

Bildungsdirektion Kanton Zürich
 8090 Zürich
 043/ 259 23 14
 www.bildungsdirektion.zh.ch

 Medienart: Print
 Medientyp: Fachpresse
 Auflage: 19'000
 Erscheinungsweise: 6x jährlich

 Themen-Nr.: 540.003
 Abo-Nr.: 1088177
 Seite: 20
 Fläche: 92'617 mm²

Zeitgemässes Marketing

Tweets und Posts vom Schulleiter

Noch nutzen wenige Berufsfachschulen Social Media für ihre Öffentlichkeitsarbeit. Eine davon ist der Strickhof in Lindau. Via Facebook und Twitter verlinkt der Direktor die eigene Website.

 Text: **Jacqueline Olivier**

Alle paar Tage setzt Strickhof-Direktor Ueli Voegeli eine Kurznachricht auf Twitter ab. «Im Moment betreiben wir dies noch ganz rudimentär, wir haben erst 100 Follower», sagt er und lacht. «Antibiotikaeinsatz in der Tierhaltung erfordert Strategien im Betrieb – top News – top agrar online», twiterte er beispielsweise am 18. März und verlinkte einen Artikel im Landwirtschaftsmagazin «Top Agrar». Zwei Tage zuvor lautete ein Tweet kurz und bündig: «Bauern mit Hochschulabschluss», der dazugehörige Link führt auf einen im «Tages-Anzeiger» erschienenen Artikel über die guten Berufsaussichten von Absolventen eines Agronomiestudiums.

Es gehe ihm darum, «tagesaktuelles Geschehen aus dem Bildungs- und Wissensumfeld der Landwirtschaft nach aussen zu tragen», erklärt der Direktor des Strickhofs, des «Kompetenzzentrums für Bildung und Dienstleistungen in Land- und Ernährungswirtschaft», wie es auf der Homepage heisst. Auch Neuigkeiten aus dem eigenen Betrieb oder Hinweise auf Veranstaltungen, die im Strickhof stattfinden oder von diesem (mit)organisiert werden, verbreitet Ueli Voegeli gerne unter dem Benutzernamen @StrickhofDirekt. Oder er retweetet Beiträge anderer Mit-

glieder, wie neulich einen Tweet von Jürg Arpagaus, dem Prorektor Weiterbildung der Pädagogischen Hochschule Luzern, zum Thema Social Media in der beruflichen Bildung.

Nah am Markt

Den Account auf Twitter hat Ueli Voegeli selber eingerichtet, genau wie jenen auf Facebook, wo die Strickhof-Geschäftsleitung ebenfalls aktiv ist. «Wir haben einfach einmal angefangen, um auch in diesem Bereich mit der Zeit zu gehen», erzählt der Direktor, «ein Konzept, was und wie wir über Social Media kommunizieren wollen, sind wir nun nachträglich am Erarbeiten. Grundsätzlich orientieren wir uns aber am Social-Media-Guide des Kantons.» Soziale Netzwerke seien heute für die Öffentlichkeitsarbeit von Unternehmen einfach wichtig, findet der 50-Jährige, dem könne sich der Strickhof nicht verschliessen. Vor allem, weil dieser keine reine Berufsschule sei, sondern auch eine Höhere Fachschule, ein Tagungs- und Weiterbildungszentrum, ein landwirtschaftlicher Versuchsbetrieb sowie ein Dienstleistungszentrum für selbstständige Unternehmen in den Bereichen Land- und Hauswirtschaft. «Wir sind nah am Markt, an den Betrieben und



Bildungsdirektion Kanton Zürich
8090 Zürich
043/ 259 23 14
www.bildungsdirektion.zh.ch

Medienart: Print
Medientyp: Fachpresse
Auflage: 19'000
Erscheinungsweise: 6x jährlich

Themen-Nr.: 540.003
Abo-Nr.: 1088177
Seite: 20
Fläche: 92'617 mm²

den Verbänden», so Ueli Voegeli, «darum haben Kommunikation und Marketing bei uns einen hohen Stellenwert.»

Stunden- statt tagesaktuell

Der Strickhof gehört organisatorisch zur Baudirektion des Kantons Zürich, hat jedoch in Bezug auf die Bildungsangebote einen Leistungsauftrag der Bildungsdirektion. Ausser in Lindau befinden sich auch Standorte in Wädenswil, Affoltern am Albis, Wülflingen und im Technopark in Zürich. Für die Öffentlichkeitsarbeit des gesamten Betriebs ist Christoph Jenni am Hauptsitz in Lindau zuständig. «Die Grundlage ist unsere Website, die aus 2500 Einzelseiten besteht. Auf diesen können wir unsere Kompetenzen umfassend und detailliert präsentieren.»

800 Personen besuchen täglich diese Website – «weil sie stets tagesaktuell und dadurch attraktiv ist», wie Christoph Jenni meint. Dank der Facebook-Seite, auf der viele Posts mit der Website verlinkt werden, sei man nun sogar fast stundenaktuell. Und brauche dafür gar nicht viel Zeit zu investieren. «Arbeitsintensiv ist das Gesamtpaket der Kommunikation, das Definieren und Formulieren der Botschaften.» Wenn eine Botschaft einmal

steht, ist sie mit einem Bild und einem kurzen Statement rasch auf Facebook gepostet. «Social Media dienen lediglich als zusätzliche Kanäle und als Multiplikatoren, darum ist der Ertrag wesentlich grösser als der Aufwand.»

Dem Betrieb ein Gesicht geben

Ueli Voegeli belegt die Aussage des Kommunikationschefs gleich mit einem Beispiel: Ende Februar organisierte die Höhere Fachschule Agrotechnik Strickhof auf dem Bundesplatz in Bern eine PR-Veranstaltung für die Landwirtschaft. Noch am selben Nachmittag postete der Direktor ein paar Bilder des Anlasses auf Facebook. So etwas mache er zwischendurch und unterwegs über das Smartphone oder das Tablet. Binnen kurzer Zeit habe der Post mittlerweile fast 11 000 Facebook-User erreicht. Wenn nur ein Teil der Besucher zusätzlich dem Link auf die Website gefolgt sei, sei das Ziel, über einen kurzen Spot auf die eigentlichen Inhalte zu verweisen, schon erreicht.

Doch Ueli Voegeli und Christoph Jenni geht es nicht allein darum, via Facebook und Twitter die Öffentlichkeit auf den Betrieb aufmerksam zu machen, sie möch-

Einige Schulleitungen setzen auf Social Media

Wie eine Umfrage der Schulblatt-Redaktion unter den Schulleitungen der Berufsfachschulen im Kanton Zürich ergeben hat, werden Social Media auf Leitungsebene von Schulen eingesetzt, die ähnlich wie der Strickhof keine reinen Berufsschulen sind, sondern gleichzeitig Weiterbildungen und Lehrgänge der höheren Berufsbildung anbieten oder zusätzlich in der Forschung tätig sind. Die KV Zürich Business School beispielsweise nutzt für den Bereich der Grundbildung Facebook mindestens zweimal pro Monat für Themen ausserhalb des Unterrichts, etwa um auf bevorstehende Veranstaltungen in der Schule hinzuweisen oder Fotos von stattgefundenen zu posten. Zum gleichen Zweck hat das Careum einen Facebook-Account, während das Zentrum für Ausbildung im Gesundheitswesen Kanton Zürich (ZAG) einen eigenen Webblog unterhält. Die EB Zürich wiederum ist auf Twitter und auf Facebook aktiv und verfügt auch über einen Google+- und einen Youtube-Account – alles mit dem Ziel, die Bekanntheit der Schule zu erhöhen, neue Zielgruppen zu erreichen und der Schule mit der Präsentation von Personen ein Gesicht zu geben. [jo]



Bildungsdirektion Kanton Zürich
8090 Zürich
043/ 259 23 14
www.bildungsdirektion.zh.ch

Medienart: Print
Medientyp: Fachpresse
Auflage: 19'000
Erscheinungsweise: 6x jährlich

Themen-Nr.: 540.003
Abo-Nr.: 1088177
Seite: 20
Fläche: 92'617 mm²



**Fredi Peter, 18, Landwirt EFZ,
3. Lehrjahr, Strickhof**

«WhatsApp finde ich praktisch, man kann es überall kostenlos nutzen, wo WLAN zur Verfügung steht. Vor allem mit meiner Freundin chatte ich viel, aber auch mit Kollegen. Facebook ist weniger persönlich, dort tausche ich Bilder aus mit Kollegen oder wir machen ab, wo wir am Wochenende hinwollen. Vom elterlichen Landwirtschaftsbetrieb haben wir eine Seite eingerichtet, auf der wir sporadisch Bilder posten – etwa von der Aussaat oder der Obsternte. So können wir den Leuten etwas unsere Arbeit zeigen. Es gibt auch Likes, allerdings sind es immer etwa die gleichen Leute, die die Seite anschauen.»

ten auch eine Haltung ausdrücken. Nämlich die, dass der Strickhof «voll am Ball ist.» Über Social Media liessen sich rasch und einfach Kontakte zu anderen Akteuren der Branche knüpfen, mit denen man sich dann ohne Berücksichtigung von Formalitäten austauschen könne, meint der Direktor. Und: Auf Facebook könne man dem Betrieb noch besser als auf der Website ein Gesicht geben, weil Fotos darauf das zentrale Element darstellten. «Wir möchten dort vor allem Alltagsmomente unserer Bildungs- und Beratungsarbeit mit unseren Lernenden und Mitarbeitenden zeigen.» Stehen dabei Einzelperso-

nen im Fokus, müsse dafür jedoch erst das Einverständnis der Fotografierten eingeholt werden, im Falle von Gruppen in einer Lernumgebung des Strickhofs sei dies nicht nötig.

Kein Jekami

Warum wird für das Posten von Fotos nicht Instagram benutzt, das genau darauf ausgerichtet ist? Ueli Voegeli kennt Instagram von seinen eigenen Kindern und hat, um diese zu begleiten, selber einen Account. Als offizielle Plattform einer Geschäftsleitung sei dieses Forum aber weniger geeignet, findet er. Weil keine Möglichkeit bestehe, zum Foto auch einen



Bildungsdirektion Kanton Zürich
8090 Zürich
043/ 259 23 14
www.bildungsdirektion.zh.ch

Medienart: Print
Medientyp: Fachpresse
Auflage: 19'000
Erscheinungsweise: 6x jährlich

Themen-Nr.: 540.003
Abo-Nr.: 1088177
Seite: 20
Fläche: 92'617 mm²

etwas ausführlicheren Kommentar zu formulieren.

Zur Facebook-Seite des Strickhofs sollen auch Mitarbeitende und Lernende beitragen. Allerdings nicht im Sinne eines Jekami: Beiträge müssen vom Administrator freigegeben werden, «alles andere wäre zu heikel». Bis dato halten sich Anfragen noch in engen Grenzen. Ueli Voegeli und Christoph Jenni möchten dies nun aber fördern. Mehr Posts von einzelnen Akteuren würden die Seite nicht nur beleben, sondern für eine weitere Streuung sorgen, denn jeder, der postet, wird seinen Post vermutlich mit seinen Freunden teilen. Dadurch würde die Öffentlichkeitsarbeit des Strickhofs unterstützt, ist der Direktor überzeugt.

Weitere Entwicklung noch offen

Was den Einsatz von Twitter und Facebook durch den Strickhof betrifft, will Christoph Jenni im Moment noch nicht von einem Erfolg sprechen. «Aber immerhin haben wir das Thema aufgegriffen und mit der Umsetzung angefangen.» Wie genau die weitere Entwicklung aussehen soll, lassen er und Ueli Voegeli zurzeit weitgehend offen. Nur so viel kann Christoph Jenni heute schon sagen: Demnächst soll jede Pressemitteilung automatisch auch auf den wichtigsten Social-Media-Kanälen veröffentlicht werden. Und Ueli Voegeli beabsichtigt, die Administratoren-

funktion möglichst bald intern zu delegieren und mit möglichst wenig Ressourcen die Social-Media-Kanäle professioneller bewirtschaften zu können. Ob dies dann möglich sein werde, sei eine andere Frage. «Vorläufig muss das noch nebenbei funktionieren.»

Vor allem aber möchte der Strickhof-Direktor, dass das Potenzial von Social Media im Rahmen einer E-Learning-Strategie auch in den Schulzimmern geprüft und stufengerecht genutzt wird. «Da haben wir als Bildungsinstitution noch ein paar Hausaufgaben zu machen», bemerkt er selbstkritisch. Denn: «Diese Medien werden von den jungen Leuten genutzt, dieser Tatsache müssen wir auch in der Berufsbildung ins Auge sehen.» Immerhin sind am Strickhof Lerngruppen auf WhatsApp bereits weitverbreitet. Oft von den Lernenden aus eigenem Antrieb eingerichtet, teilweise mit Einbezug der Lehrpersonen, teilweise ohne.

Musste die Geschäftsleitung aufgrund ihrer Facebook- und Twitter-Aktivitäten schon einmal negative Reaktionen gewärtigen? «Überhaupt nicht», antwortet Ueli Voegeli. Im Gegenteil: Bei anderen Schulen stosse die Online-Präsenz des Strickhofs teilweise auf grosses Interesse; es seien schon Anfragen eingegangen, wie sie genau vorgehen, erzählt der Direktor – bislang allerdings nicht aus dem Kanton Zürich. ■