

Nutzungskonzept für den LinkedIn-Account der Dualen Hochschule Baden-Württemberg Mannheim

<https://www.instagram.com/mannheim.dhbw/>

Kontakt: Hochschulkommunikation

LinkedIn-Nutzungskonzept

Die Duale Hochschule Baden-Württemberg (DHBW) ist die erste staatliche duale, d. h. praxisintegrierende Hochschule in Deutschland. Sie wurde am 1. März 2009 gegründet und führt das erfolgreiche duale Modell der früheren Berufsakademie Baden-Württemberg fort. Als öffentliche Einrichtung begreift sie die regelmäßige Information der Öffentlichkeit über Forschung, Studium, Lehre sowie zu Veranstaltungen als eine wichtige Aufgabe.

Die Öffentlichkeitsarbeit für die Duale Hochschule Baden-Württemberg (DHBW) Mannheim findet auch auf LinkedIn statt. Mit dem vorliegenden Nutzungskonzept übernimmt die DHBW Mannheim entsprechend der [„Richtlinie des Landesbeauftragten für Datenschutz und Informationsfreiheit \(LfDI\) zur Nutzung von sozialen Netzwerken durch öffentliche Stellen“](#) als öffentliche Stelle ihre Verantwortung und Vorbildfunktion zur Nutzung sozialer Medien.

Bitte beachten Sie dazu auch unsere Datenschutzerklärung und Abschätzung der Folgen der LinkedIn-Nutzung.

1. Allgemeines zu LinkedIn

LinkedIn mit Sitz in Mountain View/USA ist ein soziales Karrierenetzwerk zur Pflege bestehender Geschäftskontakte und zum Aufbau und Verknüpfen von neuen geschäftlichen Verbindungen. Mit über 706 Millionen Nutzer*innen ist LinkedIn aktuell das größte Online-Berufsnetzwerk der Welt. Es ist international und hier insbesondere im englischsprachigen Raum verbreitet. Dadurch erzielt LinkedIn im Vergleich zu anderen Karrierenetzwerken, wie z. B. dem überwiegend im deutschsprachigen Raum verbreiteten Xing, eine große internationale Reichweite. Es gibt eine kostenlose Basisversion, optional können kostenpflichtig Premiumdienste mit Zusatzfunktionen dazu gebucht werden.

LinkedIn richtet sich vorrangig an Führungs- und Fachkräfte sowie an allgemein Karriereinteressierte. Das Netzwerk ermöglicht seinen Nutzer*innen die direkte Kommunikation und den Austausch mit Personen, die gleiche berufliche Interessen besitzen. Zudem dient das Netzwerk dem Personalrecruiting. Nutzer*innen präsentieren sich als qualifizierte Arbeitnehmer*innen, Unternehmen und Organisationen als attraktive Arbeitgeber. Obwohl die Fokussierung von LinkedIn typischerweise im beruflichen Bereich liegt, wird das Netzwerk von vielen Nutzer*innen auch für die Verknüpfung von privaten Kontakten genutzt.

Auf LinkedIn kann man persönliche Profile oder Unternehmensseiten anlegen, wobei sich Unternehmensseiten nur über ein persönliches Profil mit Administratorenrechten einrichten lassen, eine Klarnamen Policy gibt es nicht. Um die Netzwerk-Funktionen zu nutzen muss man als Nutzer*in registriert sein. Einige, durch die LinkedIn-Nutzer*innen freigegebene Inhalte, sind auch ohne die Notwendigkeit einer eigenen Anmeldung lesbar.

Auf LinkedIn können Beiträge in Form von Texten, Fotos, Videos und Livestreams bereitgestellt werden. Registrierte Nutzer*innen können über diesen Dienst kostenlos ihre Inhalte veröffentlichen, sich mit anderen Nutzer*innen oder Unternehmensseiten vernetzen, deren Beiträge kommentieren, mit „Gefällt mir“ oder „Gefällt mir nicht mehr“ markieren, und teilen. Die Nutzer*innen können Unternehmensseiten empfehlen oder abonnieren, so dass relevante Beiträge im eigenen LinkedIn-Feed angezeigt werden.

Mehr Informationen zu LinkedIn finden Sie hier: <https://about.linkedin.com/de-de>

2. Zweck der Nutzung von LinkedIn durch die DHBW Mannheim

Durch die LinkedIn-Unternehmensseite werden die bestehenden Kommunikationskanäle wie Internetauftritt, Pressemitteilungen, Newsletter, Printprodukte und Veranstaltungen sinnvoll ergänzt.

Soziale Karrierenetzwerke gewinnen für den Erfolg auf dem internationalen Arbeitsmarkt zunehmend an Bedeutung. Gerade im Hinblick auf unsere Zielgruppen (potentielle und bestehende) Duale Partner, Absolvent*innen/Alumni und deren (potentiellen) Arbeitgeber aber auch für Weiterbildungsinteressierte, eigene international operierende Mitarbeiter*innen sowie die eigene Mitarbeiter*innengewinnung bietet LinkedIn den Vorteil, dass diese viel direkter und schneller erreichen werden können.

LinkedIn kann die Kommunikation der DHBW Mannheim erleichtern, da sich die Zielgruppen niederschwellig und unkompliziert mit Fragen, Anregungen oder auch Kritik an die DHBW Mannheim wenden können. So ermöglicht LinkedIn eine schnelle und einfache Kommunikation auf Augenhöhe und kann so insgesamt ein informatives und einladendes Bild der Hochschule mit ihren Angeboten, Qualitäten und Zielen vermitteln, zumal interessierte Nutzer*innen die Unternehmensseite einfach abonnieren können. Der LinkedIn-Auftritt der DHBW Mannheim ermöglicht damit eine weitreichende Verbreitung von Beiträgen und Impressionen der DHBW Mannheim und Beobachtung der unmittelbar darauffolgenden Reaktionen.

Mit Hilfe der LinkedIn-Unternehmensseite können der LinkedIn-Öffentlichkeit wie z. B. potentiellen Dualen Partnern und Weiterbildungsinteressierten Einblicke in die Lehre und Forschung der DHBW Mannheim vermittelt werden. Auch unterstützt sie damit die Tätigkeiten der international vernetzten und agierenden Mitarbeiter*innen im Rahmen ihrer individuellen Netzwerke mit z. B. internationalen Projektpartnern. Dies kann die DHBW Mannheim in ihrem Bestreben unterstützen, ihre Ausbildungs- und Forschungsprogramme weiter zu internationalisieren und ihre Absolvent*innen für den internationalen Arbeitsmarkt zu qualifizieren.

3. Art und Umfang der Nutzung von LinkedIn durch die DHBW Mannheim

Das LinkedIn-Profil der DHBW Mannheim informiert die Nutzer*innen über Buntes und Wissenswertes rund um den Campus, aber auch über aktuelle hochschulbezogene Themen, Veranstaltungen, Nachrichten aus Wissenschaft, Forschung und Lehre sowie Serviceangebote. Wir nutzen LinkedIn hingegen nicht als Beratungskanal. Anfragen, die uns über den zur Seite gehörenden LinkedIn-Nachrichtenkanal erreichen, werden direkt an die zuständige Stelle weitervermittelt und auf Kommunikationskanäle wie Telefon und E-Mail verwiesen.

Die regelmäßigen Beiträge umfassen:

- Berichte über studentische Projekte, Exkursionen oder Auslandsaufenthalte
- Nachrichten aus dem Bereich Studium, Erfolge, Lehre und Forschung
- Einladungen zu Veranstaltungen der Hochschule
- Ankündigungen von Vorträgen an der Hochschule und zur Hochschulbeteiligung

- Berichte über Kooperationen mit Unternehmen
- Ausgewählte Stellenangebote
- Ausgewählte Pressemeldungen
- Campus-Impressionen
- Erfolgsberichte von Hochschulangehörigen und –Veranstaltungen

Die Inhalte der LinkedIn-Beiträge sind immer nur zusätzliche, freiwillig konsumierbare Informationen. Essentielle Informationen der DHBW Mannheim sind ohne Zugehörigkeit zu einem sozialen Netzwerk erhältlich und auf der offiziellen Website der DHBW Mannheim zu finden. Daher werden auf den Social Media Accounts nur zusätzliche und freiwillige Angebote, bei denen kein Zwang zur Teilnahme besteht, veröffentlicht. Informationen für Studierende zum Studienbetrieb gehören ausschließlich in Moodle bzw. auf die Website.

4. Verantwortlichkeiten für die redaktionelle/technische Betreuung

Die Verantwortlichkeit für die redaktionelle Betreuung des LinkedIn-Accounts der DHBW Mannheim liegt bei der Abteilung Hochschulkommunikation presse@dhw-mannheim.de.

5. Alternative Informations- und Kontaktmöglichkeiten

Die DHBW weist die Nutzer*innen darauf hin, dass der LinkedIn-Kanal lediglich eine zusätzliche Option darstellt, um mit der DHBW Mannheim in Kontakt zu treten oder Informationen von dieser zu erhalten. Alternativ können die über LinkedIn angebotenen Informationen auch über die entsprechenden Verlinkungen auf der Webseite der DHBW Mannheim <https://www.mannheim.dhbw.de/> abgerufen werden.

Weitere Kontaktmöglichkeiten:

Kontaktformular:

<https://www.mannheim.dhbw.de/service/kontakt>

Allgemeine Studienberatung:

<https://www.mannheim.dhbw.de/dual-studieren/studienberatung/ansprechpersonen>

6. Selbstverpflichtung

Dieses Nutzungskonzept wird einmal im Jahr von der Hochschulkommunikation hinsichtlich des Ob und Wie der Nutzung evaluiert. Diese Evaluierung des Nutzungskonzepts berücksichtigt die Nutzungszahlen und Reichweiten sowie die Zielgruppenstruktur der Netzwerke.

7. Begründung

7.1 Reichweite

Über LinkedIn erreicht die DHBW u. a. Studierende, Alumni, Duale Partner, Unternehmen, Professor*innen, Lehrbeauftragte, (internationale) Projektpartner und (potentielle) Arbeitnehmer*innen. Dies stellt eine sehr breite Zielgruppe dar, wie sie auf sonst kaum einer

Plattform zu finden ist. Ohne LinkedIn würden wir dieses nicht in diesem Maße erreichen bzw. müssten einen sehr viel größeren Aufwand betreiben.

LinkedIn-Auftritte	Follower*innen
Zentraler Auftritt Duale Hochschule Baden-Württemberg	70.685
DHBW CAS	2.627
Heidenheim	1.366
Heilbronn	2.667
Karlsruhe	4.596
Lörrach	1.471
Mannheim	14.178
Mosbach	5.694
Ravensburg	3.929
Stuttgart	2.215
Villingen-Schwenningen	1.035
<i>insgesamt</i>	<i>110.463</i>

Stand: November 2022

Die Zielgruppe ist auf LinkedIn direkter und schneller erreichbar als über andere Kanäle, wie die Websites oder per Newsletter. Die beeindruckende Zahl von knapp 63.000 Follower*innen und ca. 64.000 Alumni zeigt wie viele Personen an den Inhalten der DHBW auf LinkedIn interessiert sind.

Die Studienakademien, das CAS und das Präsidium können auf LinkedIn miteinander interagieren und sich gegenseitig Aufmerksamkeit verschaffen. Dies ist außerhalb von Plattformen wie LinkedIn schwierig. Durch die gegenseitige Bestärkung steigt auch die positive Wahrnehmung der DHBW in der Öffentlichkeit.

Auf LinkedIn sind sehr viele Professor*innen der DHBW aktiv. Dies bringt uns Prestige, Reichweite und Interaktion. Umgekehrt kann die DHBW so auf die vielfältigen Projekte, Kooperationen und Forschungsgebiete ihrer Angehörigen aufmerksam machen.

Andere Hochschulen sind ebenfalls bei LinkedIn vertreten. Es würde negativ auffallen, wenn die DHBW dort nicht aufzufinden ist. Die DHBW würde aus dem Fokus der Zielgruppe fallen.

Auf LinkedIn sind auch die Akquise neuer und Pflege bestehender Dualer Partnerschaften durch gemeinsame Posts und gegenseitige Verlinkungen ein wichtiges Thema.

7.2 Themen

Posts auf LinkedIn sind sehr informationsorientiert. Hier kann die DHBW viele Themen spielen, die auf anderen Plattformen (z. B. Instagram) keinen Platz finden würden und dadurch Themen auf den Webseiten der DHBW gezielt mehr Personen zur Verfügung stellen.

LinkedIn ist im Gegenteil zu XING sehr international aufgestellt. Internationalisierung ist ein strategisches Ziel der DHBW und nicht zuletzt eine der im Struktur- und Entwicklungsplan genannten Säulen.

Aufgrund der Fokussierung auf Arbeits- und Karrierethemen von LinkedIn, kann sich die DHBW dort als attraktive Arbeitgeberin präsentieren. Wären wir hier nicht mehr präsent, wären wir auch kurzfristig nicht mehr marktfähig, da gerade beim aktuellen Fachkräftemangel diese Kanäle noch mehr an Aufmerksamkeit und Stärke gewinnen. Auch die Personalentwicklung ist ein strategisches Ziel der DHBW und im aktuellen SEP ausführlich genannt. Für dieses Ziel kann ein reichweitenstarker LinkedIn-Kanal große Wirksamkeit entfalten und unterstützen.

7.3 Vorteile von LinkedIn als Plattform

Unmittelbare Reaktionen auf Posts, die auf anderen Kanälen wie der Website nicht möglich sind.

Die Zielgruppe kann mit Fragen und Kommentaren über LinkedIn niederschwellig an die DHBW herantreten und mit ihr interagieren.

LinkedIn ist ein wichtiger Ort der operativen Umsetzung der strategischen Ausrichtung und Zielsetzungen der DHBW:

- **Digitalisierung:** Für eine Strategie in Richtung Digitalisierung sollte sich die DHBW auch im digitalen Umfeld bewegen und aktiv nutzen.
- **Qualitätsführerschaft:** Die DHBW kann sich klar gegenüber anderen Bildungseinrichtungen positionieren und die Vorteile des dualen Studiums beim Original herausstellen.
- **Kosteneinsparungen:** Organische Posts gewinnen viel Reichweite ohne Entstehung von Kosten. So können Ressourcen und Steuergelder eingespart werden.