

PRESSEMITTEILUNG

Digitale Hochschulkommunikation von morgen - wer macht an deutschen Hochschulen was, wie und warum?

Ist meine Zielgruppe überhaupt noch bei Facebook? Wie ticken die Studieninteressierten von morgen? Wie kann ich Alumni über LinkedIn binden? Wie kann ich meine Community datenschutzrechtlich sicher managen? Diese und weitere Themen beschäftigten Social Media Experten von Universitäten und Hochschulen aus dem deutschsprachigen Raum beim 4. Hochschulbarcamp 2018, welches vom 15. – 16. Februar in Essen stattfand.

Knapp 200 Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus Deutschland und Österreich trafen sich an der FOM Hochschule in Essen zum Erfahrungsaustausch und Wissenstransfer zum 4. Hochschulbarcamp, welches von verschiedenen Sponsoren aus dem Fachumfeld unterstützt wurde.

Es wurden 47 Workshop-Themen am Morgen der Tagung nach den Vorschlägen und Ideen aus dem Teilnehmerkreis festgelegt, dadurch entstanden tagesaktuelle Diskussionen mit hoher Resonanz. Inhaltlich drehten sich die Workshops vor allem um den zielgruppengerechten Einsatz der verschiedenen Social Media Kanäle, praktische Tipps zu Datenschutz, Bildrechten, 360 Grad Videos, Virtual Reality oder Videoequipment, Sponsorenpräsentationen bis hin zu „Selbsthilfegruppen“ zu hochschulspezifischen Anforderungen.

Organisator Holger Gottesmann freute sich über das aktive Engagement: „Wir sind vor vier Jahren mit 40 Teilnehmern gestartet, in diesem Jahr konnten wir rund 200 Social Media Manager, Alumni-Manger und Kommunikatoren von unterschiedlichsten Hochschultypen begrüßen.

„Unser Anliegen ist es, die Teilnehmerinnen und Teilnehmer zu den Social Media Trend-Themen zu vernetzen, die sie aktuell bewegen und gemeinsam Probleme zu identifizieren und Lösungen zu entwickeln. Das geht vor allem in den 47 Workshop-Sessions, aber auch im Rahmen der Abendveranstaltung, die jedes Jahr in der Kreativlocation Unperfekthaus hier in Essen stattfindet, die sich perfekt für diesen Zweck eignet. Für noch mehr Dynamik sorgte in 2018 der ausgeschriebene Social Media Innovationspreis 2018. Eine Fachjury hat eine Vorauswahl der eingereichten Konzepte vorgenommen und die TU Berlin, FH Dortmund und Universität Bielefeld für den Pitch nominiert. In dem Elevator Pitch vor 200 Social Media Hochschul-Managern wurde über ein Live Voting –Tool per Handy die Universität Bielefeld für die Idee „CampusPlaylists für den Spotify-Account der Universität Bielefeld“ ausgezeichnet. Die Dynamik hierbei ist wirklich jedes Jahr richtig gut, erklärt Philip Dunkhase von alumni-clubs.net, ebenfalls einer der Organisatoren des Barcamps.“

Auch die Barcamper selbst waren von der diesjährigen Konferenz begeistert:

„Es war spontan, ungeordnet, aber wahnsinnig hilfreich. Gerne nächstes Jahr wieder.“, fasst Alice Büsch, Online-Redakteurin an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster ihre Eindrücke zusammen.

Frank Muscheid, Online-Redakteur der Universität Osnabrück: „Das war mein erstes Barcamp, ich bin beeindruckt. Problemlösungen für künftige Hochschulkommunikation im Vorbeigehen. Ganz viel Inspiration, überraschende Gespräche sowie wichtige Kontakte für den Telefonjoker im eigenen Job.“

Das Format Barcamp ist eine offene Tagung mit Workshops, deren Inhalte und Themen von den Teilnehmern selbst zu Beginn der Veranstaltung festgelegt und im Verlauf gestaltet werden. Der Begriff „Bar“ kommt aus der Informatik und bezeichnet einen Platzhalter, welcher schließlich mit den Inhalten der Teilnehmer gefüllt werden. Das Hochschulbarcamp in dieser Form hat in 2018 zum vierten Mal stattgefunden.

Weitere Informationen unter: www.hscamp.de

#hscamp18