

# Entwicklung eines Social-Media-Leitfadens für die Familienkasse der BA

Thema:

Entwicklung eines Social-Media-Leitfadens für die Familienkasse der BA

Art:

MA

BetreuerIn:

Patricia Boehm

BearbeiterIn:

Murat Firat

ErstgutachterIn:

Christian Wolff

ZweitgutachterIn:

N.N.

Status:

abgeschlossen

angelegt:

2018-01-09

Antrittsvortrag:

2018-04-23

Abschlussvortrag:

2018-09-17

Textlizenz:

Unbekannt

Codelizenz:

Unbekannt

## Hintergrund

Die Familienkasse der Bundesagentur für Arbeit zahlt Kindergeld an über 8 Millionen KundInnen aus. Eine gute Information dieser KundInnen ist hierbei von äußerst wichtiger Bedeutung. Gerade durch den Kontakt zu KundInnen in quasi Echtzeit durch Soziale Medien kann größeren Fragestellungen entgegen getreten werden. Unklar ist hierbei aber, welche Kanäle hierbei wie erfolgreich verwendet werden könnten.

## Zielsetzung der Arbeit

Ziel der Arbeit ist es, einen Leitfaden zum Einsatz von Social Media bei der Familienkasse zu erstellen. Der Familienkasse sollen geeignete Kanäle empfohlen werden, die zu ihren (internen) Anforderungen (Kosten und Aufwand der Betreuung) sowie zu den Anforderungen der Kunden passen. Mit einem in der Arbeit zu erstellenden Kriterienkatalog sollen verschiedenen Social-Media-Kanäle bewertet und diejenigen ermittelt werden, die am besten zur Familienkasse passen. Danach wird ein detaillierter Leitfaden erstellt, auf welche Aspekte bei der Pflege der Social Media Präsenz zu achten ist. Eine mögliche Forschungsfrage lautet: Anhand welcher Kriterien lässt sich die Eignung verschiedener

## Social Media Kanäle für die Verwendung in öffentlichen Einrichtungen ermitteln?

### Konkrete Aufgaben

1. Related work zu e government, social media in public sector
2. Positive Fallbeispiele suchen und analysieren
3. Anforderungsanalyse bei der Familienkasse: Welche Ressourcen wäre realistisch zur Befüllung und Betreuung der Social Media Kanäle? Was sind kritische Faktoren bei der Familienkasse, die beim Einsatz zu gewährleisten wären?
4. Anforderungsanalyse bei den Kunden: Befragung vor Ort, im Feld? Welche Kanäle kennen Sie? Welche Kanäle nutzen die Kunden? Was ist Ihnen wichtig?
5. Ableitung eines Kriterienkatalogs zur Bewertung der unterschiedlichen Social Media Kanäle
6. Bewertung unterschiedlicher Social media Kanäle anhand des Kriterienkatalogs
7. Empfehlung geeigneter Kanäle
8. Erstellung eines Leitfadens zur Nutzung der empfohlenen Kanäle
9. prototypische Posts erstellen für geeignetem Kanal
10. evtl. Evaluation im Rahmen einer Befragung

### Erwartete Vorkenntnisse

User Centered Design

### Weiterführende Quellen

- Fachliche Vorgaben der Bundesagentur für Arbeit - Magro, Michael J.: „A Review of Social Media Use in E-Government.“ in Administrative Sciences 2(2). 2012. 148-161.doi:10.3390/admsci2020148

From:  
<https://wiki.mi.ur.de/> - **MI Wiki**

Permanent link:  
[https://wiki.mi.ur.de/arbeiten/entwicklung\\_eines\\_social-media-leitfadens\\_fuer\\_die\\_familienkasse\\_der\\_ba](https://wiki.mi.ur.de/arbeiten/entwicklung_eines_social-media-leitfadens_fuer_die_familienkasse_der_ba)

Last update: **01.10.2019 11:33**

