

Social Media Innovationspreis 2018

Digitale Hochschulkommunikation von morgen – neue Konzepte im Social Media Marketing

Im Rahmen des Hochschulbarcamp 2018 war die Auszeichnung eines innovativen Social Media Konzepts einer Hochschule, das Highlight des zweiten Tages. Der Preis soll die Umsetzung einer kreativen Idee ermöglichen, welche zum Beispiel aufgrund von mangelnden Ressourcen noch nicht in einer Hochschule umgesetzt wurde.

Organisator Philip Dunkhase, Vorstandsmitglied von alumni-clubs.net e.V. freut sich über die rege Beteiligung am Social Media Innovationspreis 2018. Nach unserer Auffassung, erklärt Dunkhase, erfordern der internationalisierte Wettbewerb sowie der rasante technische Fortschritt neue Strategien in der Hochschulkommunikation. Vor dem Hintergrund einer zunehmend globalisierten Informationsgesellschaft, steigender Mobilität und der Virtualisierung sozialer Beziehungen im Internet hält der D-A-CH Verband alumni-clubs.net e.V. mit seinen 300 Hochschulmitgliedern das aktive Interagieren, Kooperieren und Vernetzen zwischen der Hochschule und ihren Studierenden, Alumni und Stakeholdern im Mikro- und Makroumfeld der Hochschulen für einen zukünftig wichtigen Bestandteil. Wir fördern mit dem Preis Interaktion und keine klassische und absenderorientierte Pressearbeit.“

Es wurden neun sehr unterschiedliche Konzepte eingereicht, die die facettenreichen Möglichkeiten von Social Media in der Hochschulkommunikation deutlich machten. Eine Fachjury hat anhand der Kriterien Zielgruppendefinition, Innovationsgehalt, Social Media Anbindung, Umsetzbarkeit und virale Verbreitung eine Vorauswahl getroffen und drei Konzepte für einen Pitch nominiert.

Die drei Konzepte

- „Unboxing FH Dortmund“, Fachhochschule Dortmund
- „Pimp your Audimax – Street Art für Ideen der Zukunft mit Instawalk“, TU Berlin
- „CampusPlaylists“, Universität Bielefeld

überzeugten die Jury als Ideen, die sich bei entsprechendem Engagement im Laufe des kommenden Jahres „zum Fliegen“ bringen lassen. Mit „Unboxing der FH Dortmund“ wird der Imagefilm in einem witzigen Format neu erfunden. „Pimp your Audimax“ trägt auf charmante Weise den Claim der Uni „Wir haben die Ideen der Zukunft“ in die Öffentlichkeit. Die Universität Bielefeld will über Spotify auf innovative Weise die Identifikation der Studierenden mit der Hochschule stärken: Das soll darin gipfeln, dass diese den 50. Uni-Geburtstag 2019 mit ihren eigenen Lieblingsongs feiern.

Nach den Kurzpräsentationen der Verantwortlichen vor den rund 200 Teilnehmern wurde über ein Live-Voting-Tool per Handy die Universität Bielefeld für die Idee „CampusPlaylists“ ausgezeichnet. Moritz Schmidt-Degenhardt, Social Media Referent der Universität Bielefeld, der in seinem humorvollen Pitch viele Lacher auf seiner Seite hatte, nahm den Preis von Jury-Sprecherin Dorothee Fricke entgegen.

Was umfasst der Preis?

Neben einer offiziellen Urkunde umfasst der Preis verschiedene Sachleistungen der Sponsoren. Darüber hinaus stehen Mitglieder der Fachjury dem Gewinner auch nach der Veranstaltung beratend zur Seite und unterstützen gegebenenfalls bei der konkreten Umsetzung.

Die Preise im Einzelnen sind:

- ZEIT: Werbeleistungen im Wert von 1.000 € + Mediaplanung und Beratung
- StudyCheck: Ein Premium Hochschulprofil für ein Jahr und eine Facebook Kampagne inkl. Planung und Durchführung im Wert von (zusammen) 1.000 €
- Alumnii: 1 Jahr kostenfreie Nutzung der Plattform inkl. Installation und Beratung
- UNICUM: Werbeleistungen im Wert von 1.000 € + Mediaberatung
- LinkedIn: Einladung zu LinkedIn nach München & 1 Tag Coaching vor Ort und Einführung in verschiedene LinkedIn Tools