

Nutzungskonzept für den Twitter-Account der Dualen Hochschule Baden-Württemberg Stuttgart

@DHBW Stuttgart https://twitter.com/dhbw_stgt

Ansprechperson: Hochschulkommunikation

Twitter-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 Stuttgart auf Twitter statt. Mit dem vorliegenden Nutzungskonzept übernimmt die DHBW Stuttgart 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 Twitter-Nutzung der Hochschule.

1. Allgemeines zu Twitter

Twitter (englisch für „Gezwitscher“) ist ein soziales Netzwerk für Kurznachrichten, Fotos und Videos. Registrierte Nutzer*innen können über diesen Dienst kostenlos kurze Nachrichten veröffentlichen. Diese Tweets haben eine begrenzte Länge und sind in der Regel für jedermann sichtbar.

Die Nutzer*innen können anderen Nutzer*innen „folgen“, so dass sie deren Nachrichten im eigenen Twitter-Feed lesen können.

Vorteile von Twitter sind seine große Reichweite und – im Gegensatz zu manch anderen sozialen Netzwerken – seine Lesbarkeit ohne die Notwendigkeit einer eigenen Anmeldung für die Nutzer*innen, sowie die Nutzung ohne Verwendung eines Klarnamens.

Mehr Informationen zu Twitter finden Sie hier: <https://about.twitter.com/de.html>

2. Zweck der Nutzung von Twitter durch die DHBW Stuttgart

Durch den Twitter-Kanal werden die bestehenden Kommunikationskanäle, wie Internetauftritt, Pressemitteilungen, Newsletter, Printprodukte und Veranstaltungen, sinnvoll ergänzt.

Für einige Zielgruppen sind die „klassischen“ Instrumente allein (Print, Webseite, Mailing) nicht mehr ausreichend. Gerade im Hinblick auf die Zielgruppe von Journalist*innen, Politiker*innen, aber auch im Hinblick auf die wissenschaftliche (Forschungs-) Community sowie die Studierenden, haben wir festgestellt, dass wir diese viel direkter, schneller und tagesaktuell über Twitter erreichen können, zumal interessierte Empfänger*innen entsprechende Tweets abonnieren können.

Der Twitter-Kanal ermöglicht eine weitreichende Verbreitung unserer Meldungen, eine bessere Vernetzung zu anderen Institutionen und Informationsquellen und eine unmittelbare Reaktion auf das jeweilige Geschehen.

Des Weiteren kann die DHBW Stuttgart über den direkten Dialog mit Studierenden, Studieninteressierten, Alumni und Partner treten, um Meinungsbilder einzuholen und Feedback zu erhalten, um unsere Aufgabenerfüllung zu optimieren.

Durch die Nutzung von Twitter soll die Öffentlichkeit noch besser am Hochschulgeschehen teilhaben können.

3. Art und Umfang der Nutzung von Twitter durch die DHBW Stuttgart

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

Die regelmäßigen Beiträge umfassen:

- Aktuelle Newsmeldungen aus dem Bereich Studium, Veranstaltungen, Erfolge und Forschung
- Berichte über studentische Projekte oder Exkursionen
- Berichte über Kooperationen mit Unternehmen
- 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

Die Inhalte der Twitter-Beiträge sind immer nur zusätzliche, freiwillig konsumierbare Informationen. Essentielle Informationen der DHBW Stuttgart sind ohne Zugehörigkeit zu einem sozialen Netzwerk erhältlich und auf der offiziellen Website der DHBW Stuttgart zu finden. Daher werden auf den Social Media Accounts nur zusätzliche und freiwillige Angebote, bei denen kein Zwang zur Teilnahme besteht, veröffentlicht. Informationen für Studierende zum Studienbetrieb gehören ausschließlich in Moodle bzw. auf die Webseite.

4. Verantwortlichkeiten für die redaktionelle/technische Betreuung

Die Verantwortlichkeit für die redaktionelle Betreuung und technische Administration des Twitterkanals liegt bei der Abteilung Hochschulkommunikation der DHBW Stuttgart pr@dhw-stuttgart.de.

5. Alternative Informations- und Kontaktmöglichkeiten

Wir weisen die Nutzer*innen darauf hin, dass der Twitter-Kanal lediglich eine zusätzliche Option darstellt, um mit der DHBW Stuttgart in Kontakt zu treten oder Informationen von dieser zu erhalten. Alternativ können die über Twitter angebotenen Informationen auch über die entsprechenden Verlinkungen auf der Webseite der DHBW Stuttgart www.dhbw-stuttgart.de und der auf den weiteren verlinkten Webseiten abgerufen werden.

Weitere Kontaktmöglichkeiten:

Anschrift:

DHBW Stuttgart
Rotebühlstr. 133
70197 Stuttgart

Allgemeine Studienberatung:

Sie erreichen die Allgemeine Studienberatung per E-Mail unter studienberatung@dhw-stuttgart.de und per Telefon unter +49 711 1849-744.

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.

7. Begründung

7.1 Reichweite

Über Twitter erreicht die DHBW v.a. Alumni, Duale Partner, Unternehmen, Professor*innen, Lehrbeauftragte, Projektpartner*innen und Personen aus dem Bereich Wissenschaft, Forschung und Lehre. Dies stellt eine sehr breite Zielgruppe dar, wie sie auf sonst kaum einer Plattform zu finden ist. Ohne Twitter würden wir diese nicht in diesem Maße erreichen bzw. müssten einen sehr viel größeren Aufwand betreiben.

Die Zielgruppe ist auf Twitter direkter und schneller erreichbar als über andere Kanäle, wie die Websites oder per Newsletter.

Twitter-Kanal	Follower*innen
CAS	-
Heidenheim	684
Heilbronn	-
Karlsruhe	1.541
Lörrach	315
Mannheim	49
Mosbach	-
Ravensburg	118
Stuttgart	1.983
Villingen-Schwenningen	-
<i>Gesamt</i>	<i>2.101</i>

Stand: November 2022

Über Twitter ist eine gezielte Ansprache bestimmter Personengruppen möglich, die wir so direkter und schneller erreichen können.

Die Studienakademien können auf Twitter miteinander interagieren und sich gegenseitig Aufmerksamkeit verschaffen. Dies ist außerhalb von Plattformen wie Facebook schwierig. Durch die gegenseitige Bestärkung steigt auch die positive Wahrnehmung der DHBW in der Öffentlichkeit.

Andere Hochschulen sind ebenfalls bei Twitter vertreten. Es würde negativ auffallen, wenn die DHBW dort nicht aufzufinden ist. Die DHBW würde aus dem Fokus der Zielgruppe fallen.

7.2 Themen

Auf Twitter kann sich die DHBW nahbarer und lockerer präsentieren als auf anderen Plattformen, da der Duktus persönlicher ist.

Die Studienakademien nutzen Twitter v.a., um auf kommende Veranstaltungen sowie spannende Projekte aufmerksam zu machen.

Twitter spielt auch im wissenschaftlichen und Forschungsumfeld eine große Rolle und wird oft von Professor*innen genutzt, um auf ihre Projekte aufmerksam zu machen und sich mit anderen zu ähnlichen Themen zu vernetzen.

7.3 Vorteile von Twitter als Plattform

Vorteile sind u.a. unmittelbare Reaktionen auf Posts, die auf anderen Kanälen wie der Website nicht möglich sind.

Die Zielgruppe kann mit Fragen und Kommentaren über Twitter niederschwellig an die DHBW herantreten und mit ihr interagieren.

Twitter ist ein wichtiger Ort der operativen Umsetzung der strategischen Ausrichtung und Zielsetzungen der DHBW:

- **Digitalisierung:** Für eine Strategie in Richtung Digitalisierung sollte sich die DHBW auch im digitalen Umfeld bewegen und aktiv nutzen.
- **Qualitätsführerschaft:** Die DHBW kann sich klar gegenüber anderen Bildungseinrichtungen positionieren und die Vorteile des dualen Studiums beim Original herausstellen.
- **Kosteneinsparungen:** Organische Posts gewinnen viel Reichweite ohne Entstehung von Kosten. So können Ressourcen und Steuergelder eingespart werden.
- **Forschung, Innovation und Transfer:** Im Struktur- und Entwicklungsplan wird als ein Ziel „[die] Vernetzung und der Austausch von Forschenden mit ähnlichen Interessen- und Arbeitsgebieten innerhalb einer Studienakademie oder zwischen Studienakademien“¹ genannt.

¹ [Struktur- und Entwicklungsplan 2021-2025](#) der DHBW, S. 57