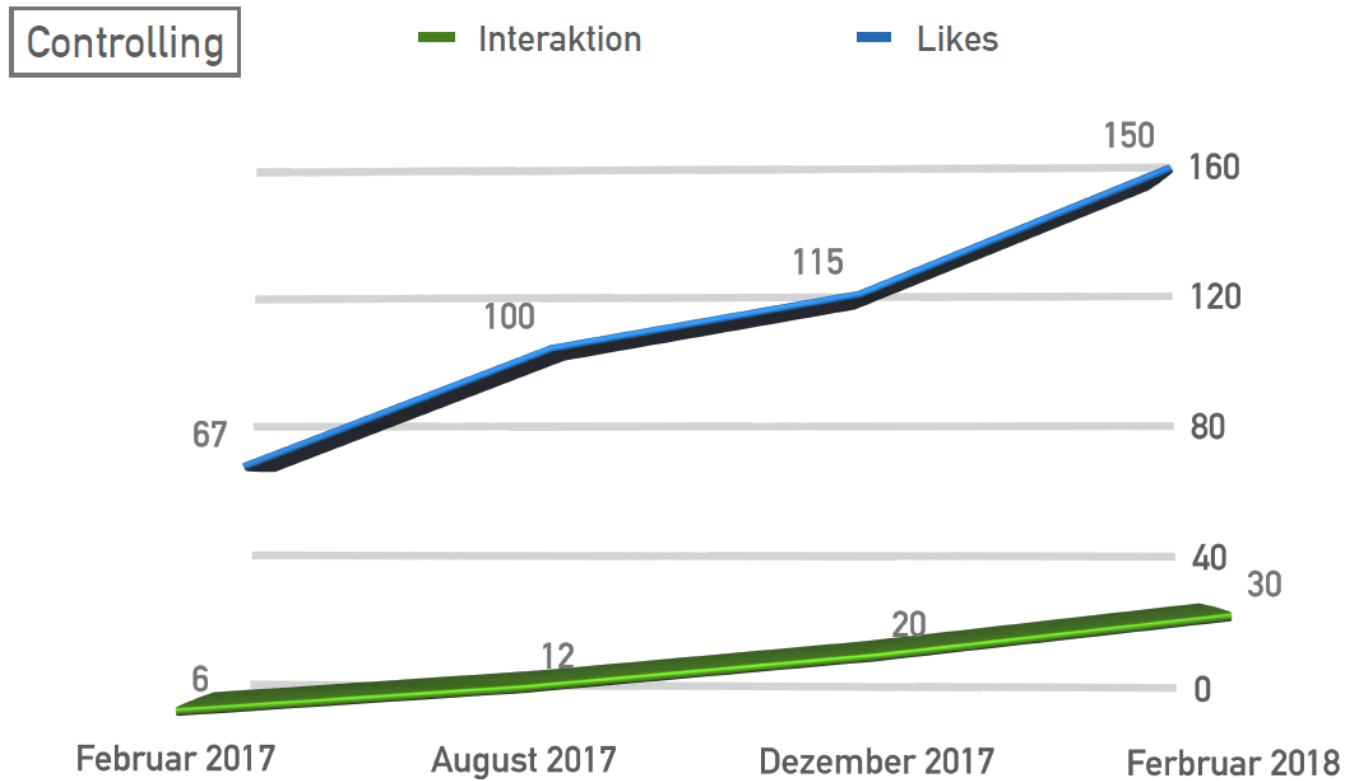
UMSETZUNG

- Datenbank aufbauen
- Botschafter/innen einbinden
- Externen Content zur Überbrückung nutzen
- Populärkultur
- Bekanntheit und Reichweite anderer Akteure nutzen



Quelle: Abschlusspräsentation HU Seminar „Social Media Strategie“ – Helene Jüttner, Kai Hertel

CONTROLLING



Quelle: Abschlusspräsentation HU Seminar „Social Media Strategie“ – Helene Jüttner, Kai Hertel

FAZIT

- Social Media Strategie sollte zur Gesamtstrategie des Betriebes passen
- Social Media Guidelines erstellen
- Firmenwebsite zu Beginn
- Kriterien für die Erfolgsmessung festlegen und überprüfen
- Loslegen!

DISKUSSION, ANLIEGEN, ERFAHRUNGSUSTAUSCH



VIELEN DANK FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT.

Das Projekt wird im Rahmen des Programms „Fachkräfte sichern: weiter bilden und Gleichstellung fördern“ durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales und den Europäischen Sozialfonds gefördert.