



Social-Media-Nutzungskonzept

Die offiziellen Präsenzen der Universität Ulm in den verschiedenen sozialen Medien werden betreut vom Social-Media-Team. Das Social-Media-Team besteht aus der Online-Redakteurin Daniela Stang sowie weiteren studentischen Hilfskräften und ist Teil der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Uni Ulm.

Aktuell werden Präsenzen auf folgenden Social Media-Kanälen betreut: **Facebook, Instagram, Mastodon, Bluesky, LinkedIn** und **Youtube**. Die Präsenz auf dem Kanal X (vormals Twitter) wurde Anfang 2025 beendet.

Social-Media-Nutzungskonzept.....	1
1. Allgemeines zu sozialen Netzwerken (Social Media)	1
2. Zweck der Nutzung von Social Media durch die Universität Ulm	1
3. Art und Umfang der Nutzung durch die Universität Ulm.....	2
4. Verantwortlichkeiten für die redaktionelle/technische Betreuung.....	2
5. Alternative Informations- und Kontaktmöglichkeiten	2
6. Selbstverpflichtung.....	2

1. Allgemeines zu sozialen Netzwerken (Social Media)

In sozialen Netzwerken können registrierte User Fotos und Videos mit kurzen Begleittexten veröffentlichen, sich mit anderen Nutzenden vernetzen, deren Beiträge kommentieren und „liken“. Die Benutzenden können ebenso Profile abonnieren, so dass sie deren Nachrichten im eigenen Feed lesen können. Vorteile von sozialen Netzwerken sind die große Reichweite und die Nutzung von Hashtags zur thematischen Zuordnung und Suche von Inhalten.

2. Zweck der Nutzung von Social Media durch die Universität Ulm

Durch die Profile auf unterschiedlichen Netzwerken werden die bestehenden Kommunikationskanäle, wie Internetauftritt, Pressemitteilungen, Printprodukte und Veranstaltungen, sinnvoll ergänzt. Mit Hilfe der Profile lässt sich ein vielfältiges Bild vom Lernen, Lehren, Forschen und Leben an der Universität Ulm zeichnen, das sowohl Studieninteressierte anspricht, als auch die Identifikation der Studierenden wie der Alumnae und Alumni und externen Entscheidungstragenden sowie der Stadtgesellschaft mit ihrer Hochschule steigert.

Für einige Zielgruppen sind die „klassischen“ Instrumente (Print und Webseite) nicht mehr ausreichend. Gerade im Hinblick auf die Zielgruppe von Studieninteressierten und Studierenden kann festgestellt werden, dass diese viel direkter und schneller über soziale Netzwerke erreicht werden können, zumal interessierte User die Profile abonnieren können. Die Profile ermöglichen eine weitreichende Verbreitung von Fotos und Videos.



Zudem ist Social Media ein niederschwelliger Kanal zur Kommunikation. Hier können sich Studierende und Studieninteressierte unkompliziert mit Fragen, Anregungen oder auch Kritik an die Hochschule wenden. So ermöglichen soziale Netzwerke eine enge, direkte Kommunikation auf Augenhöhe mit den jungen Zielgruppen. Sie können ein informatives, einladendes, menschliches Bild der Hochschule vermitteln.

3. Art und Umfang der Nutzung durch die Universität Ulm

In Social Media informiert die Uni Ulm die Nutzenden über Bunt und Wissenswertes rund um den Campus, aber auch über aktuelle universitäre Themen, Veranstaltungen und Serviceangebote. Anfragen, die über soziale Netzwerke herangetragen werden, werden direkt an die zuständige Stelle weitervermittelt und auf Kommunikationskanäle wie Telefon und E-Mail verwiesen.

Regelmäßige Inhalte der Beiträge der Uni Ulm sind beispielsweise:

- Bilder aus Forschungssituationen mit Bezug auf öffentliche Veranstaltungen der Universität
- Bilder von Universitätsgebäuden mit Bezug zu Uni-Alltag
- Bilder von besonderen Pflanzen aus dem Botanischen Garten
- Bilder von Veranstaltungen
- Vorstellung von Forschenden
- Tipps zur Organisation des Studiums
- Reposts von Beiträgen anderer User mit Bezug zur Universität

4. Verantwortlichkeiten für die redaktionelle/technische Betreuung

Die Verantwortlichkeit für die redaktionelle Betreuung liegt bei der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Uni Ulm, sowie der dazugehörigen Social Media-Redaktion, besonders Daniela Stang, Online- und Social Media-Redakteurin.

5. Alternative Informations- und Kontaktmöglichkeiten

Wir weisen die Nutzenden darauf hin, dass die Präsenzen in den sozialen Medien lediglich eine zusätzliche Option darstellen, um mit der Universität Ulm in Kontakt zu treten oder Informationen zu erhalten. Alternativ können die Informationen auch über Internet-Angebot unter www.uni-ulm.de oder auf den weiteren verlinkten Webseiten abgerufen werden.

Presseanfragen können Sie richten an: pressestelle@uni-ulm.de – Das Social-Media-Team erreichen Sie unter socialmedia@uni-ulm.de – Telefonisch erreichen Sie die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit unter: +49 731-50-22020

Anschrift:

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Universität Ulm
Helmholtzstr. 16
89081 Ulm

6. Selbstverpflichtung

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



universität
uulm

Das Social-Media-Team der Universität Ulm

socialmedia@uni-ulm.de

Ulm, 13.06.2025