

Nutzungskonzept für den Facebook-Account der Dualen Hochschule Baden- Württemberg Karlsruhe

@DHBWKarlsruhe (<https://www.facebook.com/DHBWKarlsruhe/>)

Ansprechperson: Hochschulkommunikation

Facebook-Nutzungskonzept

Die Duale Hochschule Baden-Württemberg (DHBW) ist die erste staatliche duale, d.h. praxisintegrierende Hochschule in Deutschland. Sie wurde am 1. März 2009 gegründet und führt das seit über 40 Jahren erfolgreiche duale Modell der früheren Berufsakademie Baden-Württemberg fort. Als öffentliche Einrichtung begreift sie die regelmäßige Information der Öffentlichkeit über Forschung, Studium, Lehre sowie zu Veranstaltungen als eine wichtige Aufgabe.

Daher findet auch die Öffentlichkeitsarbeit für die DHBW Karlsruhe auf Facebook statt. Mit dem vorliegenden Nutzungskonzept übernimmt die DHBW Karlsruhe entsprechend der „Richtlinie des Landesbeauftragten für Datenschutz und Informationsfreiheit (LfDI) zur Nutzung von sozialen Netzwerken durch öffentliche Stellen“ als öffentliche Stelle ihre Verantwortung und Vorbildfunktion zur Nutzung sozialer Medien.

Bitte beachten Sie dazu auch unsere Datenschutzerklärung und Abschätzung der Folgen der Facebook-Nutzung der Hochschule.

1. Allgemeines zu Facebook

Facebook ist ein soziales Netzwerk für Textbeiträge, Fotos, Videos und Livestreams. Registrierte Nutzer*innen können über diesen Dienst kostenlos ihre Inhalte veröffentlichen, sich mit anderen Nutzer*innen oder mit Fan-pages vernetzen, deren Beiträge kommentieren, „ liken “ und teilen.

Die Benutzer*innen können Fanpages liken oder abonnieren, sodass sie deren Nachrichten im eigenen News-Feed lesen können.

Vorteile von Facebook sind seine große Reichweite und – im Gegensatz zu manch anderen sozialen Netzwerken – seine Lesbarkeit ohne die Notwendigkeit einer eigenen Anmeldung für den/die Nutzer*in.

Inhalte von Fanpages können von Nutzer*innen auch ohne Anmeldung bei Facebook gelesen werden.

Mehr Informationen zu Facebook finden Sie hier:

<https://de.newsroom.fb.com/company-info/>

2. Zweck der Nutzung von Facebook durch die DHBW Karlsruhe

Durch die Facebook-Fanpage werden die bestehenden Kommunikationskanäle, wie Website, Pressemitteilungen, Newsletter, Printprodukte und Veranstaltungen, sinnvoll ergänzt.

Mit Hilfe der Facebook-Fanpage lässt sich ein vielfältiges Bild vom Lernen, Lehren, Forschen und Leben an der DHBW Karlsruhe zeichnen, das sowohl Studieninteressierte anspricht als auch die Identifikation der Studierenden wie der Alumnae und Alumni mit ihrer Hochschule steigert. Zudem können so der Öffentlichkeit Einblicke in Forschung und Lehre der Hochschule sowie in die Arbeit von Einrichtungen der Hochschule, studentischen Organen und Initiativen vermittelt werden.

Für einige Zielgruppen sind die „klassischen“ Instrumente allein (Print und Webseite) nicht mehr ausreichend. Gerade im Hinblick auf die Zielgruppe von Studieninteressierten, Studierenden und Mitarbeiter*innen haben wir festgestellt, dass wir diese viel direkter und schneller über Facebook erreichen können, zumal interessierte Empfänger*innen einfach unsere Fanpage abonnieren können. Die Facebook-Fanpage ermöglicht eine weitreichende Verbreitung unserer Meldungen, Stories und Impressionen und eine unmittelbare Reaktion auf das jeweilige Geschehen.

Zudem ist Facebook ein Kanal zur Kommunikation und zum Zuhören. Hier können sich Studierende und Studieninteressierte niederschwellig und unkompliziert mit Fragen, Anregungen oder auch Kritik an ihre Hochschule wenden. So ermöglicht Facebook als „Zuhörmedium“ der Hochschule eine enge, direkte Kommunikation auf Augenhöhe mit ihren Zielgruppen. Facebook kann so insgesamt ein informatives, einladendes, menschliches Bild der Hochschule vermitteln.

3. Art und Umfang der Nutzung von Facebook durch die DHBW Karlsruhe

Die Facebook-Seite der DHBW Karlsruhe informiert die Nutzer*innen über aktuelle Themen, Veranstaltungen, Projekte, Forschung und Lehre, Serviceangeboten sowie sonstiges Wissenswertes rund um den Campus. Wir nutzen Facebook hingegen nicht als Beratungskanal. Anfragen, die uns über den zur Seite gehörenden Facebook-Nachrichtenkanal erreichen, werden direkt an die zuständige Stelle weitervermittelt und auf Kommunikationskanäle wie Telefon und E-Mail verwiesen.

Regelmäßige Inhalte der Beiträge auf der Facebook-Fanpage der DHBW Karlsruhe sind:

- Aktuelle Newsmeldungen aus dem Bereich Studium, Veranstaltungen, Erfolge und Forschung
- Berichte über studentische Projekte oder Exkursionen
- Ankündigungen von Veranstaltungen und Vorträgen
- Erinnerungen an Fristen
- Informationen zu Betreuungs- und Beratungsangeboten der Hochschule
- Informationen über Veränderungen der Hochschule
- Campus-Impressionen
- Weitere für die Zielgruppe „Studieninteressierte“ und „Studierende“ relevante Themen

4. Verantwortlichkeiten für die redaktionelle/technische Betreuung

Die Verantwortlichkeit für die redaktionelle Betreuung des Facebook-Accounts der DHBW Karlsruhe liegt bei der Abteilung Hochschulkommunikation der DHBW Karlsruhe (hochschulkommunikation@dhbw-karlsruhe.de).

5. Alternative Informations- und Kontaktmöglichkeiten

Wir weisen die Nutzer*innen darauf hin, dass der Facebook-Kanal lediglich eine zusätzliche Option darstellt, um mit der DHBW Karlsruhe in Kontakt zu treten oder Informationen von dieser zu erhalten.

Alternativ können die über Facebook angebotenen Informationen auch über die entsprechenden Verlinkungen auf der Webseite der DHBW Karlsruhe unter www.karlsruhe.dhbw.de der auf den weiteren verlinkten Webseiten abgerufen werden.

Weitere Kontaktmöglichkeiten:

Anschrift:

DHBW Karlsruhe
Erzbergerstraße 121

76133 Karlsruhe
Telefon: +49.721.9735-5

Kontaktformular:

<https://www.karlsruhe.dhbw.de/kontakt/kontaktformular.html>

Allgemeine Studienberatung:

Sie erreichen die Allgemeine Studienberatung per E-Mail unter studienberatung@dhbw-karlsruhe.de und per Telefon unter +49.721.9735-976.

6. Selbstverpflichtung

Dieses Nutzungskonzept wird einmal im Jahr von der Hochschulkommunikation hinsichtlich des Ob und Wie der Nutzung evaluiert. Diese Evaluierung des Nutzungskonzepts berücksichtigt die Nutzungszahlen und Reichweiten sowie die Zielgruppenstruktur der Netzwerke.