

WIR IN DEN MEDIEN

Prof. Dr. Sabine Eggers verantwortet als Vizepräsidentin der Hochschule Osnabrück den Bereich Hochschulmarketing. Welche Relevanz haben in diesem Feld die Sozialen Medien und Online-Vergleichsportale?

14- bis 29-Jährige, und damit auch unsere Studierenden und Studieninteressierte, verbringen immer mehr Zeit online. Nach Daten der jüngsten ARD/ZDF-Onlinestudie aus diesem Oktober liegt die tägliche Nutzungsdauer bei 353 Minuten. Tag für Tag fast sechs Stunden im Internet. Die Verbrauchs- und Medienanalyse (VuMA) 2018 zeigt zudem, dass mehr als 90 Prozent der Studierenden in Deutschland mehrmals wöchentlich Soziale Medien nutzen - und damit deutlich über dem Querschnitt der Bevölkerung liegen (52%).

Derartige Zahlen wecken interessanterweise immer wieder starke Emotionen. Man kann das beispielsweise verlässlich beobachten, wenn sich Vertreterinnen und Vertreter von Hochschulen aus ganz Deutschland bei Kommunikations-Tagungen treffen. Im Blick auf Soziale Medien reicht die Spanne von Ablehnung, unter anderem weil die Kanäle zu oberflächlich seien, bis zu glühender Begeisterung, gerade weil die Kanäle mehr Nähe, Dialog und Hintergründigkeit zuließen.

Für die Außendarstellung der Hochschule Osnabrück ist der Internetauftritt Dreh- und Angelpunkt

Was heißt dies alles nun für die Kommunikation über die Hochschule Osnabrück? Zunächst einmal möchten wir natürlich unseren Zielgruppen vor Augen führen, was wir in Lehre und Forschung bieten und leisten. Bei der Zielgruppe der Studierenden und Studieninteressierten heißt das an erster Stelle, eine informative, auf verschiedenen Endgeräten problemlos handhabbare und attraktive Webseite zu haben. Für die Außendarstellung der Hochschule Osnabrück ist der Internetauftritt der Dreh- und Angelpunkt. Seit 2016 gibt es den neuen Webauftritt unserer Hochschule, der in der bundesweiten Hochschulwelt großen Anklang gefunden und - das können wir sagen - vielen als Inspiration gedient hat.

Auch Hochschul-Vergleichsportale im Internet wie beispielsweise studycheck.de benötigen unsere Aufmerksamkeit. Wir haben unsere Bemühungen hier in der jüngeren Vergangenheit verstärkt. Natürlich kann - sollte man sogar - immer kritisch hinterfragen, wie die Vergleichsportale arbeiten und zu Ergebnissen kommen. Das tun wir. Aber unser Blick auf die Praxis führt auch zu dieser Erkenntnis: Wenn ein junger Mensch sich für ein Studium an der Hochschule Osnabrück interessiert und als oberen Treffer in einer Internet-Suchanfrage zur Hochschule



Seit diesem Frühjahr gibt es einen offiziellen Instagram-Kanal der Hochschule Osnabrück: www.instagram.com/hs_osnabrueck

sieht, dass bei weit mehr als 1.000 abgegebenen Bewertungen ein außergewöhnlich positiver Wert herauskommt, hat das eine hohe Relevanz.

Und die Sozialen Medien, Twitter, Facebook, Instagram und Co? Spielen sie eine Rolle? Die aktuellen Zahlen der ARD/ZDF-Onlinestudie haben Sie gelesen. Anfang Dezember haben wir auf Facebook fast 11.700 Abonnentinnen und Abonnenten, auf Instagram, dem erst vor wenigen Monaten eröffneten und derzeit am stärksten wachsenden Hochschul-Kanal, mehr als 2.800. Die Sozialen Medien, sie sind prägender Teil des Alltags vor allem jüngerer Menschen. Wenn die Hochschule in dieser Lebenswelt nicht präsent ist, wird sie absehbar an Aufmerksamkeit verlieren und es schwer haben, den umworbenen Personen ihre Angebote und Inhalte vor Augen zu führen.

Das gedruckte Wort hat damit nicht ausgedient, auch wenn das alltägliche Grundrauschen der Sozialen Medien manchmal den Eindruck erweckt. Es gibt große Zielgruppen, die Inhalte viel eher über einen Artikel in der regionalen Tageszeitung oder aber auch in einem Hochschul-Journal erreichen. Das ist eine der Herausforderungen: einen Mix an Kommunikationskanälen zu bieten, der möglichst viele Zielgruppen wirkungsvoll bedient.

WIR IN DER GESELLSCHAFT

Prof. Dr. Thomas Steinkamp verantwortet als Vizepräsident der Hochschule Osnabrück den Bereich Gesellschaftliches Engagement. Was heißt das eigentlich? Für das Hochschul-Journal hat er es aufgeschrieben.

Hochschulen besitzen eine besondere Verantwortung gegenüber der Gesellschaft, in deren Auftrag sie lehren und forschen. Ihr Beitrag bei der Entwicklung regionaler Arbeitsmärkte und Wirtschaftsräume scheint dabei unbestritten und unsere wissenschaftliche Leistung dokumentiert sich in Publikationen und eingeworbenen Drittmitteln.

Seit einigen Jahren wächst die Erkenntnis, dass Hochschulen auch einen relevanten Beitrag zur sozialen, kulturellen und politischen Entwicklung der Zivilgesellschaft leisten - und auch leisten wollen. Die Grundordnung unserer Hochschule stellt ihre gesellschaftliche Verantwortung heraus, das „Projekt 2023“ sieht hierin ein profilbildendes Merkmal der Hochschule und auch in den Zielvereinbarungen mit dem niedersächsischen Ministerium für Wissenschaft und Kultur verpflichten wir uns zum gesellschaftlichen Engagement.

Dabei ist es eigentlich selbstverständlich, dass wir uns als anwendungsorientierte Hochschule insbesondere mit den Ursachen, Wirkungen und Folgen unseres fachwissenschaftlichen Tuns auseinandersetzen und diesbezüglich argumentationsstark und debattenfähig sein müssen.

Selbstverständlicher Teil des Hochschulalltags

An unserer Hochschule gibt es zahlreiche gesellschaftsbezogene Aktivitäten. Blättern Sie nur durch diese Ausgabe, und Sie finden zahlreiche Beispiele. Vielfach geschieht dieses Engagement jedoch eher unauffällig, als selbstverständlicher integraler Bestandteil des Hochschulalltags. Durch unser Projekt „Wir in der Gesellschaft“ geben wir diesem vielfältigen Engagement einen Rahmen. Hierdurch erhöhen wir seine Sichtbarkeit und initiieren und fördern wir weitere Aktivitäten.

Durch den neu aufgelegten Finanzierungspool „Gesellschaftliches Engagement“ bieten wir allen Hochschulmitgliedern nun eine kurzfristige und niederschwellige Unterstützung bei der Umsetzung ihrer gesellschaftsbezogenen Aktivitäten. Wir wollen hierdurch die Bewusstseinsbildung für die gesellschaftliche Verantwortung unserer Hochschule fördern. Dabei geht es sowohl um die Unterstützung gesellschaftsbezogener Debatten und Diskurse als auch um engagiertes Handeln in den hochschulinternen und hochschul-

externen Raum hinein. Dies können Projekte in der Lehre wie auch Projekte mit zivilgesellschaftlichen Partnern sein.

Um eine Diskussionskultur zu gesellschaftsbezogenen Fragestellungen anzuregen, möchten wir Vorträge und Diskussionsveranstaltungen fördern. Ein Beispiel hierfür war jüngst die Veranstaltung des Arbeitskreises Nachhaltigkeit zu den Arbeitsmarktperspektiven im Kontext der Digitalisierung. Wir möchten darüber den Bereich Service Learning ausbauen. Hierbei wird im Rahmen von Lehrveranstaltungen der unmittelbare Kontakt mit außerhochschulischen Akteuren anderer sozialer Lagen ermöglicht. Auch studentische Initiativen werden in ihrer Arbeit unterstützt. Es sollen dabei vor allem Projekte gefördert werden, die Modellcharakter für unsere Hochschule haben, die möglichst interdisziplinär sind und eine hohe Sichtbarkeit versprechen.

Allein schon dadurch, dass es einen Vizepräsidenten für Gesellschaftliches Engagement gibt, wurde ein Akzent gesetzt und das Thema in der Hochschule präsenter. Die prominente Einrichtung des Bereichs ‚Wir in der Gesellschaft‘ auf der Website der Hochschule, verschiedene hochschulweite statusgruppenübergreifende Workshops, die Lehr-Lern-Konferenz 2017, die jährlich stattfindende fakultätsübergreifende Blockwoche zu diesem Thema und jetzt durch der Pool „gesellschaftliches Engagement“: Zusammen bilden Sie die Voraussetzungen, die gesellschaftsbezogenen Aktivitäten und das Bewusstsein für die gesellschaftsbezogene Verantwortung aller Hochschulmitglieder zu fördern.



Gemeinsam an einem Strang ziehen: für die Hochschule, aber ganz bewusst auch darüber hinaus.