Social Media Experte / Social Media Expertin

BERUFSBESCHREIBUNG

Social Media Expertinnen und Experten befassen sich mit Social Media Plattformen, wie Facebook, X, Instagram, LinkedIn, TikTok oder Blogs und nutzen auch YouTube für ihre Aktivitäten. Sie analysieren die Nutzung dieser Medien durch die Zielgruppen ihres Unternehmens und entwickeln Strategien, um ein Unternehmen effektiv im Internet zu präsentieren.

Gemeinsam mit der Unternehmensleitung entscheiden sie, welche Informationen und Botschaften ("Messages") nach außen getragen werden sollen und welche Social Media Kanäle dafür am besten geeignet sind. Meist sind sie auch für die Umsetzung der entwickelten Strategie zuständig. Dazu erstellen und betreuen sie Unternehmensprofil, beobachten und analysieren kontinuierlich Trends im Internet und erstellen Web-Reports und Interpretationen der Ergebnisse.

Social Media Expertinnen und Experten arbeiten hauptsächlich vor dem Computer in Büros. Eine geregelte Ausbildung gibt es für Social Media Expertinnen und Experten nicht. Gefragt ist eine Kombination aus informationstechnischem Know-how, betriebswirtschaftlichen Kenntnissen, Kreativität und Kommunikationsfähigkeit. Mögliche Zugänge zu diesem Beruf bieten Studiengänge in Informatik, Marketing, Journalismus, Medien- oder Kommunikationswissenschaft. Zudem werden zahlreiche

Ausbildung

Die Ausbildung zur/zum Social Media Expert*in ist gesetzlich nicht geregelt. Zugänge zu diesem Beruf eröffnen vor allem Universitäts- und Fachhochschulstudien im Bereich des Informationsmanagement, des Marketing, der Mediengestaltung und der Kommunikationswissenschaft. Es werden auch spezielle Lehrgänge in Social Media Management angeboten.

Wichtige Aufgaben und Tätigkeiten

- Auftritte von Unternehmen und Trends von Nutzer*innen im Web analysieren
- Zielgruppenverhalten analysieren und geeignete Plattformen für das Unternehmen auswählen
- Social Media-Präsenz (z. B. Unternehmensprofil) des eigenen Unternehmens entwickeln
- Social Media-Präsenz steuern und dafür Content Management Systeme bedienen
- Präsenz betreuen, auf Anfragen und Reaktionen der Nutzer*innen antworten
- Verhalten der Nutzer*innen mit Hilfe von Datenanalyseverfahren beobachten
- Texte im Social Media, z. B. Beiträge, Werbetexte, Kommentare, Blogs, Tweets, verfassen
- mit Mitarbeiter*innen und Abteilungen des Unternehmens kommunizieren

Anforderungen

- Anwendung generativer KI und von KI-Assistenzsystemen
- Anwendung und Bedienung digitaler Tools
- Datensicherheit und Datenschutz
- gestalterische Fähigkeit
- gute Beobachtungsgabe
- schriftliches Ausdrucksvermögen
- technisches Verständnis

- Aufgeschlossenheit
- Einfühlungsvermögen
- interkulturelle Kompetenz
- Kommunikationsfähigkeit
- Kritikfähigkeit
- Kund*innenorientierung

- Aufmerksamkeit
- Begeisterungsfähigkeit
- Belastbarkeit / Resilienz
- Beurteilungsvermögen / Entscheidungsfähigkeit
- Flexibilität / Veränderungsbereitschaft
- Rechtsbewusstsein
- Selbstorganisation
- Spontanität

- interdisziplinäres Denken
- Koordinationsfähigkeit
- Kreativität
- systematische Arbeitsweise

© ibw-Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft