



*Die Universität Hohenheim informiert über die Nutzung von TikTok.*

## **TikTok-Nutzungskonzept der Universität Hohenheim**

Die Öffentlichkeitsarbeit für die Universität Hohenheim findet auch auf TikTok statt. Mit dem vorliegenden Nutzungskonzept übernimmt die Universität Hohenheim 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 TikTok-Nutzung](#).

### **Allgemeines zu TikTok**

TikTok ist ein soziales Netzwerk für kurze Handyvideos, wie sie von Nutzern erstellt werden. Registrierte Nutzer:innen können über diesen Dienst kostenlos ihre Inhalte veröffentlichen, sich mit anderen Nutzer:innen vernetzen, deren Beiträge kommentieren, teilen und „ liken“. Die Benutzer:innen können Profile abonnieren, so dass sie deren Videos im eigenen TikTok-Feed ansehen können. Vorteile von TikTok sind seine große Reichweite und die Nutzung von Hashtags zur thematischen Zuordnung und Suche von Inhalten.

Mehr Informationen zu TikTok finden Sie hier: <https://www.tiktok.com/about?lang=de>

### **Zweck der Nutzung von TikTok durch die Universität Hohenheim**

Durch das TikTok-Profil werden die bestehenden Kommunikationskanäle, wie Internetauftritt, Pressemitteilungen, Newsletter, Printprodukte und Veranstaltungen, sinnvoll ergänzt. Mit Hilfe des TikTok-Profiles lässt sich ein vielfältiges Bild vom Lernen, Lehren, Forschen und Leben an der Universität Hohenheim zeichnen, das sowohl Studieninteressierte anspricht, als auch die Identifikation der Studierenden wie der Alumnae und Alumni mit ihrer Hochschule steigert.

Für einige Zielgruppen waren die „klassischen“ Instrumente allein (Print und Webseite) nicht mehr ausreichend. Gerade im Hinblick auf die Zielgruppe von Studieninteressierten und Studierenden haben wir festgestellt, dass wir diese viel direkter und schneller über TikTok erreichen können, zumal interessierte Empfänger:innen einfach unser Profil abonnieren können. Das TikTok-Profil

ermöglicht eine weitreichende Verbreitung unserer Fotos, Stories und Impressionen und eine unmittelbare Reaktion auf das jeweilige Geschehen.

Zudem ist TikTok ein Kanal zur Kommunikation und zur Verbreitung kurzer Informationsvideos. Hier können Studieninteressierte niederschwellig und unkompliziert erste Berührungspunkte mit der Universität sammeln, sich über Studiengänge, das Campusleben und die Universität informieren, sowie ihre Fragen an die Universität stellen. So ermöglicht TikTok der Universität eine enge, direkte Kommunikation auf Augenhöhe mit ihrer jungen Zielgruppe. TikTok kann so insgesamt ein informatives, einladendes, menschliches Bild der Universität vermitteln.

## **Art und Umfang der Nutzung von TikTok durch die Universität Hohenheim**

Das TikTok-Profil der Universität Hohenheim informiert die Nutzer:innen über Bunt und Wissenswertes rund um den Campus, aber auch über aktuelle universitäre Themen, Veranstaltungen und Serviceangebote. Wir nutzen TikTok hingegen nicht als Beratungskanal. Anfragen, die uns über den zur Seite gehörenden TikTok-Nachrichtenkanal erreichen, werden direkt an die zuständige Stelle weitervermittelt und auf Kommunikationskanäle wie Telefon und E-Mail verwiesen.

Regelmäßige Inhalte der Beiträge auf @unihohenheim sind:

- Informationen über das Campusleben an der Universität, über Studierendeninitiativen und studentisches Engagement,
- Interviews mit Studierenden der Universität Hohenheim,
- Hinweise zu Veranstaltungen der Universität und der studentischen Initiativen,
- Hinweise zu Semesterterminen wie Rückmeldung oder Prüfungsanmeldung,
- Tipps und Links zur Studienbewerbung
- Memes rund um das Thema Studium, Studierende und Studierendenleben
- Interviews mit Studierenden zu ihrem Studiengang
- Erklärungsvideos zu wichtigen Begriffen rund um den Kosmos Universität und Studium

## **Verantwortlichkeiten für die redaktionelle/technische Betreuung**

Die Verantwortlichkeit für die redaktionelle Betreuung liegt bei der Stabsstelle Pressearbeit, interne Kommunikation und Social Media, insbesondere der Social-Media-Redaktion und der Stabsstelle Marketing und Veranstaltung, insbesondere das Studierendenmarketing.

## **Alternative Informations- und Kontaktmöglichkeiten**

Wir weisen die Nutzer:innen darauf hin, dass das TikTok-Profil lediglich eine zusätzliche Option darstellt, um mit der Universität Hohenheim in Kontakt zu treten oder Informationen von dieser zu erhalten. Alternativ können die Informationen auch über die entsprechenden Verlinkungen auf unserem Internet-Angebot unter <http://www.uni-hohenheim.de> oder auf den weiteren verlinkten Webseiten abgerufen werden.

Mit allen Anfragen können Sie sich grundsätzlich an unseren zentralen Posteingang unter [post@uni-hohenheim.de](mailto:post@uni-hohenheim.de) wenden. Presseanfragen können Sie an [presse@uni-hohenheim.de](mailto:presse@uni-hohenheim.de) richten. Das Social-Media-Team erreichen Sie unter [presse@uni-hohenheim.de](mailto:presse@uni-hohenheim.de). Das Studierendenmarketing erreichen Sie unter [hochschulmarketing@uni-hohenheim.de](mailto:hochschulmarketing@uni-hohenheim.de)

Telefonisch erreichen Sie die Universität Hohenheim unter der 0711 459 0.

#### **BESUCHERANSCHRIFT**

Schloss Hohenheim 1  
70599 Stuttgart

#### **POSTANSCHRIFT**

Universität Hohenheim  
70593 Stuttgart

Eine Übersicht über die verschiedenen Wege, mit der Universität Hohenheim in Kontakt zu treten, finden Sie hier: <https://www.uni-hohenheim.de/impresum>

## **Selbstverpflichtung**

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

*Stand: Dezember 2024*