

**Konzept für das
Social Media-Angebot der
Carl-Burger-Schule, Berufsbildende Schule Mayen.**



Präambel

Die Carl-Burger-Schule, Berufsbildende Schule Mayen betreibt Social Media-Angebote auf den Plattformen Facebook und Instagram, um ihre Hauptzielgruppen planmäßig und zielgerichtet mit Informationen zum Bildungsangebot und zur Schulgemeinschaft zu versorgen.

Hintergründe zu Zweck und Art des Angebots

Mit der schulgesteuerten Öffentlichkeitsarbeit möchten wir

- unseren Bekanntheitsgrad erhöhen,
- unser Image als Bildungseinrichtung pflegen und steigern und
- insgesamt selbst daran mitwirken, wie die öffentliche Wahrnehmung unserer Schule ist.

Dies alles erfolgt vor dem Hintergrund allgemein sinkender Schüler- und Auszubildendenzahlen und einem zunehmenden Wettbewerb unter den Schulen (allgemeinbildende Gymnasien, IGS, Realschulen plus mit FOS, andere BBS) um künftige Schülerinnen und Schüler.

Als Hauptzielgruppe unserer Öffentlichkeitsarbeit haben wir Jugendliche und junge Erwachsene im Alter von 13 bis 25 Jahren identifiziert, als Nebenzielgruppen deren Eltern und Sorgeberechtigte sowie Ausbildungsbetriebe der Region.

Die bisherigen Bemühungen der Öffentlichkeitsarbeit unserer Schule konzentrierten sich auf die schuleigene Website (<https://bbs-mayen.de/>), Informationsbroschüren und Flyer, Informationsveranstaltungen sowie Berichte in regionalen Printmedien.

Gemäß verschiedener aktueller Studienergebnisse müssen wir annehmen, dass unser bisheriges Angebot die zuvor genannte Zielgruppe verfehlt bzw. kaum erreicht. So sinkt gemäß Weidenbach die Nutzung von Printmedien wie Tageszeitungen, Zeitschriften und Magazinen von Jugendlichen im Alter von 12 bis 14 Jahren bereits seit fast 20 Jahren (siehe Abb. 1).

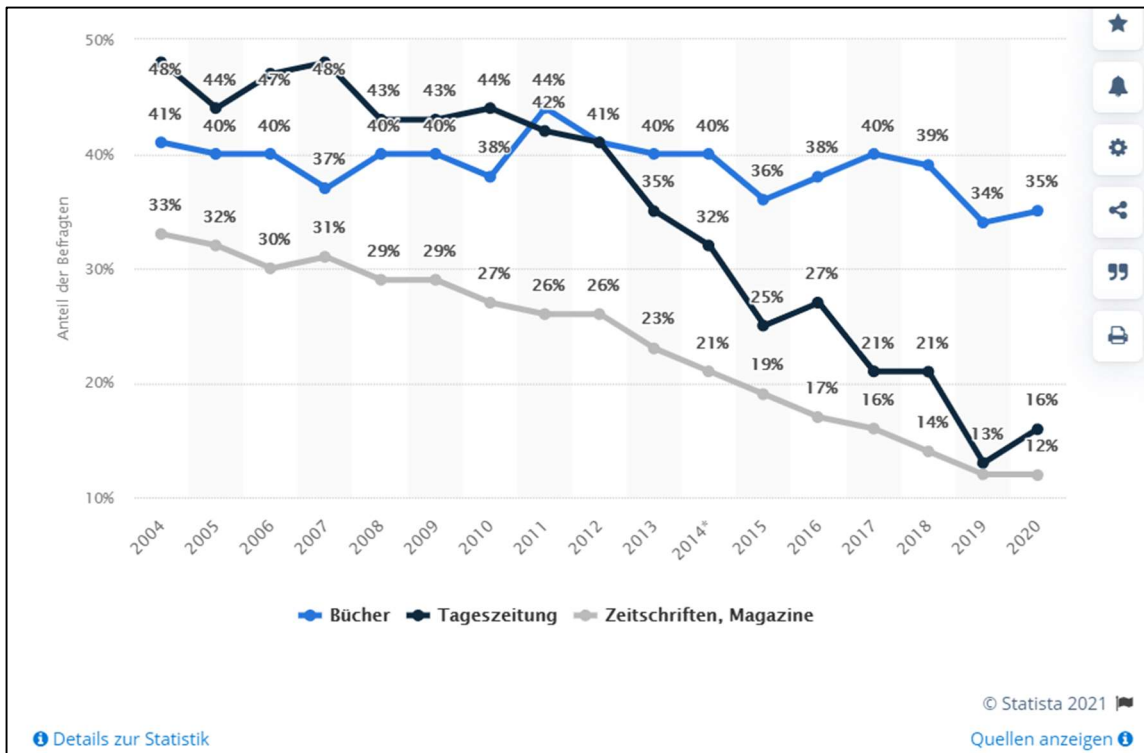


Abb. 1: Weidenbach, B. (2021): Nutzungsentwicklung von Printmedien bei Jugendlichen bis 2021.

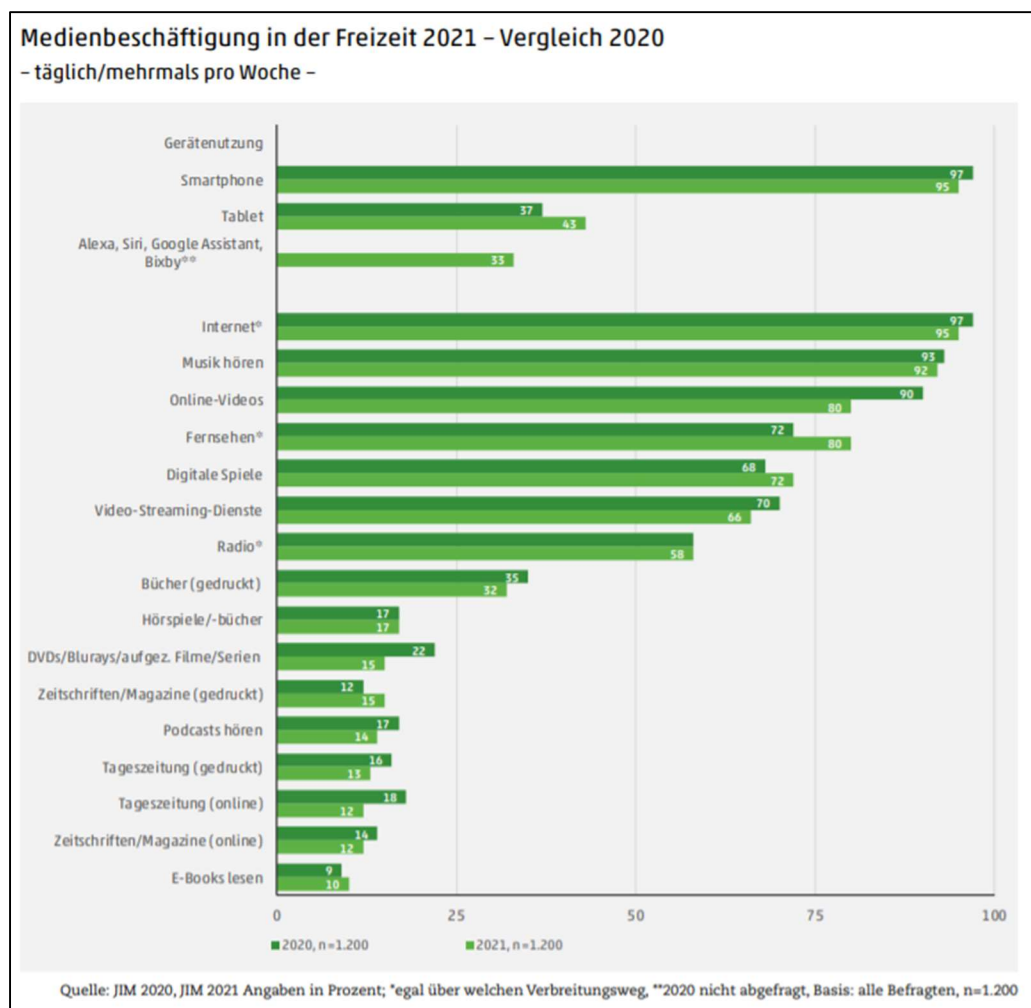


Abb. 2: Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest (2021): JIM-Studie 2021.

Im Jahr 2021 liegt sie der JIM-Studie zufolge bei Tageszeitungen nur noch bei 13 Prozent bzw. 15 Prozent bei Zeitschriften und Magazinen, während 95 Prozent der Jugendlichen täglich oder mehrmals die Woche das Internet nutzen (siehe Abb. 2). Angesichts dieser Zustandsbeschreibung rücken onlinegestützte Medien verstärkt in den Fokus unserer Öffentlichkeitsarbeit. Hier betreiben wir bereits seit längerer Zeit eine Website mit den wichtigsten Informationen zu unseren Bildungsgängen und unserer Schulgemeinschaft. Jugendliche und junge Erwachsene nutzen jedoch der Jim-Studie 2021 sowie der ARD/ZDF-Onlinestudie 2021 das Internet vorzugsweise zur Kommunikation über soziale Medien.



Abb. 3: ARD/ZDF-Forschungskommission (2021): Social Media Nutzung 2021.

Wie Abbildung 3 zeigt, dominieren hier die folgenden Anwendungen. Bei Erwachsenen ab 14 Jahren ist Facebook mit 28 Prozent täglicher oder wöchentlicher Nutzung führend, gefolgt von Instagram mit 26 Prozent. Bei 14- bis 29-jährigen sind es sogar 35 Prozent Facebook- bzw. 73 Prozent Instagram-Nutzer.

In Konsequenz beabsichtigen wir mit unserem Angebot auf Facebook sowohl unsere Haupt-, als auch unsere Nebenzielgruppen zu erreichen. Unser Angebot auf Instagram richtet sich dagegen insbesondere an unsere Hauptzielgruppe der 13- bis 25-jährigen. Im Gegensatz zu den bisher genutzten Informationskanälen wollen wir auf diese Weise effizienter und

zielgruppengerechter kommunizieren. Dies soll regelmäßig zwei- bis dreimal die Woche, anlassbezogen auch häufiger erfolgen. Als Teil der Öffentlichkeitsarbeit unserer Schule obliegt die Gesamtverantwortung der Schulleitung der Carl-Burger-Schule, Berufsbildende Schule Mayen. Diese hat die technische und redaktionelle Betreuung an das PR-Team unserer Schule delegiert, welches unter der E-Mail-Adresse pr@bbs-mayen.de erreichbar ist.

Quellen

ARD/ZDF-Forschungskommission (2021): ARD/ZDF-Onlinestudie. Online im Internet:

<https://www.ard-zdf-onlinestudie.de/ardzdf-onlinestudie/infografik/>

[Stand: 20.12.21]

Kühne, S. (2013): Wie sich das deutsche Bildungssystem verändert. Entwicklungstrends in der deutschen Bildungslandschaft. Online im Internet:

<https://www.bpb.de/gesellschaft/bildung/zukunft-bildung/146188/ins-system-kommt-bewegung>

[Stand: 20.12.21]

Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest (2021): JIM-Studie 2021. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-jähriger. Online im Internet:

https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2021/JIM-Studie_2021_barrierefrei.pdf

[Stand: 20.12.21]

Rudnicka, J. (2020): Anzahl der Auszubildenden in Deutschland von 1950 bis 2020. Online im Internet:

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/156916/umfrage/anzahl-der-auszubildenden-in-deutschland-seit-1950/>

[Stand: 20.12.21]

Schröder, M. (2020): Schülerzahl an berufsbildenden Schulen erneut gesunken. Online im Internet:

https://www.statistik.rlp.de/no_cache/de/einzelansicht/news/detail/News/2876/#:~:text=Zu%20Beginn%20des%20Schuljahres%202019,berufsbildende%20Schule%20in%20Rheinland%2DPfalz

[Stand: 20.12.21]

Weidenbach, B. (2021): Nutzungsentwicklung von Printmedien bei Jugendlichen bis 2021. Online im Internet:

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/168014/umfrage/nutzungsentwicklung-von-printmedien-bei-jugendlichen-seit-2004/>

[Stand: 20.12.21]