



Die Universität Hohenheim informiert über die Nutzung von Facebook (Meta)..

Facebook(Meta)-Nutzungskonzept der Universität Hohenheim

Die Öffentlichkeitsarbeit für die Universität Hohenheim findet auch auf Facebook (Meta) statt. Mit dem vorliegenden Nutzungskonzept übernimmt die Universität Hohenheim 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\(Meta\)-Nutzung](#).

1. Allgemeines zu Facebook (Meta)

Facebook ist ein soziales Netzwerk für Texte, Fotos, Videos und Live-Streams. Registrierte Nutzer:innen können über diesen Dienst kostenlos ihre Inhalte veröffentlichen, sich mit anderen Nutzer:innen oder mit Fanpages vernetzen, deren Beiträge kommentieren, „ liken“ und teilen.

Die Benutzer:innen können Fanpages liken oder abonnieren, so dass 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 Instagram durch die Universität Hohenheim

Durch die Facebook-Fanpage werden die bestehenden Kommunikationskanäle, wie Internetauftritt, 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 Universität Hohenheim 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 waren 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 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 Universität 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 Instagram durch die Universität Hohenheim

Die Facebook-Fanpage der Universität Hohenheim informiert die Nutzer:innen über aktuelle Berichterstattung zu universitären Themen, Veranstaltungen, Nachrichten aus Wissenschaft, Forschung und Lehre, Serviceangeboten, Studierendenjobs 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 Universität Hohenheim sind:

- Veranstaltungsankündigungen, Liveberichterstattung und Rückblicke
- Erinnerungen an Termine und Fristen
- Pressemitteilungen und Inhalte aus dem HOnK-Onlinekurier (wie z.B. Rankings, Besser wäre besser, Wahlergebnisse)
- Tipps zu aktuellen Themen
- Besonderes Engagement und Erfolge der Studierenden
- Nicht-Leistungsbezogene Angebote (Universitätssport, Musik, Theater, Sprachkurse uvm.)

4. Verantwortlichkeiten für die redaktionelle/technische Betreuung

Die Verantwortlichkeit für die redaktionelle Betreuung liegt bei der Abteilung Hochschulkommunikation, insbesondere der Social Media-Redaktion.

5. Alternative Informations- und Kontaktmöglichkeiten

Wir weisen die Nutzer:innen darauf hin, dass der Facebook-Kanal lediglich eine zusätzliche Option darstellt, um mit der Universität Hohenheim in Kontakt zu treten oder Informationen von dieser zu erhalten. Alternativ können die über Facebook angebotenen Informationen auch über die entsprechenden Verlinkungen auf unserem Internet-Angebot unter <https://www.uni-hohenheim.de/> oder auf den weiteren verlinkten Webseiten abgerufen werden.

Mit allen Anfragen können Sie sich grundsätzlich an unseren [zentralen Posteingang](#) wenden. Presseanfragen können Sie an presse@uni-hohenheim.de richten. Das Social-Media-Team erreichen Sie unter presse@uni-hohenheim.de.

Telefonisch erreichen Sie die Universität Hohenheim unter der 0711 459 0.

Besucheranschrift

Schloss Hohenheim 1
70599 Stuttgart

Postanschrift

Universität Hohenheim
70593 Stuttgart

Eine Übersicht über die verschiedenen Wege, mit der Universität Hohenheim in Kontakt zu treten, finden Sie hier: <https://www.uni-hohenheim.de/anfahrt>

6. Selbstverpflichtung

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