

# Workshop: Social Media der Fachgruppen

- von Geomemes zu wichtigen Informationen

Austausch (Schwerpunkt Instagram)

Göttingen:

- Aktuell zwei Studierende für Öffentlichkeitsarbeit zuständig, Kommunikation z.B. über WhatsApp
- Beiträge und Stories auf Instagram zu Veranstaltungen und geowissenschaftlichen Themen
- Vor einem Post wird dieser mit anderen Mitgliedern vom Arbeitskreis Öffentlichkeitsarbeit besprochen: z.B. ist der Beitrag politisch? Ist das Thema angemessen?

Tübingen:

- Große WhatsApp-Gruppe, die über Veranstaltungen informiert
- Politische Neutralität ist von der Universität vorgeschrieben
- Werbung für andere Gruppen/Firmen/etc. ist nicht erwünscht, außer es ergeben sich dadurch Vorteile für Studierende

Frankfurt:

- Kommunikation des „Social Media Teams“ über eine WhatsApp-Gruppe
- Der Instagram-Account wird mit anderen Studiengängen geteilt (dadurch manchmal „ein thematisches Durcheinander“)
- Sponsorings werden in Stories markiert

Freiburg:

- Werbung für Veranstaltungen, früher wurden auch regelmäßig Memes gepostet, Erinnerungen z.B. für Rückmeldungen und Fristen

GeStEIN:

- Beiträge werden für die nächsten Wochen bei Treffen besprochen und geplant
- Posts sind unpolitisch

Hamburg:

- Social Media- Präsenz wird erst aufgebaut
- Es gibt Posts zur „Ersti-Woche“ und Veranstaltungen
- Werbeanfragen werden z.T. angenommen

Hannover:

- Memes, Veranstaltungen, Ankündigungen auf Social Media
- Auf Werbeanfragen wird nicht eingegangen

Jena:

- strenger StuRa (viele Vorschriften) → nur „abgesegnete“ Veranstaltungen werden gepostet und das eher unregelmäßig

## Sonstiges:

- zweite Meinung bzgl. Beiträgen ist praktisch; Problem: oft zu wenig Leute aktiv
- Sponsorings über Social Media: eher nicht; Logo von Firmen etc. auf Veranstaltungen ja, aber sonst keine Werbung
- Instagram-Account ist für einige Studieninteressierte eine gute erste Kontaktmöglichkeit direkt zu Studierenden (z.B. bei Fragen zum Studium)
- Einverständnis für Fotos mit Personen: Personen direkt Fragen, Zettel mit Unterschriften bereit haben
- Veranstaltungen sollten 2 Wochen bis 5 Tage vorher angekündigt werden, 24h vorher kann nochmal in den Stories darauf hingewiesen werden
- E-Mails können als wichtig markiert werden, um mehr Aufmerksamkeit zu generieren
- Erinnerungen für z.B. Rückmeldung für das neue Semester, Anmeldungen und Fristen sind sinnvoll
- Vernetzung mit anderen Uni-Accounts hilfreich (z.B. von Abteilungen der Fakultät)

## Vernetzung

- Auf Website von GeStEIN: Reiter oder Karte mit den Standorten inkl. E-Mailadressen und Social Media
- Veranstaltungskalender von GeStEIN aktiv nutzen: Sommerfest und andere Veranstaltungen eintragen
- Instagram-Gruppe für Fachgruppen erstellen, um Veranstaltungen direkt zu verbreiten