

Social Media Nutzungskonzept

Gemäß Richtlinie des LfDI BaWü zur Nutzung von Sozialen Netzwerken durch öffentliche Stellen
(2017, überarbeitet 2020)

Dokumentation

Stand 14.10.2024

Klassifikation: **öffentlich**

Verantw.: HS

Version 1.0

SOCIAL MEDIA NUTZUNGSKONZEPT



Social Media Nutzungskonzept

Gemäß Richtlinie des LfDI BaWü zur Nutzung von Sozialen Netzwerken durch öffentliche Stellen
(2017, überarbeitet 2020)

Dokumentation

Stand 14.10.2024

Klassifikation: öffentlich

Verantw.: HS

Version 1.0

Inhaltsverzeichnis

INHALTSVERZEICHNIS	2
1 ZIELSETZUNG DES NUTZUNGSKONZEPTES	4
2 VERANTWORTLICHKEIT UND BETREUUNG DER PRÄSENZEN	4
3 SOCIAL MEDIA NUTZUNGSKONZEPT DER HOCHSCHULE REUTLINGEN	4
3.1 NOTWENDIGKEIT	4
3.2 ÜBERSICHT DER GENUTZTEN SOCIAL MEDIA PRÄSENZEN AN DER HOCHSCHULE	4
4 UMGANG MIT RECHTEN DER BETROFFENEN	5
5 KONTAKTDATEN DES DATENSCHUTZBEAUFTRAGTEN	5
6 ZUGÄNGLICHMACHUNG UND VERÖFFENTLICHUNG	5
7 KURZBESCHREIBUNG DER SOCIAL MEDIA PRÄSENZ DER HOCHSCHULE REUTLINGEN	6
7.1 ALLGEMEIN	6
7.2 FACEBOOK	7
7.2.1 Zweck der Nutzung	7
7.2.2 Art der Nutzung	8
7.3 INSTAGRAM	9
7.3.1 Zweck der Nutzung	9
7.3.2 Art der Nutzung	10
7.4 THREADS	11
7.4.1 Zweck der Nutzung	11
7.4.2 Art der Nutzung	12
7.5 LINKEDIN	13
7.5.1 Zweck der Nutzung	13
7.5.2 Art der Nutzung	14
7.6 XING	15
7.6.1 Zweck der Nutzung	15
7.6.2 Art der Nutzung	16
7.7 MASTODON	17
7.7.1 Zweck der Nutzung	17
7.7.2 Art der Nutzung	18
7.8 TIKTOK	19
7.8.1 Zweck der Nutzung	19
7.8.2 Art der Nutzung	20
7.9 X (EHEMALS TWITTER)	21

Social Media Nutzungskonzept

Gemäß Richtlinie des LfDI BaWü zur Nutzung von Sozialen Netzwerken durch öffentliche Stellen
(2017, überarbeitet 2020)

Dokumentation Stand 14.10.2024 Klassifikation: **öffentlich** Verantw.: HS Version 1.0

7.9.1	Zweck der Nutzung	21
7.9.2	Art der Nutzung	21
7.10	YOUTUBE.....	22
7.10.1	Zweck der Nutzung	22
7.10.2	Art der Nutzung	23
7.11	TWITCH.....	24
7.11.1	Zweck der Nutzung	24
7.11.2	Art der Nutzung	25
8	ALTERNATIVE INFORMATIONS- UND KOMMUNIKATIONSWEGE	26
9	REVIEW	26

Social Media Nutzungskonzept

Gemäß Richtlinie des LfDI BaWü zur Nutzung von Sozialen Netzwerken durch öffentliche Stellen
(2017, überarbeitet 2020)

Dokumentation

Stand 14.10.2024

Klassifikation: öffentlich

Verantw.: HS

Version 1.0

1 Zielsetzung des Nutzungskonzeptes

Die Hochschule unterliegt als öffentliche Stellen einer vielfältigen gesetzlichen Bindung und hat zudem eine rechtsstaatlich begründete Vorbildfunktion. Mit dem nachstehenden Nutzungskonzept kommt die **Hochschule** ihrer Verantwortung und Verpflichtung nach. Sie beschreibt die Nutzung sozialen Medien entsprechend der o. g. „Richtlinie des Landesbeauftragten für Datenschutz und Informationsfreiheit (LfDI)“ zur Nutzung von sozialen Netzwerken und stellt Zweck, Art und Umfang der vorgesehenen Nutzung sowie die Vor- und Nachteile dessen gegenüber. Zudem werden Verantwortlichkeiten für die redaktionelle/technische Betreuung sowie die Wahrnehmung der Rechte der Betroffenen nach Artt. 15 ff. der DSGVO festlegt.

2 Verantwortlichkeit und Betreuung der Präsenzen

Verantwortlich für dieses Konzept ist die Hochschulleitung der Hochschule Reutlingen mit der Unterstützung der lokalen Datenschutzkoordination sowie der hochschulinternen Verantwortlichen zur Betreuung der Social Media Präsenzen der Hochschule und Hinzuziehung des Datenschutzbeauftragten der Hochschule.

3 Social Media Nutzungskonzept der Hochschule Reutlingen

Die vorliegende Nutzungsrechtfertigung Social Media soll die Daten und Fakten der Social-Media-Kanäle der Hochschule bündeln und Aufschluss geben, welche Kanäle aus welchen Gründen genutzt werden.

3.1 Notwendigkeit

Die Hochschule nutzt verschiedene Social-Media-Kanäle. Die Kommunikation über diese Kanäle ist für die Hochschule ein wichtiger und essenzieller Bestandteil der Öffentlichkeitsarbeit. Zum einen kann die Hochschule über diese Kanäle einer spezifischen Zielgruppe schnell und einfach Informationen zukommen lassen und zum anderen hat die Aktivität und Kommunikation in den sozialen Medien einen hohen Stellenwert bei der Rekrutierung von neuen Studierenden.

Ein weiterer Faktor, der die Wichtigkeit von sozialen Medien in den vergangenen zwei Jahren nochmals verstärkt hat, ist die Corona-Pandemie. Die Kommunikation und das Beschaffen von Informationen hat sich deutlich in den digitalen Bereich verlagert. Über soziale Medien und die Website können digitale Veranstaltungen, wichtige kurzfristige Meldungen und Stellenausschreibungen kommuniziert werden. Die Sichtbarkeit der Hochschule in der Gesellschaft und Öffentlichkeit kann so trotz Pandemie gewährleistet werden.

Bei Verzicht von Social Media Präsenzen ist keine Gewinnung neuer Studierender und Mitarbeitender möglich. Zudem ergeben sich erhebliche Nachteile bei der Kommunikation mit der gesamten Hochschulgemeinschaft und der allgemeinen Öffentlichkeit. Im Detail werden die jeweiligen Nachteile im Rahmen der nachstehenden Social Media Präsenzen benannt.

3.2 Übersicht der genutzten Social Media Präsenzen an der Hochschule

Die folgenden Social Media Accounts werden von der Hochschule aktiv betrieben:



Social Media Nutzungskonzept

Gemäß Richtlinie des LfDI BaWü zur Nutzung von Sozialen Netzwerken durch öffentliche Stellen
(2017, überarbeitet 2020)

Dokumentation

Stand 14.10.2024

Klassifikation: öffentlich

Verantw.: HS

Version 1.0

- Facebook
- Instagram
- Threads
- LinkedIn
- Xing
- Mastodon
- TikTok
- X (ehemals Twitter)
- YouTube
- Twitch

4 Umgang mit Rechten der Betroffenen

Die Verantwortlichkeit für die redaktionelle Betreuung der Social Media-Accounts der Hochschule Reutlingen liegt bei der Abteilung Hochschulkommunikation, vertreten durch Dr. Hjördis Kettenbach. Anfragen werden durch unser Team täglich kontrolliert, sodass eine fristgerechte Bearbeitung innerhalb der gesetzlich vorgegebenen Frist, gemäß Art. 12 Abs. 3 DSGVO, stattfinden kann. Zudem gibt es entsprechende Prozessvorgaben und Hilfsmittel, um Betroffenenanfragen vollständig und unverzüglich beantworten zu können.

Für die redaktionelle und technische Betreuung ist das Team der Hochschulkommunikation zuständig. Bitte richten Sie Ihre Anfragen an socialmedia@reutlingen-university.de. Zudem haben Sie jederzeit die Möglichkeit sich an unseren Datenschutzbeauftragten (siehe nächster Punkt) zu wenden.

5 Kontaktdaten des Datenschutzbeauftragten

Deutsche Datenschutzkanzlei - Maximilian Musch
Richard-Wagner-Straße 2
88094 Oberteuringen
Deutschland
Tel: 07542 949 21 02
E-Mail: datenschutz@reutlingen-university.de
Web: www.ddsk.de

6 Zugänglichmachung und Veröffentlichung

Das Nutzungskonzept wird auf der Webseite bei der Datenschutzerklärung (<https://www.reutlingen-university.de/datenschutzerklaerung>) hinterlegt.

Social Media Nutzungskonzept

Gemäß Richtlinie des LfDI BaWü zur Nutzung von Sozialen Netzwerken durch öffentliche Stellen
(2017, überarbeitet 2020)

Dokumentation

Stand 14.10.2024

Klassifikation: öffentlich

Verantw.: HS

Version 1.0

7 Kurzbeschreibung der Social Media Präsenz der Hochschule Reutlingen

7.1 Allgemein

Soziale Medien ermöglichen es der Hochschule Reutlingen, direkt mit ihrer Community in Kontakt zu treten und auf Fragen, Kommentare und Anregungen zu reagieren. Dies fördert den Dialog und die Beteiligung der Studierenden und anderer Interessierter. Die sozialen Medien werden genutzt, um das Image der Hochschule zu fördern und sie als attraktiven Bildungs- und Forschungsstandort zu positionieren. Durch gezielte Kampagnen soll die Hochschule national und international bekannt gemacht werden. Besondere Programme, Forschungsinitiativen und Erfolge der Hochschule werden über diese Kanäle promotet, um potenzielle Studierende und Partner anzusprechen.

Die Nutzung bietet die Möglichkeit, Studieninteressenten zu akquirieren und aktuelle Studierende sowie Alumni für ein weiteres Studium oder eine wissenschaftliche Mitarbeit an der Hochschule zu begeistern. Zudem können Partnerschaften und Kooperationen gefestigt und gesteigert werden.

Durch einen Verzicht auf die Nutzung von sozialen Medien würde die Gewinnung neuer Studierender und Beschäftigter stagnieren und es gäbe für die Hochschule begrenzte Möglichkeiten, über neue Studiengänge sowie aktuelle Veranstaltungen zu informieren.

Social Media Nutzungskonzept

Gemäß Richtlinie des LfDI BaWü zur Nutzung von Sozialen Netzwerken durch öffentliche Stellen
(2017, überarbeitet 2020)

Dokumentation

Stand 14.10.2024

Klassifikation: öffentlich

Verantw.: HS

Version 1.0

7.2 Facebook

Bei Facebook handelt es sich um ein großes soziales Netzwerk, mittels dessen Textbeiträgen, Fotos, Videos oder auch Live-Stream-Videos veröffentlicht werden können und eine Interaktion mit den Nutzern ermöglichen. Hierzu können sich registrierte Nutzer mit anderen Nutzern oder mit Fanpages vernetzen, Beiträge kommentieren, liken und teilen. Der Inhalt ist in der Regel für alle sichtbar.

Die Nutzer können Fanpages liken und/oder abonnieren, sodass sie deren Nachrichten im eigenen News-Feed lesen können. Nutzer können sich zudem private Nachrichten schicken oder Gruppen zu bestimmten Themenbereichen beitreten und dort diskutieren. Die Profile können durch Freundschaftsanfragen untereinander vernetzt werden.

Auch die Erstellung und Schaltung von Werbeanzeigen (sog. „Ads“) ist möglich.

7.2.1 Zweck der Nutzung

Was bezweckt die Hochschule mit der Nutzung der konkreten Plattform?

Die Hochschule nutzt die Plattform Facebook zum Großteil dafür, potenzielle Mitarbeitende sowie Alumni über Aktuelles (bspw. Termine, Veranstaltungen und Stellenausschreibungen) an der Hochschule zu informieren. Zusätzlich dazu repräsentiert sie sich hier attraktiv für Eltern von potenziell Studierenden und stellt Studiengänge sowie Vereine und weitere Veranstaltungen für Studierende an der Hochschule vor.

Welche Vorteile in der Aufgabenerfüllung verspricht sich die Hochschule durch die weitere Nutzung der Plattform? Welchen Grund hat die (weitere) Nutzung des jeweiligen Soziale Netzwerkes?

Durch die Verwendung der Plattform werden neben potenziellen Mitarbeitenden auch Eltern von potenziell Studierende und Alumni erreicht. Ziel ist es hierbei, eine große Community aufzubauen, aktuell Studierende sowie Alumni für ein weiteres Studium oder eine wissenschaftliche Mitarbeit an der Hochschule zu akquirieren und potenziellen Studierenden das Studium an der Hochschule schmackhaft zu machen, sodass sich diese hier einschreiben.

Zudem dient Facebook auch zur Vernetzung mit Kooperations- und Forschungspartnern. Durch Gegenseitiges taggen (markieren) wird die Beziehung zu diesen noch Mals gestärkt und für die Community stärker sichtbar.

Welche Funktionen weist der Dienst auf, welchen man sonst nicht hätte? Welche Funktionen sollen genutzt werden?

Facebook und sein Facebook Business Manager ermöglicht eine zentrale Verwaltung von unterschiedlichen Facebook-Seiten und Werbekonten. Die Hochschule kann mehrere Seiten und Ad-Konten von einem Ort aus verwalten und Arbeitsaufgaben klar zuweisen. Andere Plattformen bieten meist nicht die gleiche integrierte und umfassende Lösung. Die Hochschule nutzt den Facebook Business Manager ebenfalls, um Werbekampagnen über mehrere Plattformen hinweg zu schalten. Diese Art der plattformübergreifenden Integration bietet einen nahtlosen Zugang zu unterschiedlichen Nutzergruppen und ermöglicht es Kampagnen effizienter zu steuern.

Die Funktion „Facebook Messenger“ bietet der Hochschule die Möglichkeit, direkt und in Echtzeit mit potenziellen Mitarbeitenden oder Eltern von potenziellen Studierenden zu kommunizieren. Diese Art der Interaktion und Kommunikation ist eine der umfassendsten im Vergleich zu anderen Plattformen.

Die Möglichkeit, Veranstaltungen zu erstellen, zu bewerben und zu verwalten ist ebenfalls eine sehr wichtige Funktion. Die Events können online oder offline sein und bieten eine gute Möglichkeit, direkt mit der Zielgruppe in Kontakt zu treten. Der Veranstaltungskalender ist bei Facebook besonders prominent.

Social Media Nutzungskonzept

Gemäß Richtlinie des LfDI BaWü zur Nutzung von Sozialen Netzwerken durch öffentliche Stellen
(2017, überarbeitet 2020)

Dokumentation

Stand 14.10.2024

Klassifikation: öffentlich

Verantw.: HS

Version 1.0

Welche Perspektive hat die Nutzung? Was sind die Ziele?

Die Nutzung bietet die Möglichkeit, Studieninteressenten über ihre Eltern anzusprechen und zu akquirieren sowie aktuell Studierende und Alumni für ein weiteres Studium oder eine wissenschaftliche Mitarbeit an der Hochschule zu begeistern. Darüber hinaus werden auch potenzielle Mitarbeitende über Facebook gewonnen, indem neue Stellenausschreibungen prominent veröffentlicht werden.

Zudem können Partnerschaften und Kooperationen gefestigt und gesteigert werden.

Welcher Nachteil würde durch den Verzicht der Nutzung im Umkehrschluss entstehen?

Keine Gewinnung neuer Studierender, Mitarbeitender und begrenzte Möglichkeiten über neue Studiengänge zu informieren.

7.2.2 Art der Nutzung

Regelmäßige Inhalte der Beiträge, welche die Hochschule auf den Facebook Accounts teilt, sind:

- Aktuelle Meldungen (News und Pressemitteilungen)
- Hinweise auf aktuelle Veranstaltungen
- Hinweise auf aktuelle Stellenausschreibungen
- Vorstellung von aktuellen Projekten
- Direkte Kommunikation mit Interessierten und Angehörigen

Social Media Nutzungskonzept

Gemäß Richtlinie des LfDI BaWü zur Nutzung von Sozialen Netzwerken durch öffentliche Stellen
(2017, überarbeitet 2020)

Dokumentation

Stand 14.10.2024

Klassifikation: öffentlich

Verantw.: HS

Version 1.0

7.3 Instagram

Bei Instagram handelt es sich um einen kostenlosen Onlinedienst zum Teilen von Fotos und Videos. Nutzer können ihre Fotos und Videos mit Filtern versehen. Außerdem kann man über Instagram Fotos in andere soziale Netzwerke verbreiten, sowie anderen Nutzern folgen und deren Fotos liken bzw. kommentieren. Auch ist die Erstellung und Schaltung von Werbeanzeigen (sog. „Ads“) möglich.

Instagram dient der Hochschule dazu mit Studierenden und Studieninteressierten zu interagieren und aktuelle Informationen, Hinweise und Erinnerungen zu veröffentlichen und zugänglich zu machen.

Dazu werden Storys, Posts und Reels bspw. vom Studierendenalltag, aktuellen Terminen und Angeboten an der Hochschule veröffentlicht und mit entsprechenden Hashtags wie bspw. #HochschuleReutlingen #ReutlingenUniversity #MyCampusRT #HSRT #WeLoveReutlingenUniversity gekennzeichnet.

7.3.1 Zweck der Nutzung

Was bezweckt die Hochschule mit der Nutzung der konkreten Plattform?

Das primäre Ziel des Instagram Auftritts der Hochschule Reutlingen ist es, Studieninteressierte anzusprechen und das Studieren an der Hochschule attraktiver darzustellen. Dabei sollen außerdem die Bekanntheit und Wahrnehmung der Marke gestärkt werden.

Das sekundäre Ziel ist es, aktuell Studierende zu informieren und interessante Inhalte bereitzustellen, die den Studienalltag zeigen und vereinfachen.

Welche Vorteile in der Aufgabenerfüllung verspricht sich die Hochschule durch die weitere Nutzung der Plattform? Welchen Grund hat die (weitere) Nutzung des jeweiligen Sozialen Netzwerkes?

Durch die Verwendung der Plattform werden neben aktuell Studierenden auch potenziell Studierende und Alumni erreicht. Ziel ist es hierbei, eine große Community aufzubauen, aktuell Studierende sowie Alumni für ein weiteres Studium oder eine wissenschaftliche Mitarbeit an der Hochschule zu akquirieren und potenziellen Studierenden das Studium an der Hochschule schmackhaft zu machen, sodass sich diese hier einschreiben.

Zudem dient Instagram auch zur Vernetzung mit Kooperationspartnern. Durch Gegenseitiges taggen (markieren) wird die Beziehung zu diesen noch Mals gestärkt und für die Community stärker sichtbar.

Welche Funktionen weist der Dienst auf, welchen man sonst nicht hätte? Welche Funktionen sollen genutzt werden?

Die Funktion Reels zu veröffentlichen sollte genutzt werden, um die Angebote der Hochschule zu zeigen. Das können Videos mit mehreren Clips und einer Dauer von bis zu 90 Sekunden sein. Mit einfach zu verwendenden Text- und Audio-Tools kann kreativ gearbeitet werden. Videos aus der Galerie können unkompliziert hochgeladen werden. Auch für Interviews ist sie ein großer Gewinn. Reels bieten zudem eine unterhaltsame Möglichkeit, sich durch ansprechende Videos mit Studierenden und Studieninteressierten zu verbinden und Interaktionen zu fördern.

Mit der Funktion Stories können Informationen 24 Stunden lang kommuniziert werden. Das ist notwendig, um beispielsweise tagesaktuelle News aus dem Hochschulalltag zu teilen. Durch die Möglichkeit, Fragensticker und Rätselsticker zu verwenden, kann eine interaktive Bindung zu den Studierenden und Studieninteressierten aufgebaut werden.

Neben den Stories bietet die Funktion Highlights die Möglichkeit, die Stories länger auf der Plattform zu zeigen. Somit gehen auch länger geltende Informationen nicht verloren und können immer wieder abgerufen werden.

Social Media Nutzungskonzept

Gemäß Richtlinie des LfDI BaWü zur Nutzung von Sozialen Netzwerken durch öffentliche Stellen
(2017, überarbeitet 2020)

Dokumentation

Stand 14.10.2024

Klassifikation: **öffentlich**

Verantw.: HS

Version 1.0

Die Funktion „Instagram Direct Messenger“ bietet der Hochschule die Möglichkeit, direkt und in Echtzeit mit potenziellen und aktuellen Studierenden zu kommunizieren. Diese Art der Interaktion und Kommunikation ist eine der umfassendsten im Vergleich zu anderen Plattformen.

Welche Perspektive hat die Nutzung? Was sind die Ziele?

Die Nutzung bietet die Möglichkeit, Studieninteressierte zu akquirieren und aktuell Studierende sowie Alumni für ein weiteres Studium oder eine wissenschaftliche Mitarbeit an der Hochschule zu begeistern.

Zudem können Kooperationen gefestigt und gesteigert werden.

Welcher Nachteil würde durch den Verzicht der Nutzung im Umkehrschluss entstehen?

Keine Gewinnung neuer Studierender und begrenzte Möglichkeiten über neue Studiengänge sowie den Alltag der Hochschule Reutlingen zu informieren.

7.3.2 Art der Nutzung

Regelmäßige Inhalte der Beiträge, welche die Hochschule auf den Instagram Accounts teilt, sind:

- Aktuelle Meldungen
- Hinweise auf aktuelle Veranstaltungen
- Hinweise auf aktuelle studentische Stellenausschreibungen
- Vorstellung von aktuellen Projekten
- Vorstellung von Angeboten an der Hochschule (Fakultäten, Studiengänge, wissenschaftliche Projekte)
- Direkte Kommunikation mit Interessierten und Angehörigen
- Interaktion mit den Followern: Q & As und Rätsel zu Hochschulthemen in der Instagram Story

Social Media Nutzungskonzept

Gemäß Richtlinie des LfDI BaWü zur Nutzung von Sozialen Netzwerken durch öffentliche Stellen
(2017, überarbeitet 2020)

Dokumentation

Stand 14.10.2024

Klassifikation: öffentlich

Verantw.: HS

Version 1.0

7.4 Threads

Threads ist ein Netzwerk für Mikroblogs, bei welchem registrierte Nutzer kostenlos kurze Nachrichten veröffentlichen können. Diese Posts haben eine begrenzte Länge und sind in der Regel für jedermann sichtbar. Die Benutzer können sich bei anderen Benutzern als „Follower“ registrieren, so dass sie deren Textnachrichten empfangen. Die Plattform ist mit Instagram stark verknüpft.

Threads dient der Hochschule dazu mit Studierenden und Studieninteressierten zu interagieren und aktuelle Informationen, Hinweise und Erinnerungen zu veröffentlichen und zugänglich zu machen.

Dazu werden Posts bspw. vom Studierendenalltag, aktuellen Terminen und Angeboten an der Hochschule veröffentlicht und mit entsprechenden Hashtags wie #studythreads #wednesdayquiz und #campushohbuch gekennzeichnet.

7.4.1 Zweck der Nutzung

Was bezweckt die Hochschule mit der Nutzung der konkreten Plattform?

Das primäre Ziel des Threads Auftritts der Hochschule Reutlingen ist es, Studieninteressierte anzusprechen und das Studieren an der Hochschule attraktiver darzustellen. Dabei sollen außerdem die Bekanntheit und Wahrnehmung der Marke gestärkt werden.

Das sekundäre Ziel ist es, aktuell Studierende zu informieren und interessante Inhalte bereitzustellen, die den Studienalltag zeigen und vereinfachen.

Welche Vorteile in der Aufgabenerfüllung verspricht sich die Hochschule durch die weitere Nutzung der Plattform? Welchen Grund hat die (weitere) Nutzung des jeweiligen Soziale Netzwerkes?

Durch die Verwendung der Plattform werden neben aktuell Studierenden auch potenziell Studierende und Alumni erreicht. Ziel ist es hierbei, eine große Community aufzubauen, aktuell Studierende sowie Alumni für ein weiteres Studium oder eine wissenschaftliche Mitarbeit an der Hochschule zu akquirieren und potenziellen Studierenden das Studium an der Hochschule schmackhaft zu machen, sodass sich diese hier einschreiben.

Zudem dient Instagram auch zur Vernetzung mit Partnern. Durch Gegenseitiges taggen (markieren) wird die Beziehung zu diesen noch Mals gestärkt und für die Community stärker sichtbar.

Welche Funktionen weist der Dienst auf, welchen man sonst nicht hätte? Welche Funktionen sollen genutzt werden?

In der Beitrags-Funktion können Texte (mit begrenzter Zeichenzahl), Videos und Bilder veröffentlicht werden. Das ist notwendig, um beispielsweise aktuelle News und Termine aus dem Hochschulalltag zu teilen. Durch die Möglichkeit, Rätsel oder kurze Umfragen durchzuführen, kann zudem eine interaktive Bindung zu den Studierenden und Studieninteressierten aufgebaut werden.

Welche Perspektive hat die Nutzung? Was sind die Ziele?

Die Nutzung bietet die Möglichkeit, Studieninteressenten zu akquirieren und aktuell Studierende sowie Alumni für ein weiteres Studium oder eine wissenschaftliche Mitarbeit an der Hochschule zu begeistern.

Zudem können Partnerschaften gefestigt und gesteigert werden.

Welcher Nachteil würde durch den Verzicht der Nutzung im Umkehrschluss entstehen?

Keine Gewinnung neuer Studierender und begrenzte Möglichkeiten über neue Studiengänge sowie den Alltag an der Hochschule Reutlingen zu informieren.

Social Media Nutzungskonzept

Gemäß Richtlinie des LfDI BaWü zur Nutzung von Sozialen Netzwerken durch öffentliche Stellen
(2017, überarbeitet 2020)

Dokumentation

Stand 14.10.2024

Klassifikation: **öffentlich**

Verantw.: HS

Version 1.0

7.4.2 Art der Nutzung

Regelmäßige Inhalte der Beiträge, welche die Hochschule auf den Threads Accounts teilt, sind:

- Aktuelle Meldungen
- Hinweise auf aktuelle Veranstaltungen
- Hinweise auf aktuelle studentische Stellenausschreibungen
- Vorstellung von aktuellen Projekten
- Vorstellung von Angeboten an der Hochschule (Fakultäten, Studiengänge, wissenschaftliche Projekte)
- Direkte Kommunikation mit Interessierten und Angehörigen
- Interaktion mit den Followern: Rätsel oder kurze Umfragen zu Hochschulthemen

Social Media Nutzungskonzept

Gemäß Richtlinie des LfDI BaWü zur Nutzung von Sozialen Netzwerken durch öffentliche Stellen
(2017, überarbeitet 2020)

Dokumentation

Stand 14.10.2024

Klassifikation: öffentlich

Verantw.: HS

Version 1.0

7.5 LinkedIn

LinkedIn ist ein großes, soziales Karrierenetzwerk, zur digitalen Pflege von Hochschulkontakten und zum Aufbau und Verknüpfen von neuen und für das weitere Berufsleben relevante Verbindungen.

Das Netzwerk ermöglicht den Nutzenden eine direkte Kommunikation und den Austausch mit Personen, die gleiche berufliche Interessen verfolgen. Zudem dient das Netzwerk dem Personal Recruiting. Es können Profile erstellt und Beiträge in Form von Texten, Fotos, Videos und Live-Streams bereitgestellt werden. Registrierte können über diesen Dienst kostenlos ihre Inhalte veröffentlichen, sich mit anderen Registrierten oder Unternehmensseiten/Hochschulseiten vernetzen, Beiträge kommentieren, mit „Gefällt mir“ oder „Gefällt mir nicht mehr“ markieren, und teilen. Es können Unternehmens- bzw. Hochschulseiten empfohlen oder abonniert werden, so dass relevante Beiträge im eigenen LinkedIn-Feed angezeigt werden.

Der Fokus liegt momentan auf Veranstaltungen und Meldungen bzgl. Preise und Auszeichnungen für Studierende und Alumni, aktuellen News und Pressemitteilungen sowie Stellenausschreibungen.

7.5.1 Zweck der Nutzung

Was bezweckt die Hochschule mit der Nutzung der konkreten Plattform?

Das primäre Ziel des LinkedIn Auftritts der Hochschule Reutlingen ist es, potenzielle Mitarbeitende, Partnerunternehmen, Eltern, Medienschaffende oder die breite Öffentlichkeit anzusprechen und die Tätigkeit an der Hochschule attraktiver darzustellen. Dabei sollen außerdem die Bekanntheit und Wahrnehmung der Marke gestärkt werden.

Das sekundäre Ziel ist es, aktuell Studierende und Studieninteressierte zu informieren und interessante Inhalte bereitzustellen, die den Hochschulalltag darstellen.

Welche Vorteile in der Aufgabenerfüllung verspricht sich die Hochschule durch die weitere Nutzung der Plattform? Welchen Grund hat die (weitere) Nutzung des jeweiligen Soziale Netzwerkes?

Durch die Verwendung der Plattform werden neben potenziellen Mitarbeitenden, Partnerunternehmen, Eltern, Medienschaffenden oder der breiten Öffentlichkeit auch aktuell und potenziell Studierende, Mitarbeitende und Alumni erreicht.

Ziel ist es hierbei, eine große Community aufzubauen, aktuell Studierende sowie Alumni für ein weiteres Studium oder eine wissenschaftliche Mitarbeit an der Hochschule zu akquirieren und potenziellen Studierenden das Studium an der Hochschule schmackhaft zu machen, sodass sich diese hier einschreiben. Auch potentiellen Mitarbeitenden soll eine Tätigkeit an der Hochschule nahegelegt werden.

Zudem dient LinkedIn auch zur Vernetzung mit Partnern. Durch Gegenseitiges taggen (markieren) wird die Beziehung zu diesen noch Mals gestärkt und für die Community stärker sichtbar.

Welche Funktionen weist der Dienst auf, welchen man sonst nicht hätte? Welche Funktionen sollen genutzt werden?

In der Beitrags-Funktion können Texte und Bilder veröffentlicht werden. Das ist notwendig, um beispielsweise aktuelle Pressemitteilungen, News und Termine aus dem Hochschulalltag zu teilen.

Durch die Funktion, Partner zu taggen, können Partnerschaften gefestigt und gesteigert werden.

Social Media Nutzungskonzept

Gemäß Richtlinie des LfDI BaWü zur Nutzung von Sozialen Netzwerken durch öffentliche Stellen
(2017, überarbeitet 2020)

Dokumentation

Stand 14.10.2024

Klassifikation: öffentlich

Verantw.: HS

Version 1.0

Welche Perspektive hat die Nutzung? Was sind die Ziele?

Die Nutzung bietet die Möglichkeit, Studieninteressierte und Mitarbeitende zu akquirieren und aktuell Studierende sowie Alumni für ein weiteres Studium oder eine wissenschaftliche Mitarbeit an der Hochschule zu begeistern.

Zudem können Partnerschaften gefestigt und gesteigert werden.

Welcher Nachteil würde durch den Verzicht der Nutzung im Umkehrschluss entstehen?

Keine Gewinnung neuer Mitarbeitender und Studierender und begrenzte Möglichkeiten über Stellenanzeigen, neue Studiengänge sowie den Alltag der der Hochschule Reutlingen zu informieren.

7.5.2 Art der Nutzung

Regelmäßige Inhalte der Beiträge, welche die Hochschule auf den LinkedIn Accounts teilt, sind:

- Aktuelle Meldungen (News und Pressemitteilungen)
- Hinweise auf aktuelle Veranstaltungen
- Hinweise auf aktuelle Stellenausschreibungen
- Vorstellung von aktuellen Projekten
- Vorstellung von Angeboten an der Hochschule (Fakultäten, Studiengänge, wissenschaftliche Projekte)
- Direkte Kommunikation mit Interessierten und Angehörigen

Social Media Nutzungskonzept

Gemäß Richtlinie des LfDI BaWü zur Nutzung von Sozialen Netzwerken durch öffentliche Stellen
(2017, überarbeitet 2020)

Dokumentation

Stand 14.10.2024

Klassifikation: öffentlich

Verantw.: HS

Version 1.0

7.6 Xing

Xing ist ein großes, soziales Karrierenetzwerk, zur digitalen Pflege von Hochschulkontakten und zum Aufbau und Verknüpfen von neuen und für das weitere Berufsleben relevante Verbindungen.

Das Netzwerk ermöglicht den Nutzenden eine direkte Kommunikation und den Austausch mit Personen, die gleiche berufliche Interessen verfolgen. Zudem dient das Netzwerk dem Personal Recruiting. Es können Profile erstellt und Beiträge in Form von Texten, Fotos, Videos und Live-Streams bereitgestellt werden. Registrierte können über diesen Dienst kostenlos ihre Inhalte veröffentlichen, sich mit anderen Registrierten oder Unternehmensseiten/Hochschulseiten vernetzen, Beiträge kommentieren, mit „Gefällt mir“ oder „Gefällt mir nicht mehr“ markieren, und teilen. Es können Unternehmens- bzw. Hochschulseiten empfohlen oder abonniert werden, so dass relevante Beiträge im eigenen Xing-Feed angezeigt werden.

Der Fokus liegt momentan auf Veranstaltungen und Meldungen bzgl. Preise und Auszeichnungen für Studierende und Alumni, aktuellen News und Pressemitteilungen sowie Stellenausschreibungen.

7.6.1 Zweck der Nutzung

Was bezweckt die Hochschule mit der Nutzung der konkreten Plattform?

Das primäre Ziel des Xing Auftritts der Hochschule Reutlingen ist es, potenzielle Mitarbeitende, Partnerunternehmen, Eltern, Medienschaffende oder die breite Öffentlichkeit anzusprechen und die Tätigkeit an der Hochschule attraktiver darzustellen. Dabei sollen außerdem die Bekanntheit und Wahrnehmung der Marke gestärkt werden.

Das sekundäre Ziel ist es, aktuell Studierende und Studieninteressierte zu informieren und interessante Inhalte bereitzustellen, die den Hochschulalltag darstellen.

Welche Vorteile in der Aufgabenerfüllung verspricht sich die Hochschule durch die weitere Nutzung der Plattform? Welchen Grund hat die (weitere) Nutzung des jeweiligen Soziale Netzwerkes?

Durch die Verwendung der Plattform werden neben potenziellen Mitarbeitenden, Partnerunternehmen, Eltern, Medienschaffenden oder der breiten Öffentlichkeit auch aktuell und potenziell Studierende, Mitarbeitende und Alumni erreicht.

Ziel ist es hierbei, eine große Community aufzubauen, aktuell Studierende sowie Alumni für ein weiteres Studium oder eine wissenschaftliche Mitarbeit an der Hochschule zu akquirieren und potenziellen Studierenden das Studium an der Hochschule schmackhaft zu machen, sodass sich diese hier einschreiben. Auch potentiellen Mitarbeitenden soll eine Tätigkeit an der Hochschule nahegelegt werden.

Zudem dient Xing auch zur Vernetzung mit Partnern. Durch Gegenseitiges taggen (markieren) wird die Beziehung zu diesen noch Mals gestärkt und für die Community stärker sichtbar.

Welche Funktionen weist der Dienst auf, welchen man sonst nicht hätte? Welche Funktionen sollen genutzt werden?

In der Beitrags-Funktion können Texte und Bilder veröffentlicht werden. Das ist notwendig, um beispielsweise aktuelle Pressemitteilungen, News und Termine aus dem Hochschulalltag zu teilen.

Durch die Funktion, Partner zu taggen, können Partnerschaften gefestigt und gesteigert werden.

Welche Perspektive hat die Nutzung? Was sind die Ziele?

Die Nutzung bietet die Möglichkeit, Studieninteressierte und Mitarbeitende zu akquirieren und aktuell Studierende sowie Alumni für ein weiteres Studium oder eine wissenschaftliche Mitarbeit an der Hochschule zu begeistern.

Social Media Nutzungskonzept

Gemäß Richtlinie des LfDI BaWü zur Nutzung von Sozialen Netzwerken durch öffentliche Stellen
(2017, überarbeitet 2020)

Dokumentation

Stand 14.10.2024

Klassifikation: **öffentlich**

Verantw.: HS

Version 1.0

Zudem können Partnerschaften gefestigt und gesteigert werden.

Welcher Nachteil würde durch den Verzicht der Nutzung im Umkehrschluss entstehen?

Keine Gewinnung neuer Mitarbeitender und Studierender und begrenzte Möglichkeiten über Stellenanzeigen, neue Studiengänge sowie den Alltag der der Hochschule Reutlingen zu informieren.

7.6.2 Art der Nutzung

Regelmäßige Inhalte der Beiträge, welche die Hochschule auf den Xing Accounts teilt, sind:

- Aktuelle Meldungen (News und Pressemitteilungen)
- Hinweise auf aktuelle Veranstaltungen
- Hinweise auf aktuelle Stellenausschreibungen
- Vorstellung von aktuellen Projekten
- Vorstellung von Angeboten an der Hochschule (Fakultäten, Studiengänge, wissenschaftliche Projekte)
- Direkte Kommunikation mit Interessierten und Angehörigen

Social Media Nutzungskonzept

Gemäß Richtlinie des LfDI BaWü zur Nutzung von Sozialen Netzwerken durch öffentliche Stellen
(2017, überarbeitet 2020)

Dokumentation

Stand 14.10.2024

Klassifikation: öffentlich

Verantw.: HS

Version 1.0

7.7 Mastodon

Bei Mastodon handelt es sich um einen dezentralen Mikroblogging-Dienst.

Der Dienst ermöglicht es, Fotografien und andere Medien in Form von Beiträgen zu veröffentlichen. Es ist auf dem Dienst möglich Funktionen wie Kurznachrichten, Hashtags, Likes und Follower sowie private Nachrichten zu nutzen.

7.7.1 Zweck der Nutzung

Was bezweckt die Hochschule mit der Nutzung der konkreten Plattform?

Die Hochschule nutzt die Plattform Mastodon zum Großteil dafür, Kooperationspartner, andere öffentliche Einrichtungen sowie Journalisten über Aktuelles (bspw. Termine, Veranstaltungen und Meldungen) an der Hochschule zu informieren.

Welche Vorteile in der Aufgabenerfüllung verspricht sich die Hochschule durch die weitere Nutzung der Plattform? Welchen Grund hat die (weitere) Nutzung des jeweiligen Soziale Netzwerkes?

Ein großer Vorteil von Mastodon ist der Fokus auf Datenschutz und Werbefreiheit. Während andere soziale Medien stark auf personalisierte Werbung angewiesen sind und Nutzerdaten zu Werbezwecken sammeln, ist Mastodon werbefrei. Das bedeutet zum einen keine Datenerhebung für Werbezwecke und zum anderen Privatsphäre der Nutzer. Die Nutzer haben mehr Kontrolle über ihre Daten und können sicher sein, dass ihre Informationen nicht für kommerzielle Zwecke verwendet werden. Die Hochschule sieht viel Potenzial in der dezentralen Architektur des sozialen Mediums.

Welche Funktionen weist der Dienst auf, welchen man sonst nicht hätte? Welche Funktionen sollen genutzt werden?

Im Gegensatz zu den meisten großen sozialen Netzwerken, die algorithmische Feeds verwenden, um Inhalte basierend auf Engagement zu priorisieren, bietet Mastodon einen chronologischen Feed. Das bedeutet zum einen keine algorithmische Manipulation und zum anderen eine transparente Anzeige von Inhalten. Dadurch, dass der Feed chronologisch ist, verpassen Nutzer keine wichtigen Beiträge und haben eine authentischere Interaktion mit dem Netzwerk.

Welche Perspektive hat die Nutzung? Was sind die Ziele?

Mastodon steht für offene Kommunikation und freie Meinungsäußerung innerhalb klar definierter Gemeinschaftsrichtlinien. Die Plattform fördert Freiheit von kommerziellen Interessen. Dies steht im Gegensatz zu großen Plattformen, die auf Werbeeinnahmen und Datenverkäufe angewiesen sind. Mastodon ermöglicht eine werbefreie Umgebung, in der Inhalte nicht algorithmisch gefiltert oder priorisiert werden. Hier sieht die Hochschule viel Potenzial für die Zukunft, da die Themen Datenschutz und Privatsphäre immer wichtiger werden.

Welcher Nachteil würde durch den Verzicht der Nutzung im Umkehrschluss entstehen?

Mastodon zieht eine datenschutzbewusste Zielgruppe an, die Wert auf Dezentralisierung und Privatsphäre legt. Die Hochschule würde bei Verzicht der Nutzung von Mastodon die Gelegenheit verpassen eine wachsende Zielgruppe anzusprechen, die sich von traditionellen sozialen Netzwerken abwendet, um Plattformen zu nutzen, die ihre Daten nicht monetarisieren. Gerade für die Hochschule, die ethische Praktiken oder Nachhaltigkeit fördert, ist Mastodon eine Plattform, auf der sie sich von Wettbewerbern abheben kann.

Social Media Nutzungskonzept

Gemäß Richtlinie des LfDI BaWü zur Nutzung von Sozialen Netzwerken durch öffentliche Stellen
(2017, überarbeitet 2020)

Dokumentation

Stand 14.10.2024

Klassifikation: **öffentlich**

Verantw.: HS

Version 1.0

7.7.2 Art der Nutzung

Regelmäßige Inhalte der Beiträge, welche die Hochschule auf den Mastodon Accounts teilt, sind:

- Aktuelle Meldungen (News und Pressemitteilungen)
- Hinweise auf aktuelle Veranstaltungen
- Vorstellung von aktuellen Projekten

Social Media Nutzungskonzept

Gemäß Richtlinie des LfDI BaWü zur Nutzung von Sozialen Netzwerken durch öffentliche Stellen
(2017, überarbeitet 2020)

Dokumentation

Stand 14.10.2024

Klassifikation: öffentlich

Verantw.: HS

Version 1.0

7.8 TikTok

TikTok ist ein kostenloses Videoportal für die Lippsynchronisation von Musikvideos und anderen kurzen Videoclips, welches zusätzlich Funktionen eines sozialen Netzwerks wie das Kommentieren, Teilen und Bewerten von Inhalten anbietet. Nutzer können ihre Fotos und Videos mit Filtern versehen. Außerdem kann man anderen Nutzern folgen und deren Beiträge liken bzw. kommentieren. Auch ist die Erstellung und Schaltung von Werbeanzeigen (sog. „Ads“) möglich.

TikTok dient der Hochschule dazu mit Studierenden und Studieninteressierten zu interagieren und Angebote der Hochschule vorzustellen oder das Studierendenleben humorvoll zu zeigen.

Dazu werden Fotoreihen, Livestreams und vor allem Memes zum Studierendenleben und Videos bspw. von Angeboten an der Hochschule veröffentlicht und mit entsprechenden Hashtags wie bspw. #HochschuleReutlingen #ReutlingenUniversity gekennzeichnet.

7.8.1 Zweck der Nutzung

Was bezweckt die Hochschule mit der Nutzung der konkreten Plattform?

Das primäre Ziel des TikTok Auftritts der Hochschule Reutlingen ist es, Studieninteressierte anzusprechen und das Studieren an der Hochschule attraktiver darzustellen. Dabei sollen außerdem die Bekanntheit und Wahrnehmung der Marke gestärkt werden.

Das sekundäre Ziel ist es, aktuell Studierende zu informieren und interessante Inhalte bereitzustellen, die den Studienalltag zeigen und vereinfachen.

Welche Vorteile in der Aufgabenerfüllung verspricht sich die Hochschule durch die weitere Nutzung der Plattform? Welchen Grund hat die (weitere) Nutzung des jeweiligen Sozialen Netzwerkes?

Durch die Verwendung der Plattform werden neben aktuell Studierenden auch potenziell Studierende und Alumni erreicht. Ziel ist es hierbei, eine große Community aufzubauen, aktuell Studierende sowie Alumni für ein weiteres Studium oder eine wissenschaftliche Mitarbeit an der Hochschule zu akquirieren und potenziellen Studierenden das Studium an der Hochschule (auch humorvoll) schmackhaft zu machen, sodass sich diese hier einschreiben.

Welche Funktionen weist der Dienst auf, welchen man sonst nicht hätte? Welche Funktionen sollen genutzt werden?

Die Funktion Videos auf TikTok zu veröffentlichen sollte genutzt werden, um die Angebote der Hochschule zu zeigen. Das können bspw. Videos mit mehreren Clips und einer Dauer von bis zu 60 Minuten sein. Mit einfach zu verwendenden Text- und Audio-Tools kann kreativ gearbeitet werden. Videos aus der Galerie können unkompliziert hochgeladen werden. Auch für Interviews ist das ein großer Gewinn. Videos bieten zudem eine unterhaltsame Möglichkeit, sich durch ansprechende Videos mit Studierenden und Studieninteressierten zu verbinden und Interaktionen zu fördern.

Livestreams auf TikTok sollten ebenfalls verwendet werden. So können bspw. Angebote der Hochschule gezeigt werden und Fragen können zeitgleich live beantwortet werden. Das stellt einen großen Gewinn dar, wenn es darum geht, Studieninteressierte zu informieren.

Welche Perspektive hat die Nutzung? Was sind die Ziele?

Die Nutzung bietet die Möglichkeit, Studieninteressierten zu akquirieren und aktuell Studierende sowie Alumni für ein weiteres Studium oder eine wissenschaftliche Mitarbeit an der Hochschule zu begeistern.



Social Media Nutzungskonzept

Gemäß Richtlinie des LfDI BaWü zur Nutzung von Sozialen Netzwerken durch öffentliche Stellen
(2017, überarbeitet 2020)

Dokumentation

Stand 14.10.2024

Klassifikation: öffentlich

Verantw.: HS

Version 1.0

Welcher Nachteil würde durch den Verzicht der Nutzung im Umkehrschluss entstehen?

Keine Gewinnung neuer Studierender und begrenzte Möglichkeiten über neue Studiengänge sowie den Alltag der Hochschule Reutlingen zu informieren. Die Reichweite der Öffentlichkeitsarbeit der Hochschule würde zudem unter dem Verzicht von TikTok leiden.

7.8.2 Art der Nutzung

Regelmäßige Inhalte der Beiträge, welche die Hochschule auf den TikTok Accounts teilt, sind:

- Vorstellung von aktuellen Projekten
- Vorstellung von Angeboten an der Hochschule (Fakultäten, Studiengänge, wissenschaftliche Projekte)
- Direkte Kommunikation mit Interessierten und Angehörigen
- Humorvolle Memes des Studienalltags

Social Media Nutzungskonzept

Gemäß Richtlinie des LfDI BaWü zur Nutzung von Sozialen Netzwerken durch öffentliche Stellen
(2017, überarbeitet 2020)

Dokumentation

Stand 14.10.2024

Klassifikation: öffentlich

Verantw.: HS

Version 1.0

7.9 X (ehemals Twitter)

X ist ein Netzwerk für Mikroblogs, bei welchem registrierte Nutzer kostenlos kurze Nachrichten veröffentlichen können. Diese Tweets haben eine begrenzte Länge und sind in der Regel für jedermann sichtbar. Die Benutzer können sich bei anderen Benutzern als „Follower“ registrieren, so dass sie deren Textnachrichten empfangen.

X dient der Hochschule dazu mit Journalisten und Kooperationspartner zu interagieren, aktuelle Informationen, Meldungen und Forschungsaktivitäten sowie Stellenausschreibungen zu veröffentlichen und zugänglich zu machen.

7.9.1 Zweck der Nutzung

Was bezweckt die Hochschule mit der Nutzung der konkreten Plattform?

Die Hochschule nutzt die Plattform X zum Großteil dafür, potenzielle Mitarbeitende, Kooperationspartner sowie Journalisten über Aktuelles (bspw. Termine, Veranstaltungen, Meldungen und Stellenausschreibungen) an der Hochschule zu informieren.

Welche Vorteile in der Aufgabenerfüllung verspricht sich die Hochschule durch die weitere Nutzung der Plattform? Welchen Grund hat die (weitere) Nutzung des jeweiligen Soziale Netzwerkes?

X ist besonders für seine Echtzeit-Kommunikation bekannt. Die Hochschule kann schnell auf aktuelle Themen und Trends reagieren, was die Plattform ideal für die Interaktion in Echtzeit macht. Die Plattform ermöglicht es der Hochschule zeitnah zu agieren und relevante Inhalte sofort zu veröffentlichen.

Welche Funktionen weist der Dienst auf, welchen man sonst nicht hätte? Welche Funktionen sollen genutzt werden?

Durch die Zeichenbegrenzung von 280 Zeichen müssen Botschaften auf das Wesentliche reduziert werden. Das fördert eine prägnante und klare Kommunikation, die schnell konsumierbar ist. Dies erleichtert es, Aufmerksamkeit zu erregen und Inhalte schnell zu verbreiten.

Welche Perspektive hat die Nutzung? Was sind die Ziele?

X ist die Plattform für schnelle Reaktionen auf Trends und Nachrichten. Die Hochschule kann in Echtzeit mit ihrer Zielgruppe kommunizieren, sich an relevanten Diskussionen beteiligen und auf aktuelle Ereignisse eingehen. Diese Reaktionsfähigkeit ermöglicht es, stets präsent zu sein und unmittelbar Einfluss auf die Wahrnehmung der Hochschule zu nehmen.

Welcher Nachteil würde durch den Verzicht der Nutzung im Umkehrschluss entstehen?

Keine Wahrnehmung und Interaktion mit den Zielgruppen Journalisten, potenzielle Mitarbeitende und Kooperationspartner.

7.9.2 Art der Nutzung

Regelmäßige Inhalte der Beiträge, welche die Hochschule auf den X Account teilt, sind:

- Aktuelle Meldungen (News und Pressemitteilungen)
- Hinweise auf aktuelle Veranstaltungen
- Hinweise auf aktuelle Stellenausschreibungen
- Vorstellung von aktuellen Projekten

Social Media Nutzungskonzept

Gemäß Richtlinie des LfDI BaWü zur Nutzung von Sozialen Netzwerken durch öffentliche Stellen
(2017, überarbeitet 2020)

Dokumentation

Stand 14.10.2024

Klassifikation: öffentlich

Verantw.: HS

Version 1.0

7.10 YouTube

YouTube ist die größte, bekannteste und weltweit beliebteste Videoplattform. Die Registrierung und der Video-Upload (in HD-Qualität) sind kostenlos. Es wird eine hochwertige und ausgereifte Infrastruktur zur Verfügung gestellt, um Videos veröffentlichen zu können. Sobald die Videos auf YouTube hochgeladen sind, können sie mit einem Einbetten-Code auf der eigenen Internetseite eingebunden werden. Zusätzlich enthält die Plattform Funktionen eines sozialen Netzwerks wie das Kommentieren, Teilen und Bewerten von Inhalten.

YouTube dient der Hochschule dazu mit Studierenden, Studieninteressierten und der allgemeinen Öffentlichkeit zu interagieren und Studiengänge sowie Forschungsprojekte der Hochschule vorzustellen oder in YouTube Shorts das Studierendenleben humorvoll zu zeigen.

7.10.1 Zweck der Nutzung

Was bezweckt die Hochschule mit der Nutzung der konkreten Plattform?

Das primäre Ziel des YouTube Auftritts der Hochschule Reutlingen ist es, Studieninteressierte anzusprechen und das Studieren an der Hochschule attraktiver darzustellen. Dabei sollen außerdem die Bekanntheit und Wahrnehmung der Marke gestärkt werden.

Das sekundäre Ziel ist es, aktuell Studierende zu informieren und interessante Inhalte bereitzustellen, die den Studienalltag zeigen und vereinfachen.

Welche Vorteile in der Aufgabenerfüllung verspricht sich die Hochschule durch die weitere Nutzung der Plattform? Welchen Grund hat die (weitere) Nutzung des jeweiligen Soziale Netzwerkes?

Durch die Verwendung der Plattform werden neben aktuell Studierenden auch potenziell Studierende und ihre Eltern sowie Alumni und die gesamte Öffentlichkeit erreicht. Ziel ist es hierbei, eine große Community aufzubauen, aktuell Studierende sowie Alumni für ein weiteres Studium oder eine wissenschaftliche Mitarbeit an der Hochschule zu akquirieren und potenziellen Studierenden das Studium an der Hochschule (auch humorvoll) schmackhaft zu machen, sodass sich diese hier einschreiben.

Welche Funktionen weist der Dienst auf, welchen man sonst nicht hätte? Welche Funktionen sollen genutzt werden?

Die Funktion Videos auf YouTube zu veröffentlichen sollte genutzt werden, um die Angebote der Hochschule zu zeigen. Das können entweder mehrminütige Videos im Querformat oder Kurzvideos mit mehreren Clips im Hochformat sein. Mit einfach zu verwendenden Text- und Audio-Tools kann kreativ gearbeitet werden. Videos aus der Galerie können unkompliziert hochgeladen werden. Auch für Interviews ist das ein großer Gewinn. Videos bieten zudem eine unterhaltsame Möglichkeit, sich durch ansprechende Videos mit Studierenden und Studieninteressierten zu verbinden und Interaktionen zu fördern.

Livestreams auf YouTube sollten ebenfalls verwendet werden. So können bspw. Angebote der Hochschule gezeigt werden und Fragen können zeitgleich live beantwortet werden. Das stellt einen großen Gewinn dar, wenn es darum geht, Studieninteressierte zu informieren.

Welche Perspektive hat die Nutzung? Was sind die Ziele?

Die Nutzung bietet die Möglichkeit, Studieninteressierten zu akquirieren und aktuell Studierende sowie Alumni für ein weiteres Studium oder eine wissenschaftliche Mitarbeit an der Hochschule zu begeistern.

Social Media Nutzungskonzept

Gemäß Richtlinie des LfDI BaWü zur Nutzung von Sozialen Netzwerken durch öffentliche Stellen
(2017, überarbeitet 2020)

Dokumentation

Stand 14.10.2024

Klassifikation: öffentlich

Verantw.: HS

Version 1.0

Welcher Nachteil würde durch den Verzicht der Nutzung im Umkehrschluss entstehen?

Keine Gewinnung neuer Studierender und begrenzte Möglichkeiten über neue Studiengänge sowie den Alltag der Hochschule Reutlingen zu informieren. Die Reichweite der Öffentlichkeitsarbeit der Hochschule würde zudem unter dem Verzicht von YouTube leiden.

7.10.2 Art der Nutzung

Regelmäßige Inhalte der Beiträge, welche die Hochschule auf den YouTube Accounts teilt, sind:

- Vorstellung von aktuellen Projekten
- Vorstellung von Angeboten an der Hochschule (Fakultäten, Studiengänge, Lernzentrum, wissenschaftliche Projekte)
- Humorvolle Memes des Studienalltags

Social Media Nutzungskonzept

Gemäß Richtlinie des LfDI BaWü zur Nutzung von Sozialen Netzwerken durch öffentliche Stellen
(2017, überarbeitet 2020)

Dokumentation

Stand 14.10.2024

Klassifikation: öffentlich

Verantw.: HS

Version 1.0

7.11 Twitch

Twitch ist eine Live-Streaming-Plattform, die sich hauptsächlich auf Videospiele und eSports konzentriert, aber auch Inhalte wie Kunst, Musik, Talkshows und Lifestyle-Streams anbietet. Die Plattform ermöglicht es Nutzern, in Echtzeit Videos zu streamen oder anzusehen, während sie live mit den Zuschauern über einen integrierten Chat interagieren.

Twitch dient der Hochschule dazu mit Studierenden und Studieninteressierten (besonders im Bereich der MINT-Fächer) zu interagieren und Studiengänge (bspw. Vorlesungen) sowie studentische Projekte der Hochschule vorzustellen.

7.11.1 Zweck der Nutzung

Was bezweckt die Hochschule mit der Nutzung der konkreten Plattform?

Das primäre Ziel des Twitch Auftritts der Hochschule Reutlingen ist es, Studieninteressierte anzusprechen und das Studieren an der Hochschule attraktiver darzustellen. Dabei sollen außerdem die Bekanntheit und Wahrnehmung der Marke gestärkt werden. Außerdem wird mit Twitch ein Freizeitangebot für die Studierenden bereitgestellt.

Das sekundäre Ziel ist es, aktuell Studierende zu informieren und interessante Inhalte bereitzustellen, die den Studienalltag zeigen.

Welche Vorteile in der Aufgabenerfüllung verspricht sich die Hochschule durch die weitere Nutzung der Plattform? Welchen Grund hat die (weitere) Nutzung des jeweiligen Soziale Netzwerkes?

Durch die Verwendung der Plattform werden hauptsächlich potenzielle Studierende angesprochen. Ziel ist es hierbei, eine große Community aufzubauen und potenziellen Studierenden das Studium an der Hochschule (auch humorvoll) schmackhaft zu machen, sodass sich diese hier einschreiben. Schülerinnen und Schüler, die sich für MINT-Fächer interessieren, sind laut verschiedener Umfragen auf Twitch und selten auf anderen sozialen Medien vertreten. Daher ist es besonders wichtig, dass die Hochschule mit Twitch auch diese Zielgruppe erreicht.

Welche Funktionen weist der Dienst auf, welchen man sonst nicht hätte? Welche Funktionen sollen genutzt werden?

Während viele Plattformen Live-Streaming anbieten, ist Twitch primär auf Live-Inhalte fokussiert – im Gegensatz zu Plattformen wie YouTube, die sowohl Videos on Demand (VODs) als auch Live-Streams unterstützen. Twitch ist komplett auf Live-Streaming ausgerichtet, was Echtzeit-Interaktionen und spontane Inhalte fördert. Twitch bietet Tools zur Live-Moderation, Echtzeit-Chats und interaktive Features.

Twitch bietet mehrere Möglichkeiten, um eine engagierte Community rund um einen Kanal aufzubauen. Streamer können ihre eigenen Communities pflegen, indem sie exklusive Subscriber-Vorteile oder Community-Events anbieten, um ihre Fans zu binden.

Welche Perspektive hat die Nutzung? Was sind die Ziele?

Die Nutzung bietet die Möglichkeit, Studieninteressierten zu akquirieren und aktuell Studierende für ein weiteres Studium oder eine wissenschaftliche Mitarbeit an der Hochschule zu begeistern.

Welcher Nachteil würde durch den Verzicht der Nutzung im Umkehrschluss entstehen?

Keine Gewinnung neuer Studierender und begrenzte Möglichkeiten über neue studentische Projekte sowie den Alltag der Hochschule Reutlingen zu informieren. Die Reichweite der Öffentlichkeitsarbeit der Hochschule würde zudem unter dem Verzicht von Twitch leiden.

Social Media Nutzungskonzept

Gemäß Richtlinie des LfDI BaWü zur Nutzung von Sozialen Netzwerken durch öffentliche Stellen
(2017, überarbeitet 2020)

Dokumentation

Stand 14.10.2024

Klassifikation: **öffentlich**

Verantw.: HS

Version 1.0

7.11.2 Art der Nutzung

Regelmäßige Inhalte der Beiträge, welche die Hochschule auf den Twitch Accounts teilt, sind:

- Vorstellung von aktuellen studentischen Projekten
- Vorstellung von Angeboten an der Hochschule (Fakultäten, Studiengänge, Vorlesungen, Lernzentrum, wissenschaftliche Projekte)
- Offline-Veranstaltungen (bspw. Tag der offenen Tür) auch online zugänglich machen
- Direkte Kommunikation mit Interessierten und Angehörigen
- Streaming von Online Games mit Interaktionsmöglichkeiten mit den Zuschauenden



Social Media Nutzungskonzept

Gemäß Richtlinie des LfDI BaWü zur Nutzung von Sozialen Netzwerken durch öffentliche Stellen
(2017, überarbeitet 2020)

Dokumentation

Stand 14.10.2024

Klassifikation: öffentlich

Verantw.: HS

Version 1.0

8 Alternative Informations- und Kommunikationswege

Mit allen Anfragen können Sie sich grundsätzlich an unseren zentralen Posteingangspoststelle:

Hochschule Reutlingen
Alteburgstr. 150
72762 Reutlingen

Abteilung Hochschulkommunikation und Marketing:

Christoph Grohsmann

socialmedia@reutlingen-university.de

+49 7121 271 1086

9 Review

Dieses Nutzungskonzept wird einmal im Jahr evaluiert.