



Social-Media-Guide

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, Twitter, Instagram** und **Mastodon** sowie **Youtube**.

1. [Zuständigkeit/Verantwortung](#)
2. [Sprachregelung/Schreibweisen](#)
3. [Likes, Tweets & Posts](#)
4. [Umgang mit Veranstaltungen](#)
5. [Troubleshooting](#)

Zu 1. Zuständigkeit/Verantwortung

Wir wollen, dass auf den Social-Media-Kanälen der Uni ein reger Austausch stattfindet.

Dazu erstellen wir Beiträge, Posts, Videos, Veranstaltungshinweise oder ähnliches in den unterschiedlichen sozialen Medien, die **informieren und unterhalten** sollen. Ziele sind eine **positive Bindung** der Nutzer an die Institution Universität Ulm, persönliche Nähe und eine **zeitgemäße Kommunikation**.

Die Social-Media-Kanäle unterliegen einer **regelmäßigen Kontrolle**, bzw. Monitoring durch das Social-Media-Team. Für das Erstellen von Beiträgen gibt es **Zuständigkeiten** und einen **Redaktionsplan**. Als Grundlage aller Aktivitäten im Netz gilt die **Netiquette der Uni Ulm**.

Wir erstellen unsere Beiträge nach **bestem Wissen und Gewissen** und nach erfolgter **Prüfung der Fakten**. Ebenso erlauben wir uns **Meinungsäußerungen** und Werturteile. Wir achten die **Persönlichkeits- und Urheberrechte** und formulieren fair und ausgewogen.

Die Verantwortung für die Social-Media-Kanäle, deren Betreuung und Pflege obliegt dem Social-Media-Team und der übergeordneten Einrichtung, der **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit** der Universität Ulm. Das Social-Media-Team ist erreichbar unter: socialmedia@uni-ulm.de. Wir bemühen uns um zeitnahe Antworten und Reaktionen auf konkrete Anfragen.

Im Sinne einer **Vertretungsregelung** haben weitere Personen aus der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit auf die Kanäle und/oder auf die hinterlegte E-Mail-Adresse:

- Annika Bingmann – Leitung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Martina Fischer – Mitarbeiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Zu 2. Sprachregelung/Schreibweisen

Social-Media ist schnelllebig, bietet oft nur wenig Platz für Texte und verfügt über eine spezielle „Nutzersprache“. Für uns gehen deshalb **Kürze und Lesbarkeit („Usability“)** vor kompletter Vollständigkeit. Die Verständlich- und Eindeutigkeit von Personen und Organisationen bleibt gewährleistet. Wir benutzen bei der Benennung von Personen die Form: Höchster Titel, Name + kurze Funktionsbezeichnung (Prof. Max Meier vom Institut XY oder Psychologieprofessor Max Meier).

Wir erlauben uns Abkürzungen (Studis), Emojis ;-), Zahlen und sonstige **im Internet gängige Schreibweisen** zu benutzen. Rechtschreibung und Grammatik sind an die Sprache im Social-Web angepasst.

Weitere Hinweise zur verwendeten Sprache, z.B. auch darüber, welche Posts akzeptiert werden, finden sich in der Netiquette.

Zu 3. Likes, Teilen, Tweets & Posts

Wir erstellen regelmäßig **multimediale Tweets und Posts oder Video-Content**. Die Zuständigkeiten sind in einem **Redaktionsplan** geregelt. Anlass für einen Post kann eine **Veranstaltung** (mehrmals im Vorfeld darauf hinweisen; ca. 1 Monat **vorher** und paar Tage vorher (oder wenn z.B. Vorverkauf endet), evtl. Post von der **aktuell laufenden** Veranstaltung und Post **Nachbericht** (Pressemitteilung der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit), **aktuelles Zeitgeschehen** oder eine **persönliche Begegnung/Beweggrund** sein, aber auch andere **Termine** (z.B. „Tag der Jogginghose“) sind interessant, zielgruppenrelevant und Anlass für einen Post/Beitrag.

Wir **liken, teilen und retweeten** Beiträge anderer User, um Sympathie zu zeigen und die Informationen weiter zu verbreiten. Wenn möglich, bringen wir unser Fachwissen ein. Wir sind befreundet, bzw. folgen anderen Social-Media-Präsenzen nach folgenden Prinzipien:

- Uni oder der Uni-nahestehende Institution oder Zusammenschluss(z.B. StuVe, Fachschaft XY, HNU, Partner-Uni, div. Bildungseinrichtungen...)
- Örtlicher Bezug (Stadt Ulm, Stadt Neu-Ulm, Presse/Medien, kulturelle Angebote...)
- Inhaltlicher Bezug (DFG, YERUN, ERC...)

Wir behalten es uns vor, an uns nach redaktioneller Prüfung herangetragenen **Anfragen abzulehnen** oder Profilen zu „entfolgen“.

Sofern Einrichtungen eigene Präsenzen auf Social-Media bespielen, gilt das Primat zu einem gewünschten Thema selbst einen Post zu erstellen. Diese können wir dann, gemäß unseren Grundsätzen, teilen bzw. retweeten.

Zu 4. Umgang mit Veranstaltungen (Facebook)



universität
uulm

Nach einer redaktionellen Prüfung erstellen wir einen Veranstaltungspost und bemühen uns den Veranstaltungskalender **aktuell** zu halten. Wir orientieren uns dazu an unserem Redaktionsplan.

Wir „nehmen teil“ oder liken und reposten und -tweeten Uni-Veranstaltungen, die fachbereichsübergreifend sind. Auch sollten sie **allgemein zugänglich** und von **öffentlichem Interesse** sein. Außerdem sollten sie eine **wissenschaftliche Relevanz oder generellen Bezug zum Hochschulleben** besitzen sowie **nicht kommerziell** sein.

Beispiel: Feuerzangenbowle der StuVe <https://www.facebook.com/StuVe.Ulm/?fref=ts> ,
Weihnachtsvorlesung (<https://www.facebook.com/Weihnachtsvorlesung-der-Uni-Ulm-173736729391916/?fref=ts>)

Sofern Einrichtungen eigene Präsenzen auf Social-Media bespielen, gilt das Primat zu einem gewünschten Thema selbst eine Veranstaltungsankündigung zu erstellen. Diese können wir dann, gemäß unseren Grundsätzen, teilen bzw. retweeten.

Wir behalten uns vor, Anfragen bzgl. einer Bekanntmachung abzulehnen.

Zu 5. Troubleshooting

Die Social-Media-Kanäle unterliegen einem regelmäßigen Monitoring durch das Social-Media-Team im Rahmen der **Dienstvereinbarung über die Arbeitszeit** der Universität.

Wir behalten vor, bei unqualifizierten Posts und Kommentaren, „**Shitstorm**“ oder Missbrauch des Kanals für fremde Zwecke zu reagieren. Alles Weitere regelt unsere **Netiquette**.

Das Social-Media-Team der Universität Ulm

socialmedia@uni-ulm.de

Ulm, 07.01.2022