



PRESSEMITTEILUNG

Barcamp zu Social Media in der Hochschulkommunikation: Wie tickt die Generation Z bei der Studien- und Berufsorientierung?

Generation Z: Arbeitsklima genauso wichtig wie Gehalt

Aktuelle Trends des Social Recruiting beim Hochschulbarcamp in Essen

Studierenden ist bei der Jobwahl ein gutes Arbeitsklima genauso wichtig wie eine gute Bezahlung, wie eine Blitzumfrage des Hochschul-App-Betreibers Uninow bei über 2846 Studierenden ergab. Bei der Jobwahl ist für 31% der Befragten eine gute Bezahlung wichtig, 30 % setzen auf ein gutes Arbeitsklima und 18 % der Befragten entscheiden sich bei spannenden Aufgaben für eine neuen Job. Diese hohe Bewertung des persönlichen Wohlfühlfaktors der jungen Generation zeigen sich auch in den Untersuchungsergebnissen des Universum CareerTest 2022* von der Employer Branding Agentur Universum, bei der die Studierenden gleich nach der exzellenten Bildung, ein freundliches und offenes Umfeld als wichtigstes Attribut einer Hochschule identifizieren. Dabei informieren sich 69% auf Online-Jobbörsen, 20% auf Websites der Unternehmen und 7% auf Social Media Plattformen über Jobangebote. Eine Mehrheit von 51% nutzt für die Suche einen Laptop oder PC und 37% das Smartphone. Die Generation Z mit ihren Wünschen und Erwartungen anzusprechen, stellt Arbeitgeber und Hochschulen vor neue Herausforderungen in ihrer Kommunikation. Beim 7. Hochschulbarcamp am 2. und 3. November 2022 in Essen diskutierten und informierten sich 150 Social Media Expert:innen von Universitäten und Hochschulen aus dem deutschsprachigen Raum über die Entwicklungen und Trends des Hochschulmarketings.

Die 150 Teilnehmenden aus dem Fachbereich Hochschulkommunikation tauschten sich beim Hochschulbarcamp im Unperfekthaus in Essen über die neusten digitalen Trends aus. Das Veranstaltungsprogramm wurde morgens von den Teilnehmenden unter Berücksichtigung ihrer Interessen und Ideen festgelegt, mit inhaltlicher Bereicherung von verschiedenen Sponsoren aus dem Fachumfeld. Die Google-Zukunftswerkstatt bot den Teilnehmenden zum Beispiel einen Workshop zum Thema Suchmaschinenoptimierung an, durch den sie ein Google-Zertifikat erwerben konnten. In über 42 Workshops hatten die Barcamper die Möglichkeit sich über verschiedenste aktuelle Themen wie die erfolgreiche Ansprache von Studierenden im Social Web, den Einsatz von Tik Tok im Hochschulmarketing und die Zukunft von Twitter auszutauschen.

Der diesjährige Social Media Innovationspreis 2022 für Hochschulen ging an Luisa Kopp-Schweinsberg und Ann-Kathrin Barton von der Ruhr-Universität Bochum für ihre Projektidee einer Social Media Mitmach-Challenge, bei der die Teilnehmenden einen Kriminalfall aufklären müssen. Dabei werden sie auf Social Media zum Lösen von Rätsel aus den Fachbereichen Physik, Chemie und Biologie herausgefordert, mit dem Ziel die Begeisterung an diesen Fachrichtungen zu wecken. Der Preis wurde zum 5. Mal verliehen und fördert die Umsetzung von Social Media Projekten von Hochschulen.



Die Veranstalter Holger Gottesmann und Philip Dunkhase freuen sich über die Resonanz und rege Beteiligung der Teilnehmenden des Barcamp: „Der Vorteil eines Barcamps ist, dass alle Teilnehmenden aktiv an der Gestaltung des Programms beteiligt sind. In den 42 Barcamp-Workshops entstand ein intensiverer Austausch zwischen den Menschen und eine Dynamik, die schwer auf klassischen Konferenzen zu finden ist. Wir freuen uns, dass so viele Fachleute aufgeschlossen gegenüber diesem Format sind und jedes Jahr wieder dabei sind.“

Die Teilnehmenden zeigen sich ebenso begeistert: „Durch die Themenoffenheit und die bunte Zusammensetzung kann man unglaublich viel Input mitnehmen. Gerade wenn man schon häufiger teilgenommen hat, weiß man, was sich lohnt und ich würde behaupten: Mehr Input, gerade im Hinblick auf die geringe Teilnahmegebühr, gibt es nirgendwo“, sagt Johannes Sträßer, Web-Content und Social Media Manager an der Universität Münster.

Die Sponsoren blicken ebenfalls zufrieden auf den Ablauf der Veranstaltung: „Das Format des Barcamps war geprägt durch einen informativen Austausch auf Augenhöhe aller Teilnehmer:innen, durch den jede/r die Möglichkeit hatte, sich fachlich weiterzuentwickeln. Im Gegensatz zu klassischen Konferenzen bzw. Frontalvorträgen ist der Anbieter einer Barcamp-Session nicht automatisch der Fachexperte, wodurch die Gruppendynamik oft erforderlich ist, um neue Lösungs- und Denkansätze zu entwickeln. Exakt diese Tatsache hat uns von SocialHub besonders am Barcamp gefallen, da dadurch eine besonders harmonisch-konstruktive Atmosphäre herrschte“, so Bastian Paul, Team Lead und Senior Account Executive im Bereich Sales von SocialHub.

Das Format Barcamp ist eine offene Tagung mit Workshops, deren Inhalte und Themen von den Teilnehmenden selbst zu Beginn der Veranstaltung festgelegt und im Verlauf gestaltet werden. Der Begriff „Bar“ kommt aus der Informatik und steht für Leertaste (Spacebar) oder Platzhalter, welche schließlich mit den Inhalten der Teilnehmenden gefüllt werden. Das Hochschulbarcamp fand insgesamt zum 7. Mal statt.

**Universum CareerTest 2022: 38 619 Befragte, Zeitraum: September 2021 bis März 2022*

Bildmaterial gibt es hier: <https://www.picdrop.com/bambule/X8SsiJtnTy?s=08>

Pressekontakt:

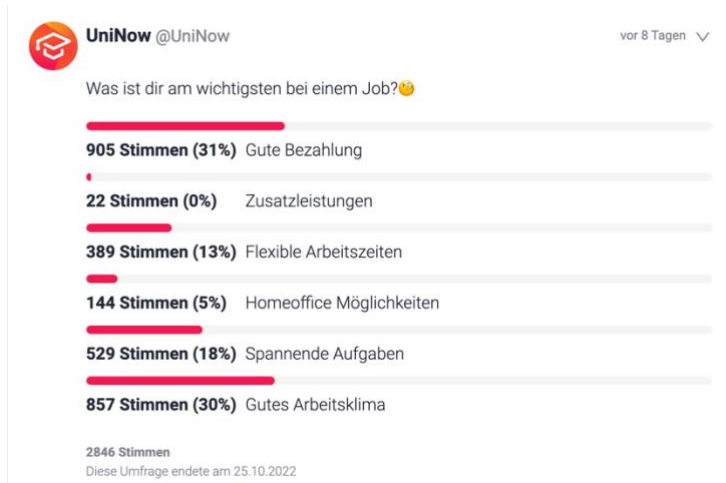
Philip Dunkhase

Mobil: 004915114431052

Email: hochschulbarcamp@gmail.com



Anhang: Ergebnisse der Uninow Umfragen



(Uninow Umfrage am 24.10.2022 mit 2846 Befragten)



(Uninow Umfrage am 26.10.2022 mit 5133 Befragten)



(Uninow Umfrage am 28.10.2022 mit 2892 Befragten)