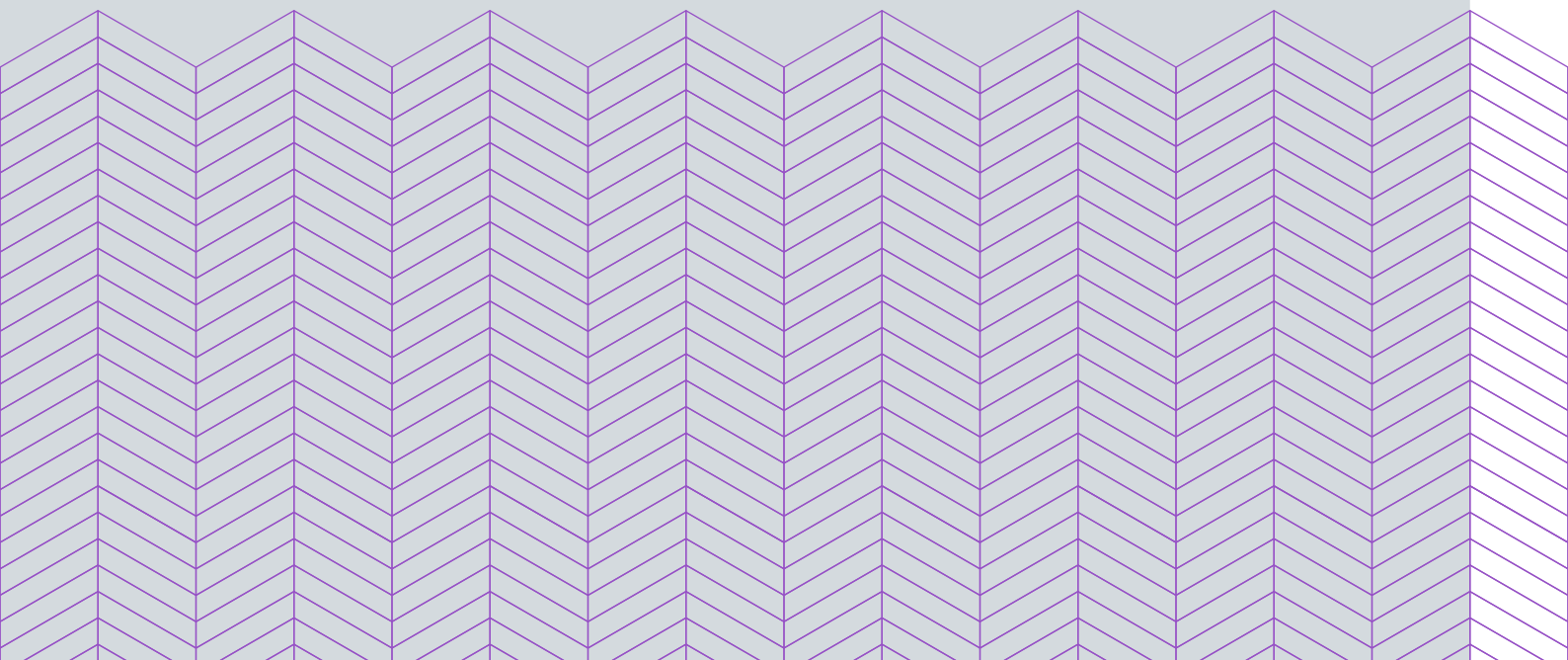


Checkliste Marketing und Recruiting

Leitfaden

2026



Checkliste Marketing und Recruiting

Marketing für Generation Alpha beginnt nicht bei Kanälen oder Formaten, sondern bei Verständnis. Diese Checkliste bietet eine strukturierte Orientierung, um bestehende Marketingansätze im Hinblick auf Gen Alpha zu reflektieren. Sie dient als Ausgangspunkt, um zu prüfen, ob Marketingstrategien bereits generationengerecht gedacht sind oder noch aus früheren Logiken heraus agieren.

1. Zielgruppenanalyse

Wichtig: Bei der Sekundäranalyse auf Daten zurückgreifen wie Sinus Mileus, Statista, KIM-Studie etc.

Welche Altersgruppe sprechen wir an (zum Beispiel 6 bis 10 Jahre; 11 bis 13 Jahre; 14 bis 16 Jahre und was brauchen diese Gruppen in diesem Alter)?

Wie sehen deren Lebenswelten aus (Gaming, Social Media, Freizeit, Familie, Schule) und erste Erkenntnisse über Konsumentscheidungen)?

2. Plattformauswahl (Leitfragen zur Auswahl der Plattform)

Wie alt ist meine Zielgruppe und welche Plattform nutzt sie (z. B. YouTube Kids für die Jüngeren, TikTok ab 13 Jahren)?

Welche Art von Inhalten möchte ich erstellen (Humor, Storytelling, Gaming, AR)?

Haben wir genug Kapazitäten, um die Plattform bzw. Plattformen zu bespielen und um Community-Management in den Kommentaren umzusetzen?

Ja / Nein

Bietet die Plattform Möglichkeiten, mit der Zielgruppe zu interagieren (z. B. Co-Creation in Roblox, Challenges auf TikTok)?

Passt die Plattform zu meinem Unternehmen?

Ja / Nein

3. Content-Strategie

Sind partizipative Formate in der Plattform integriert? (Challenges, Wettbewerbe, Votings etc.)?

Ja / Nein

Wie sieht das Community-Management auf der Plattform aus? (Kommentare, User-Content teilen, Dialog mit Menschen, die kommentieren?)

Passen meine Inhalte zu meiner Plattform (Werbevideos gehören nicht auf Instagram, Roblox besteht nicht aus idealen Welten)?

Ja / Nein

Mit welchen Influencern interagiert meine Zielgruppe? Sind langfristige Kooperationen möglich?

Wird die Strategie regelmäßig überprüft und angepasst (z. B. durch einen Dialog mit der Zielgruppe oder Datenmanagement)?

Ja / Nein

4. Recruiting mitdenken

Ob und wenn ja wie häufig treffen sich die HR-Abteilung und das Social Media Team, um eine gemeinsame Strategie zu entwickeln?

Gibt es Kooperationen mit Influencern an Schulen, wie beispielsweise zu Finanzthemen als Bank, zu Handwerksthemen als Handwerker etc.?

Können wir digitale Formate wie Videos, Mini-Games etc. auf Webseiten oder in digitalen Welten der Gen Alpha einbinden?

Ja / Nein

Können wir vereinfachte Bewerbungsprozesse inkl. Videobewerbung, Chat-Dialog, Gamification-Elemente etc. ermöglichen?

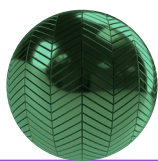
Ja / Nein

Welche Mitarbeitende können persönliche Geschichten aus dem Arbeitsalltag, von Projekten oder auch von ihrem Bewerbungsprozess erzählen, die authentisch sind und auf Unternehmens-Kanälen gepostet werden können?

5. Werte und Haltung

Wo können wir Nachhaltigkeit und Diversität sichtbar leben?

Welche Fakten belegen, dass wir den Daten- und Kinderschutz einhalten?



Sprungbrett Digitalagentur

Grossackerstrasse 2

9000 St. Gallen, Schweiz

sprungbrett-digitalagentur.ch

