



Checkliste

Februar 2020

Eröffnung eines neuen Social-Media-Accounts für eine UZH-Einheit

Fakultäten, Institute, Forschungsgruppen und andere UZH-Einheiten können ihre eigenen Social-Media-Accounts eröffnen. Sie sind nahe an ihrer Zielgruppe, was ihnen erlaubt, sehr gezielt zu kommunizieren. So können sie das UZH-Netzwerk mit relevanten Inhalten stärken und die Dachkanäle der Universität Zürich ideal ergänzen.

Die folgende Checkliste hilft abzuklären, ob ein neuer Social-Media-Account für eine UZH-Einheit sinnvoll ist, und wenn ja, was es braucht, um einen Account erfolgreich zu betreiben.

Vorbereitung

- Ziele: Klare Ziele formulieren. An erster Stelle steht die Frage: Warum wollen wir einen Social-Media-Account? Was wollen wir erreichen?
- Zielgruppe: Wen wollen wir erreichen? Je spezifischer, desto besser.
- Inhalte:
 - Welche Inhalte haben wir, um diese Ziele und diese Zielgruppen zu erreichen?
 - Haben wir regelmässig Inhalte, die wir posten können? Wie regelmässig?
- Wahl der Plattform:
 - Auf welcher Plattform ist unsere Zielgruppe?
 - Verfügen wir über die nötigen Kenntnisse, um uns professionell auf der Plattform bewegen zu können?
 - Wie werden wir uns ein Netzwerk auf der Plattform aufbauen?
- Monitoring: Täglich. Wer schaut nach, wie die Community auf die eigenen Posts reagiert hat? Wurden wir in Posts von anderen erwähnt? Gab es Kommentare, auf die wir reagieren sollten?
- Community Management:
 - Wie binden wir unsere Zielgruppe aktiv ein?
 - Wer reagiert auf Fragen, Kommentare und Posts von anderen, in denen wir erwähnt werden?
- Reporting: Mind. monatlich. Was hat gut funktioniert, was nicht? Ein regelmässiges Reporting ist zentral, um den eigenen Social-Media-Auftritt fortlaufend zu verbessern.
- Administration und Verantwortlichkeiten:
 - Haben wir mind. 2 Administrator*innen für den Account?
 - Wie sieht unser Workflow aus: Wer definiert die Ziele, wer liefert die Inhalte, wer bereitet sie auf, wer beantwortet Fragen etc.? Gibt es andere Teammitglieder, die wir aktiv mit einbinden können?
 - Tipp für den Start: Die Einstellungen am Anfang zusammen festlegen (Privatnachrichten ermöglichen oder nicht, wie oft wollen wir Push-Benachrichtigungen etc.)



Ressourcen

Verfügen wir über die zeitlichen und personellen Ressourcen? Für:

- Die Planung von Inhalten (Redaktionsplan, Abstimmung im Team). Richtwert: mindestens 30 Minuten pro Woche.
- Die Erstellung und das Posten von Inhalten (Bild, Video, Text; allenfalls Übersetzungen; Hashtags und andere Accounts, die markiert werden sollen, recherchieren). Je nach Plattform mindestens 2-4 Posts pro Woche. Richtwert: 20 Minuten für einen einfachen Post, wenn Inhalte vorhanden. Deutlich mehr, wenn noch ein Bild gesucht, erstellt und bearbeitet werden muss, direkt von einem Event vor Ort berichtet, ein Interview gemacht oder ein Video erstellt wird.
- Das Community Management: Fragen beantworten, auf relevante Posts von anderen reagieren. Richtwert: 10 Minuten pro Tag pro Plattform. Aufwand steigt, wenn Expert*innen für die Antwort hinzugezogen und die Antworten abgestimmt werden müssen.
- Das Monitoring: Täglich. Richtwert: 15 Minuten.
- Das Reporting: mindestens monatlich. Richtwert: Eine Stunde.

Richtwert: Im Minimum ein 10% Pensum für eine Plattform. Dies gilt für die einfachste Form der Bewirtschaftung: 2-4 Posts basierend auf bestehenden Texten und visuellen Elementen; Monitoring, Community Management und Reporting. Ohne Produktion von Inhalten wie Interviews, Videos, Live-Eventberichterstattung oder ähnliches.

Neben den zeitlichen Ressourcen, braucht es auch eine Basisausrüstung: Ein Smartphone neuerer Generation zum Fotografieren, und zum Filmen einfacher Kurzvideos ein Mikrofon und ein Stativ. Die Zentrale Informatik verleiht bei Bedarf auch Videokameras, Mikrofone und Stative.

Eröffnen des Accounts

Die Leitlinien zur Eröffnung des Accounts, inkl. Namensgebung, sind online verfügbar:

<https://www.kommunikation.uzh.ch/de/web/socialmedia.html>

Kontakt

Priska Feichter, Kommunikation, Universität Zürich

Tel. +41 44 634 44 18

E-Mail persönlich: priska.feichter@uzh.ch

E-Mail Team: socialmedia@kommunikation.uzh.ch

www.kommunikation.uzh.ch