



# **Social Media als [Präventions]tool der Wohnungsnotfallhilfe**

**mit besonderem Fokus  
auf Facebook**

# **SOCIAL MEDIA ALS [PRÄVENTIONS]TOOL DER WOHNUNGSNOTFALLHILFE MIT BESONDEREM FOKUS AUF FACEBOOK**

Erste Schritte für Beratende: Berufliche Facebook-Profile einrichten, eine Facebook-Seite zum Hilfeangebot aufbauen, Social-Media-Posts erstellen und Kommunikationsorte für Fragen von Ratsuchenden identifizieren

## **INHALT**

<b>ZIEL DER HANDREICHUNG</b>	<b>3</b>
<b>DIGITAL (AUFSUCHENDE) SOZIALE ARBEIT AM BEISPIEL FACEBOOK</b>	<b>4</b>
<b>Erstellung professioneller Facebook-Profile und Facebook-Seiten zum Hilfeangebot</b>	<b>5</b>
<i>Professionelle Unterstützung durch transparente Identität</i>	<b>6</b>
<i>Ansprache Hilfesuchender durch gezielte Social-Media-Postings</i>	<b>6</b>
<b>Monitoring: Kommunikationsorte der Zielgruppe bei Facebook identifizieren und beobachten</b>	<b>9</b>
<i>Auswahl und Monitoring relevanter Facebook-Gruppen</i>	<b>9</b>
<i>Schlagwortsuche als Monitoring-Hilfe</i>	<b>11</b>
<b>Digital aufsuchende Soziale Arbeit: Eine Zusammenfassung der wesentlichen Aspekte</b>	<b>12</b>

# ZIEL DER HANDREICHUNG

Das bundesweite Modellprojekt „Social Media Streetwork\*“ (SoMS) entwickelt und bietet mehrsprachige aufsuchende Erstinformation und Verweisberatung in den sozialen Medien für marginalisierte EU-Zugewanderte, Angehörige von Minderheiten sowie wohnungslose oder von Wohnungslosigkeit bedrohte Personen an. Besonderes Augenmerk liegt hierbei auf denjenigen Menschen, die bislang nicht vom Hilfesystem erreicht wurden. SoMS unterstützt zudem EhAP-Plus-Projekte dabei, ihre Online-Präsenz gezielt auszubauen und ihre Zielgruppen über soziale Netzwerke effektiver anzusprechen.

Diese Handreichung fasst Erkenntnisse aus zwei Jahren digital aufsuchender Arbeit auf Facebook zusammen und bietet Fachkräften, die wohnungslose oder von Wohnungslosigkeit bedrohte Menschen und deren Kinder online ansprechen möchten, eine praxisnahe Einführung, um ihre Arbeit auf Facebook erfolgreich zu starten. Sie gibt einen Überblick über die Voraussetzungen, die für einen gelungenen Start auf dieser Plattform wichtig sind, zeigt auf, wie Hilfesuche effektiv gefunden und wie Ratsuchende durch gezielte Postings erreicht werden können. Zum Abschluss bietet eine Checkliste die wesentlichen Punkte für die digital aufsuchende Soziale Arbeit auf einen Blick.



Das Vorhaben „Social Media Streetwork – Mehrsprachige Erstinformation und Verweisberatung in sozialen Medien gegen Marginalisierung“ wird durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales und die Europäische Union über den Europäischen Sozialfonds Plus (ESF Plus) gefördert. Zusätzlich wird das Projekt von der Gleichbehandlungsstelle EU-Arbeitnehmer bei der Beauftragten der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration, zugleich Beauftragte der Bundesregierung für Antirassismus, kofinanziert.

# DIGITAL (AUFSUCHENDE) SOZIALE ARBEIT AM BEISPIEL FACEBOOK

Mehr als 5 Milliarden Menschen weltweit nutzen soziale Medien – sie vernetzen, stillen menschliches Bedürfnis nach Austausch und machen Informationen leicht zugänglich. Die Soziale Arbeit passt sich zunehmend an die digitale Realität an: von WhatsApp-Kontakten mit Ratsuchenden über Beratungen via Onlineberatungsplattformen bis zur digital aufsuchenden Arbeit. Das BAG W-Team des Modellprojekts „Social Media Streetwork (SoMS)“ erprobt diesen Ansatz speziell für wohnungslose und von Wohnungslosigkeit bedrohte Menschen auf

Social-Media-Kanälen und schafft somit durch das Angebot von Erstinformation und Verweisberatung eine Brücke zum analogen Hilfesystem vor Ort. Die bisherigen Erfahrungen und Daten zeigen, dass Menschen in Wohnungsnot, besonders auf Facebook, frühzeitig erreicht werden können, denn sie suchen oft online Hilfe, bevor sie ihre Wohnung verlieren. Somit kann digital aufsuchende Arbeit im Bereich der Wohnungsnotfallhilfe präventiv dazu beitragen, Wohnungsverluste zu verhindern.

## BEGRIFFE ZUM VERSTÄNDNIS DER HANDREICHUNG

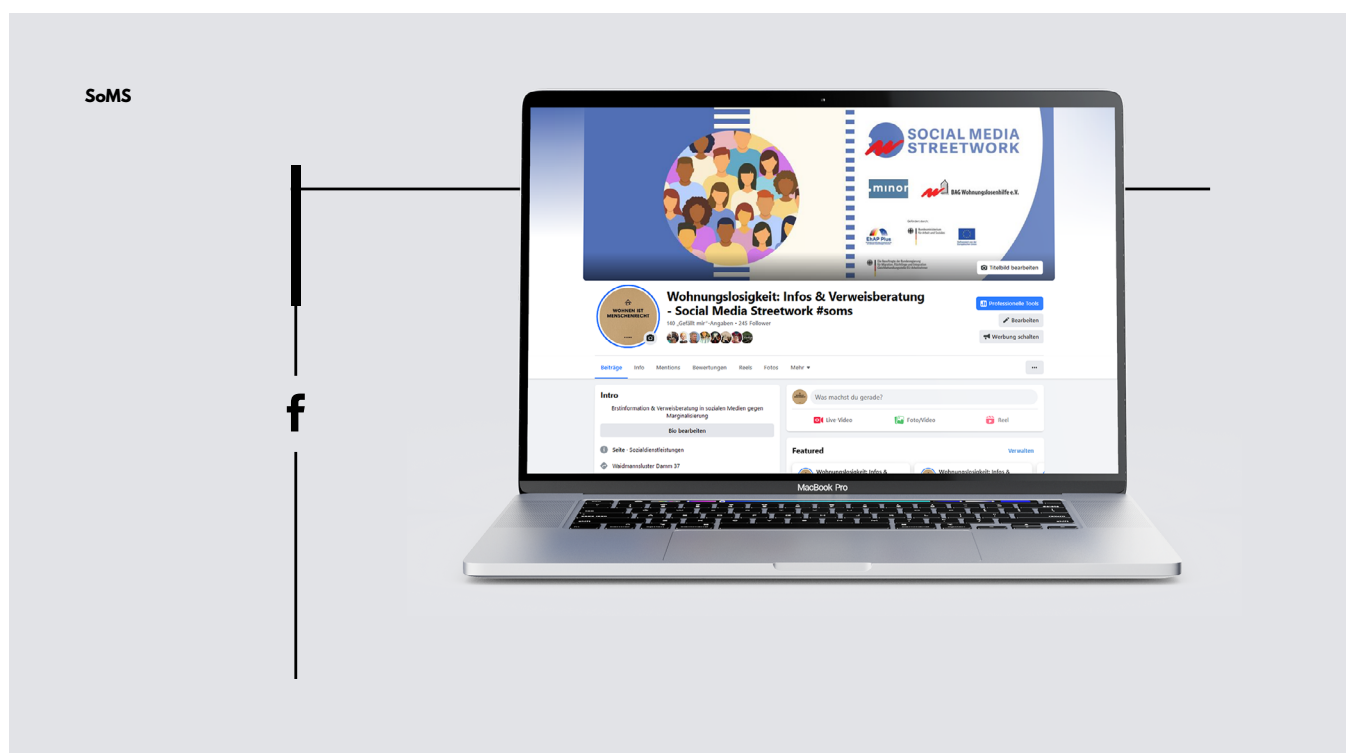
<b>Monitoring (Screening)</b>	Monitoring (auch Screening genannt) bedeutet, gezielt nach Beiträgen und Fragen von Social-Media-Nutzer:innen zu suchen, die auf Wohnungslosigkeit (oder je nach Zielgruppe auf andere Problemlagen) hinweisen. Beratende durchforsten relevante Facebook-Gruppen und reagieren auf Verlinkungen durch Administrator:innen von Facebook oder andere Nutzende, um schriftbasiert Hilfe in den Kommentaren anzubieten. Beim Monitoring ist zu beachten, dass (drohende) Wohnungslosigkeit häufig nicht direkt in den Postings benannt wird. Stattdessen äußern Hilfesuchende ihre Situation oft indirekt, beispielsweise durch Formulierungen wie „Ich bin derzeit bei Bekannten untergekommen“. Daher kann die Schlagwortsuche lediglich als unterstützendes Werkzeug für das Monitoring dienen und das Lesen der Kommentare, Postings und Fragen nicht ersetzen.
<b>Erstinformation</b>	SoMS ergänzt bestehende Hilfestrukturen, indem es Menschen online frühzeitig erreicht. Oft reichen kurze, sachliche Infos – etwa zu Wohngeld, Mietrecht oder zur Wohnungssuche – aus, um erste Fragen der Ratsuchenden zu klären. Diese Informationen enthalten zudem meist Links zu weiterführenden Informationen.
<b>Verweisberatung</b>	Bei komplexeren Anliegen erfolgt eine gezielte Weitervermittlung an nahegelegene Hilfeeinrichtungen durch die Bereitstellung von Kontaktdaten. Menschen, die wohnungslos oder davon bedroht sind, werden ermutigt, die Angebote eigenständig zu nutzen.
<b>Digital aufsuchende Soziale Arbeit</b>	SoMS agiert online, wo sich die Zielgruppe aufhält und bietet proaktiv Unterstützung an. So wird z. B. auf Beiträge, die auf (verdeckte) Wohnungslosigkeit hinweisen, öffentlich mittels Kommentar reagiert. Zudem werden zielgruppenspezifische Informationen grafisch aufbereitet und auf Social Media Plattformen gepostet, um möglichst viele Hilfesuchende zu erreichen. Auch wird Hassrede und Falschinformationen entgegengewirkt.

WIE KÖNNEN PROFESSIONELLE PROFILE UND SEITEN AUF FACEBOOK GESTALTET UND VON DEN SOZIALARBEITENDEN GENUTZT WERDEN?

## ERSTELLUNG PROFESSIONELLER FACEBOOK-PROFILE UND FACEBOOK-SEITEN ZUM HILFEANGEBOT

Für die digital aufsuchende Soziale Arbeit sollte jede Fachkraft ein eigenes berufliches Facebook-Profil anlegen, auf das ausschließlich sie Zugriff hat. Mit dem eigenen Profil reagieren die Beratenden auf öffentliche Beiträge von Ratsuchenden, schreiben mit Ratsuchenden per Privatnachricht und kommunizieren mit Admins von Facebook-Gruppen. Darüber hinaus ist es ratsam, je Einrichtung oder

Projekt eine gemeinsam verwaltete Facebook-Seite zu erstellen, die von den Mitarbeitenden kollektiv verwaltet werden kann. Diese beinhaltet Informationen zum Hilfeangebot allgemein und dient vor allem dem Aufbau von Reputation sowie der Ansprache der Zielgruppe durch das Bereitstellen und Teilen von Informations-Postings.



Facebook-Seite SoMS



Die Profile der Beratenden wurden so gestaltet, dass Datenschutz, Transparenz und Suchgewohnheiten der Zielgruppe berücksichtigt werden. Eine Anleitung zur Erstellung eines professionellen Profils ist [hier zu finden](#).



Für ein professionelles Auftreten und deine eigene Abgrenzung, verwende ausschließlich deine beruflichen Profile und Dienstgeräte. Begrenze die digital aufsuchende Arbeit auf deine Arbeitszeit!

## PROFESSIONELLE UNTERSTÜTZUNG DURCH TRANSPARENTE IDENTITÄT

Beim Erstellen von Beratenden-Profilen stellen sich viele Fragen, die vor dem Hintergrund des spezifischen Hilfeangebots (u.a. Zielgruppe, Beratungsinhalte) und mit Beratenden selbst diskutiert und abgewogen werden sollten:

- » Werden Klarnamen (Vor- und Nachname) verwendet?
- » Werden reale Fotos, Avatare oder Logos verwendet?

Das SoMS-Team der BAG W hat sich für eine folgende Profilbezeichnung der Beratenden entschieden: Vornamen in Kombination mit „SocialMedia-Streetwork“ als Nachname (z. B. „Mona SocialMedia-Streetwork“). Somit wird auf den ersten Blick deutlich, dass es sich um professionelle Unterstützung

von Sozialarbeitenden handelt, da der Begriff „Streetwork“ vielen Menschen geläufig ist. Um Vertrauen zu schaffen, verwenden die Fachkräfte von SoMS Fotos von sich selbst als Profilbilder. So wird für das Gegenüber erkennbar, dass Menschen und keine Chatbots die Kommentare schreiben bzw. auf Nachrichten antworten. Die Verwendung von Fotos und authentischer Profile fördert die Beziehungsgestaltung, da sie eine persönliche Verbindung zu den Hilfesuchenden schafft. Das Erkennen, dass hinter den Profilen Fachkräfte stehen, schafft ein Gefühl von Vertrauen und Vertrautheit. Dies erleichtert es vielen Personen, sich zu öffnen und die derzeitige Wohnungsnotsituation zu teilen.



Beachte bitte, dass Facebook nur alle 60 Tage eine Änderung des Nachnamens zulässt. Daher ist es ratsam, im Vorfeld sorgfältig zu überlegen, welche Bezeichnung für das Angebot und die Zielgruppe am besten geeignet ist.

Zum Schutz der Identität der Beratungskräfte besteht die Möglichkeit, Avatare anstelle von Fotos zu verwenden. Alternativ kann auch das Logo des Projekts oder Trägers eingesetzt werden. Sollte der Nachname der Beratungskraft nicht offengelegt werden, kann beispielsweise der reale Vorname zusammen mit einem glaubwürdigen Pseudonym

als Nachname genutzt werden. Es gibt zahlreiche Optionen, jedoch ist es entscheidend, dass eine einheitliche Darstellung nach außen gewährleistet ist. Alle Profile eines Projekts sollten nach dem gleichen Schema gestaltet sein, um die Zugehörigkeit nach außen zu verdeutlichen.

## ANSPRACHE HILFESUCHENDER DURCH GEZIELTE SOCIAL-MEDIA-POSTINGS

Die Facebook-Seite „[Wohnungslosigkeit: Infos & Verweisberatung – Social Media Streetwork #soms](#)“ wurde erstellt, um das SoMS-Projekt allgemein sichtbar zu machen und Informationen unabhängig

von einzelnen Beratenden zu verbreiten. Seiten können nur in Verbindung mit einem bestehenden Profil eingerichtet werden und ermöglichen mehreren Personen eine gleichzeitige Betreuung.



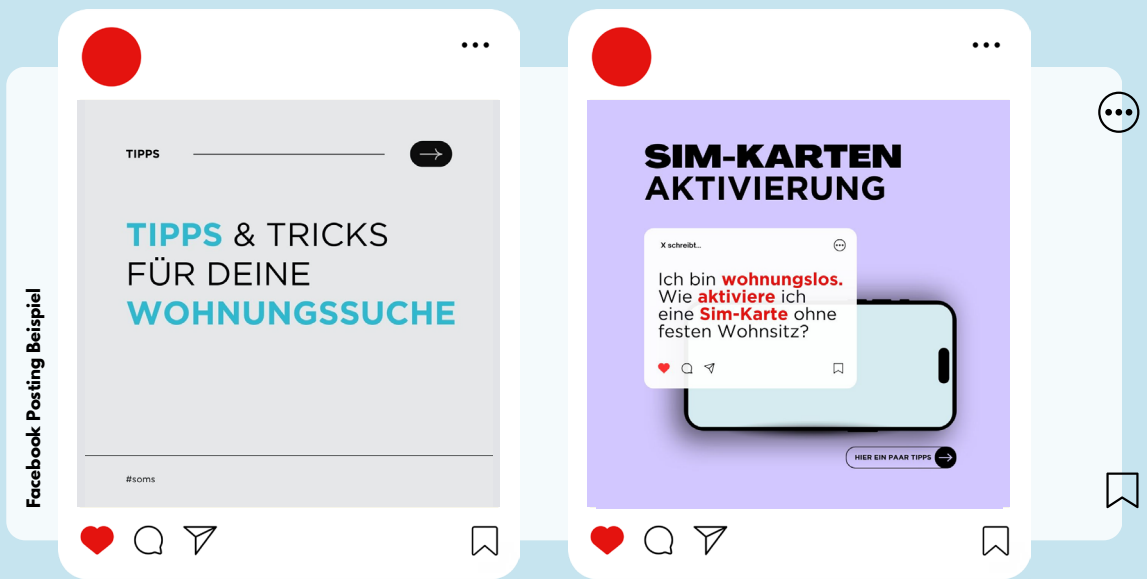
QR-Code zur FB-Seite „Wohnungslosigkeit: Infos & Verweisberatung – Social Media Streetwork #soms“



Eine Verknüpfung der Facebook-Seite mit dem Instagram Profil ermöglicht es, Inhalte parallel auf beiden Plattformen zu teilen und so mit geringem Zeitaufwand die Reichweite zu erhöhen. Postings können in der Meta-Business-Suite erstellt bzw. geplant werden. Hierbei kann mit einem Klick ausgewählt werden, dass diese auf beiden Plattformen veröffentlicht werden sollen.

Die Facebook-Seite dient dazu, Informationen zum Angebot sowie zu Themen, welche die Zielgruppe beschäftigen, bereitzustellen. Hierzu ist eine regelmäßige Pflege der Seite notwendig. Dies trägt zum Reputationsaufbau sowie zu einer höheren Sichtbarkeit durch das Erscheinen von neuen Postings im Facebook-Feed bei, wodurch mehr Hilfesuchende erreicht werden können. Zur Pflege der Seite gehört das Posten von Inhalten, die auf die häufigsten Fragen der Zielgruppe abgestimmt sind, das Folgen

relevanter Kanäle sowie das Kommentieren und Teilen von Beiträgen, beispielhaft in Gruppen zur Wohnungssuche, und das Erstellen von Storys/ Reels für mehr Online-Präsenz. Die Beratenden teilen zusätzlich mit ihren Profilen diese Inhalte, um die Sichtbarkeit und das Vertrauen zu stärken. Ein professionelles Profil, das regelmäßig relevante Beiträge, Datenschutzinformationen und eine Beschreibung der eigenen Arbeit veröffentlicht, wirkt besonders vertrauenswürdig und einladend.



Beispielhafte Social Media Postings SoMS, Inhalte abgestimmt auf die Bedarfe der Zielgruppe





Für die Erstellung ansprechender Beiträge sind Online-Design-Programme wie [Canva](#) eine gute Wahl. Die Plattform bietet eine Vielzahl von Designvorlagen, die einfach mit eigenen Informationen gefüllt werden können. Canva kann kostenlos genutzt werden. Gemeinnützige Organisationen erhalten zudem über „Canva for Nonprofits“ Zugang zu allen Premiumfunktionen. Weitere Informationen sowie das Bewerbungsformular sind hier verfügbar: [Canva for Nonprofits](#).

Akzeptiere in deiner Rolle als Sozialarbeiter:in, dass du mit begrenzten zeitlichen Ressourcen keine Social Media Accounts wie Profis aus der Medienbranche betreiben kannst. Einfache, regelmäßige Posts reichen aus.

Beiträge können in der [Meta Business Suite](#), einem Tool zur zentralen Verwaltung von Unternehmenskonten auf Facebook und Instagram, als Entwürfe gespeichert und bis zu 90 Tage im Voraus geplant werden. Außerdem lassen sich Kennzahlen wie Reichweite und u.a. Anzahl der Follower:innen in den Insights verfolgen, um die Wirkung der Beiträge zu messen.

WELCHE STRATEGIEN KÖNNEN GENUTZT WERDEN, UM GEZIELT FACEBOOK-BEITRÄGE UND FACEBOOK-GRUPPEN HILFESUCHENDER ZU FINDEN?

## MONITORING: KOMMUNIKATIONSORTE DER ZIELGRUPPE BEI FACEBOOK IDENTIFIZIEREN UND BEOBACHTEN

### AUSWAHL UND MONITORING RELEVANTER FACEBOOK-GRUPPEN

Facebook-Gruppen stellen einen zentralen Ort dar, auf dem Menschen nach Informationen suchen, Fragen stellen oder Wohnungsgesuche posten. Zu Beginn der Recherche nach Gruppen, in denen die Zielgruppe angetroffen werden kann, sollte die Überlegung stehen, in welchen Lebensrealitäten sich Menschen in Wohnungsnotsituationen (bzw. die jeweilige Zielgruppe) befinden und welche Ursachen für ihre Situation entscheidend sind. Daraus ergibt sich, welchen Gruppen beigetreten wird, um dort mit der Zielgruppe zu interagieren.

Im Zusammenhang mit (drohender) Wohnungslosigkeit haben sich u.a. Themenschwerpunkte wie Trennung, Gewalt, psychische Erkrankungen oder finanzielle Probleme bewährt. Neben deutschlandweiten Gruppen zur Wohnungssuche können auch regionale Gruppen eine wichtige Rolle spielen. Je nach Angebot und Zielgruppe kann es sinnvoll sein, offenen Kiez-, Stadtteil, Stadt- oder Nachbarschaftsgruppen beizutreten oder solche zur Verfügung zu stellen.

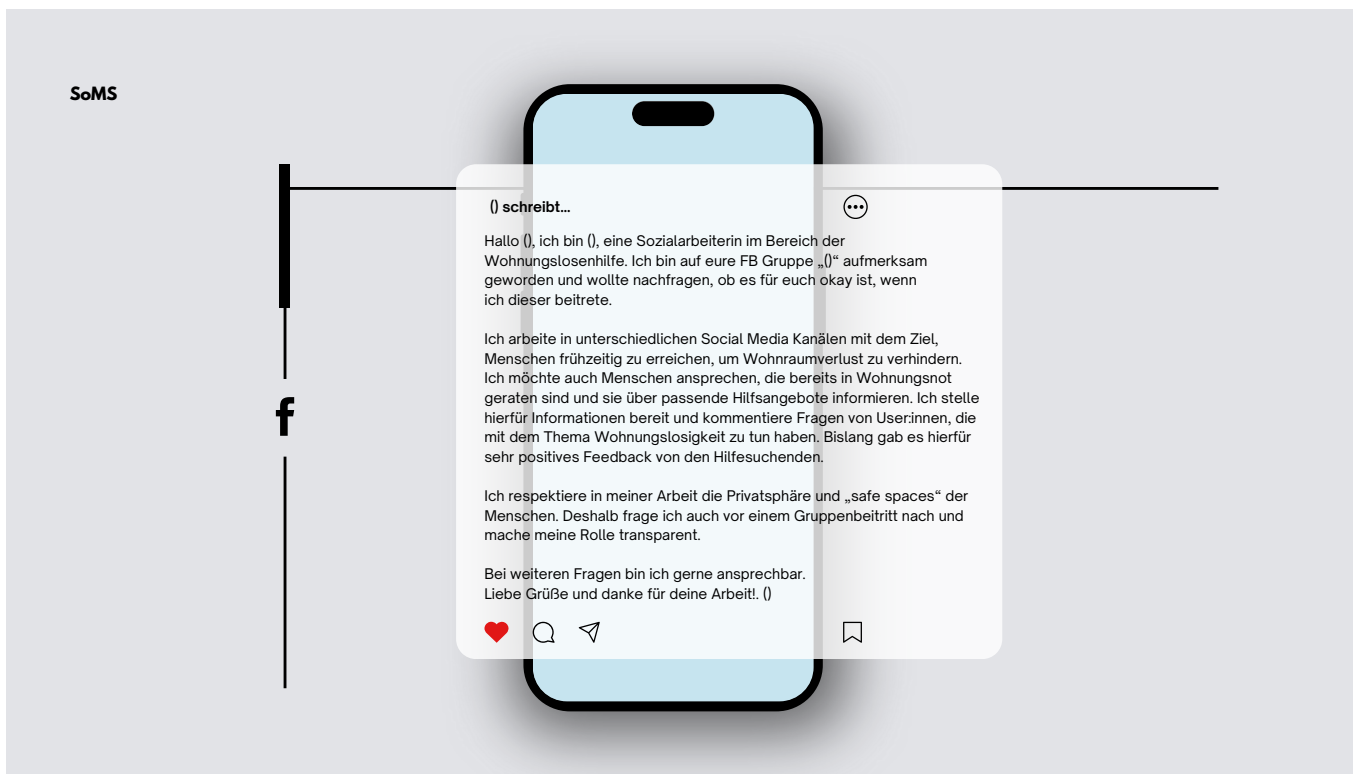
Vor dem Beitritt in geschlossene Facebook-Gruppen (d.h. eine Aufnahme muss durch Admins erst bestätigt werden) empfiehlt sich vorab zur Beitritts-Anfrage Kontakt zu den Administrator:innen aufzunehmen, um Ziel, Auftrag und Hintergrund des Projekts offenzulegen. Dabei sollte jede Antwort respektiert werden. Bei ausbleibender Rückmeldung kann der Beitrittswunsch als abgelehnt betrachtet werden.

Diese transparente Vorgehensweise hat sich in der Praxis bewährt, da Administrator:innen oft aktiv unterstützen: Sie verlinken Beratungskräfte direkt bei Hilfesuchen, erlauben das Teilen relevanter Beiträge in der Gruppe oder informieren selbst über die Möglichkeiten, sich auf digitalem Wege an Beratungskräfte zu wenden.



Verwende Stichworte, die die Situation der Hilfesuchenden beschreiben, um passende Gruppen zu finden. Beachte, dass Social Media schnelllebig ist. Du solltest daher regelmäßig überprüfen, ob du noch in den richtigen Gruppen unterwegs bist.

Achte auf deine Grenzen: Reduziere die Zeit für Monitoring in Gruppen, insbesondere mit Themen, die für dich belastend sind (z. B. max. 15 Minuten), um dich selbst zu schützen.



Vorlage Anschreiben Administrator:innen aus dem SoMS Projekt

Je nach Arbeitskontext kann sich entweder eine formelle oder eher informelle Ansprache eignen. Auf Facebook wird im Allgemeinen in Kommentaren sowie Postings eher die Ansprache mit „Du“ genutzt. Das Duzen fördert eine offene und unkomplizierte Kommunikation und ist in der digitalen Welt verbreiteter, da die Online-Welt oft englisch geprägt ist und das „Du“ somit eine Ableitung des englischen

„you“ darstellt. Im Rahmen des Projektes wurde deshalb entschieden, ebenfalls die informelle Ansprache zu nutzen. Hierbei sollte stets individuell auf das Gegenüber eingegangen werden. Wenn eine formelle Ansprache gewünscht wird oder die Beratungskräfte mit „Sie“ angesprochen werden, wird dies in der Kommunikation berücksichtigt.



Betrachte dich als Gast:Gästin in den Gruppen der potenziell Hilfesuchenden. Erstelle eine Vorlage für dein Anschreiben an die Admins und passe diese individuell an, um dein Anliegen respektvoll und verständlich darzulegen.

## SCHLAGWORTSUCHE ALS MONITORING-HILFE

Die Schlagwortsuche auf Facebook stellt eine praktische Möglichkeit dar, um schnell relevante Beiträge zu finden – selbst außerhalb der Gruppen, in denen man Mitglied ist - mit Ausnahme von privaten Gruppen. In der digital aufsuchenden

Arbeit im Kontext der Wohnungsnotfallhilfe haben sich beispielhaft Schlagworte wie „wohnungslos“, „obdachlos“, „dringend gesucht“, „Eigenbedarfskündigung“ und „Räumungsklage“ als besonders hilfreich erwiesen.



Die Schlagwortsuche gibt einen schnellen Überblick, ersetzt aber kein genaues Durchsehen der Beiträge. Wohnungsnotfälle lassen sich oft erst aus dem Kontext erkennen, z. B. wenn jemand berichtet, bei Freund:innen auf der Couch zu schlafen, ohne das Wort „wohnungslos“ zu verwenden.

# DIGITAL AUFSUCHENDE SOZIALE ARBEIT: EINE ZUSAMMENFASSUNG DER WESENTLICHEN ASPEKTE

## ZU DIGITAL AUFSUCHENDER SOZIALER ARBEIT GEHÖRT AUS SoMS SICHT...

- » Aufbau und Pflege von Social-Media-Kanälen: Inhalte regelmäßig aktualisieren und an den Bedürfnissen der Zielgruppe ausrichten; Interaktion mit anderen Projekten und Hilfeangeboten pflegen durch Folgen, Liken und Kommentieren; eigene Postings sowie die von anderen in Storys oder im Feed teilen; Inhalte gezielt für die Zielgruppe erstellen und sowohl inhaltlich als auch grafisch ansprechend aufbereiten und teilen.
- » Monitoring in Gruppen und Social-Media-Spaces: Gezieltes Suchen von Fragen der Zielgruppe
- » Erstinformation und Verweisberatung: Kommentieren von Hilfesuchen mit Unterstützungsangebot und ersten Informationen und/oder Verweisen zu Hilfeangeboten vor Ort. Stille Mitlesende mitdenken!
- » Entgegenwirken von Falschinformationen und Hassrede: Bereitstellen von seriösen Informationen, Unterstützung von Betroffenen von Hassrede z. B. durch Kommentieren von Beiträgen oder Hilfeangebot per Privatnachricht.
- » Qualitätsmerkmale der Beratung - auch im digitalen Raum: Fallbesprechungen, kollegiale Beratung und Supervision unter Zuhilfenahme der Beratungsdokumentation.
- » Weiterbildung und Vernetzung: Regelmäßig an Schulungen, Fachtagungen, Workshops und Austauschformaten teilnehmen.
- » Aktuell bleiben: Veränderungen und aktuelle Diskurse auf den Plattformen sowie Entwicklungen im Datenschutz sowie relevante Fachliteratur/Veröffentlichungen im Blick behalten.
- » Learning by Doing: Mutig bleiben, Neues ausprobieren, hinterfragen und offen für innovative Ansätze sein.

Social Media Streetwork ist ein Projekt von



BAG Wohnungslosenhilfe e.V.

Autor:innen:  
Juliane Laubichler und Mona Hörtnagl

Das Vorhaben „Social Media Streetwork – Mehrsprachige Erstinformation und Verweisberatung in sozialen Medien gegen Marginalisierung“ wird im Rahmen des Programms „EhAP Plus – Eingliederung hilft gegen Ausgrenzung der am stärksten benachteiligten Personen“ durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales und die Europäische Union über den Europäischen Sozialfonds Plus (ESF Plus) gefördert und der Gleichbehandlungsstelle EU-Arbeitnehmer bei der Beauftragten der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration zugleich Beauftragten der Bundesregierung für Antirassismus kofinanziert.

Gefördert durch:



Bundesministerium  
für Arbeit und Soziales



Kofinanziert von der  
Europäischen Union



Die Beauftragte der Bundesregierung  
für Migration, Flüchtlinge und Integration  
Gleichbehandlungsstelle EU-Arbeitnehmer