



WIR BRINGEN **INFORMATION&MANAGEMENT** ZUSAMMEN.



**FH Burgenland**  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES



**FH Burgenland**  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

BRINGT BESONDERES ZUSAMMEN

**Social Media Werkstatt**  
Barbara Geyer-Hayden, Studiengangsleiterin Angewandtes Wissensmanagement

## Was erwartet Sie?

13:00

• Vorstellung & Erwartungen

13:15

• Social Media: Lehrveranstaltungs-Plan

13:30

• Social Media Strategie

13:45

• Persönliche Social Media Strategie

14:15

• Online-Ressourcen Social Media



## Barbara Geyer-Hayden

Studiengangsleiterin Angewandtes Wissensmanagement

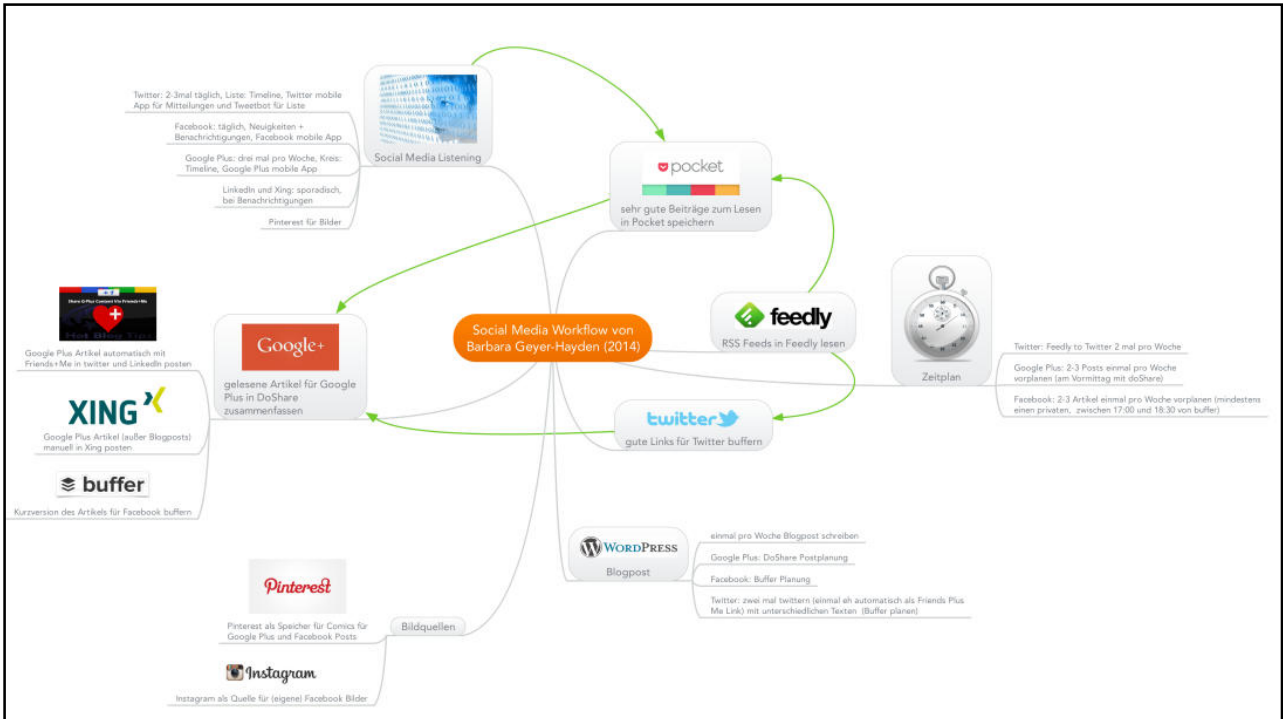
Fachhochschule Burgenland GmbH

Campus 1 | A-7000 Eisenstadt | Büro: E.HG.151

T: +43(5)7705-4322

E: [barbara.geyer-hayden@fh-burgenland.at](mailto:barbara.geyer-hayden@fh-burgenland.at)





Die systematische Weitergabe von Wissen.  
 Online und offline.  
 Mit und ohne webbasierte Tools.  
 In Form von **Wissenstransfer**,  
**Online-Kommunikation** und **eLearning**.

Das steht im Mittelpunkt des  
 Masterstudiums Angewandtes Wissensmanagement.

**MAWM: Modularer Aufbau**

Semester	ECTS SWS	ECTS SWS	ECTS SWS	ECTS SWS	ECTS SWS	ECTS SWS	ECTS SWS	
1	W1 Wissens- management Konzepte 7 4	PM Projekt- und Prozess- management 7 4	FE F&E-Methodik 7 4	K1 Werkzeuge der online Kommunikation 7 4	E1 Englisch 2 2		30 18	
2	W2 Wissens- management Strategien 7 4	W3 Wissens- management Methoden 7 4	WO Wissens- organisation 7 4	K2 eLearning 7 4			30 18	
3	DA Masterarbeit 7 2	PP „Meistertück“ (individuelles Praxisprojekt) 14 7	<i>Kleingruppenbetreuung -&gt; 3</i> <i>Begleitseminar -&gt; 2</i>	EL Medienwerkstatt 7 4	E2 Englisch 2 2		30 13	
4			<i>individuelle Betreuung -&gt; 1</i> <i>Begleitseminare -&gt; 2</i>	AT Aktuelle Themen 7 4			30 9	
	Kommissionelle Abschlussprüfung 4 ECTS							120 58

Freifächer (bei Bedarf) 15,8 ECTS / 7 SWS

ECTS (European Credit Transfer System Learning Points): Ein ECTS entspricht 25 Arbeitsstunden für Studierende  
 SWS (Semesterwochenstunden): Eine SWS entspricht 15 x 45 Minuten Unterrichtszeit









## Ziele der Lehrveranstaltung

- Soziale Netzwerke kennen lernen
- Social Media Strategie entwickeln
- Soziale Netzwerke kompetent nutzen



## Leistungsbeurteilung der LV

Dokumentation der eigenen Social Media Strategie (im Wiki): 25% der Note.

- Beurteilungskriterien: Beschreibung der eigenen Social Media Ziele, Zielgruppe, Inhalte und Kanäle. Übereinstimmung mit der praktischen Umsetzung.

Erstellung und Pflege der Profile in Xing und dem weiteren ausgewählten sozialen Netzwerk (Facebook, Twitter oder Google Plus): 50% der Note.

- Beurteilungskriterien: Qualität des Profils, Follower/Freunde, Aktivitäten/Postings, Likes/Favorites/Plus, Reichweite/Retweets und Klout-Score.

Feedback auf Profile von Kolleginnen und Kollegen (in der Google Plus Community): 25% der Note.

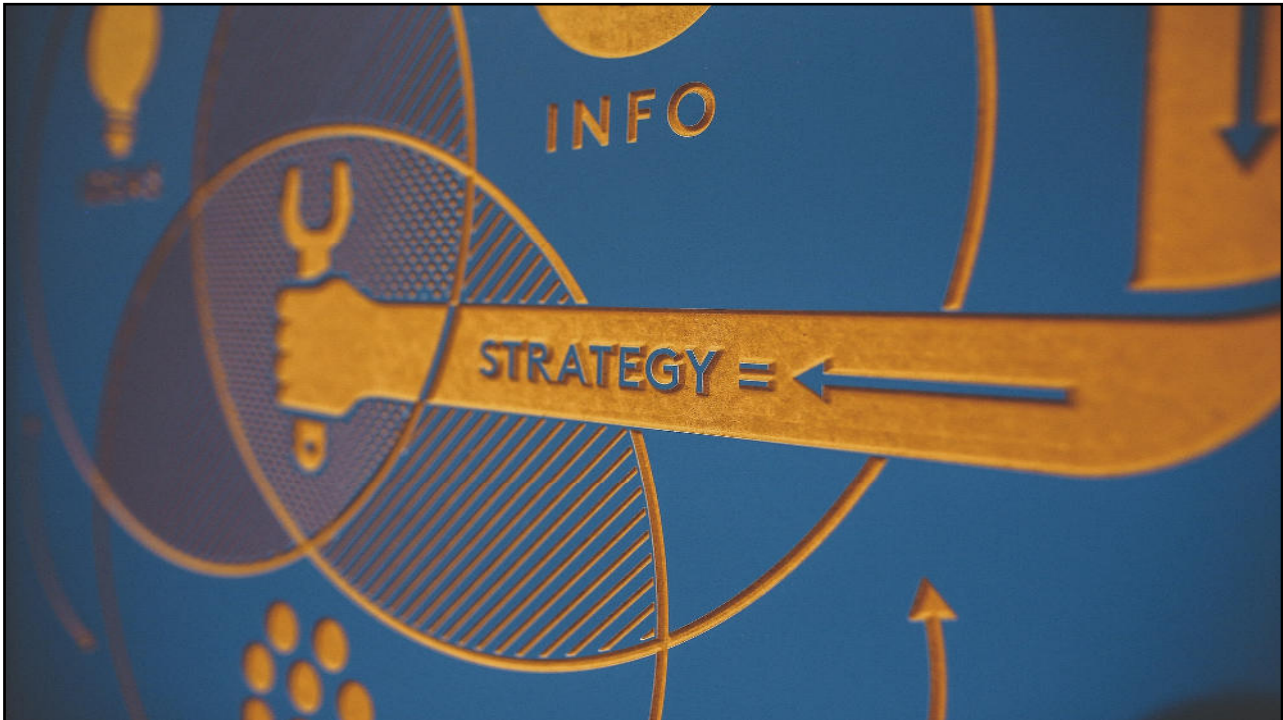
- Beurteilungskriterien: Feedback auf drei studentische Profile in sozialen Netzwerken. Ein Xing Profil, ein Profil aus dem sozialen Netzwerk mit eigenen Aktivitäten und ein Profil aus einem sozialen Netzwerk das nicht genutzt wird. Feedback entsprechend den vorgegebenen Feedbackpunkten. Dialog zum Feedback.



**LV-Aufbau**

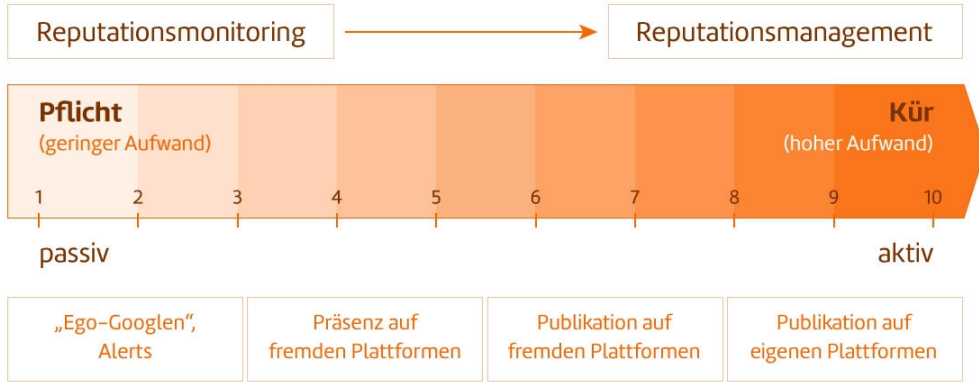
- Warum Web-basierte soziale Netzwerke für Journalisten, Bibliothekare und eCommerce? Social Media Strategie - Einführung: Ziele, Zielgruppe, Inhalte und Kanäle.
- HÜ: Bei Xing, Facebook, Twitter, Google Plus, der IMK13 Google Plus Community und Klout anmelden. Eigene Social Media Strategie beschreiben.
- Web-basiertes soziales Netzwerk: Xing (Geschichte, Funktionen und Best Practice). Xing Profil anlegen. Vertiefung: Social Media Strategie
- Web-basiertes soziales Netzwerk: Facebook Profile und Seiten (Geschichte, Funktionen und Best Practice).
- Web-basiertes soziales Netzwerk: Twitter (Geschichte, Funktionen und Best Practice). Web-basiertes soziales Netzwerk: Google Plus inkl. Google Plus Communities und Hangouts (Geschichte, Funktionen und Best Practice).
- Profil in einem sozialem Netzwerk (Facebook, Twitter oder Google Plus) optimieren und aufbauen.
- HÜ: Profil in einem sozialem Netzwerk (Facebook, Twitter oder Google Plus) aktiv pflegen. Offene Fragen in der Google Plus Community posten.

FH Burgenland  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES



# Online-Reputation: Pflicht oder Kür?

## Vom Reputationsmonitoring zum Reputationsmanagement



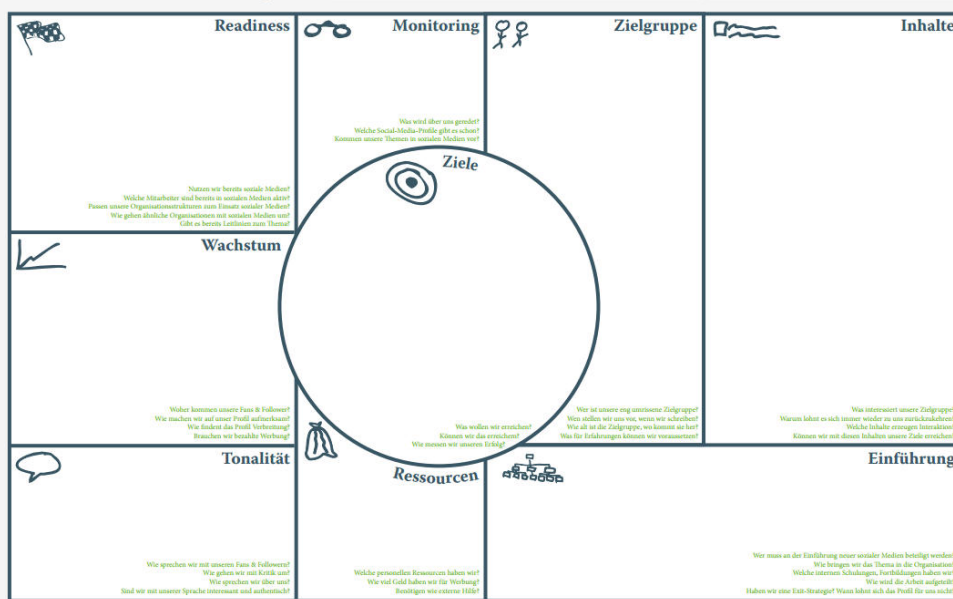
[PR-Doktor 2014]

© PR-Doktor.de

Dieses Werk ist lizenziert unter einer Creative Commons Namensnennung - Keine Bearbeitungen 4.0 International Lizenz.



### Social-Media-Strategie



[Pluralog 2012]

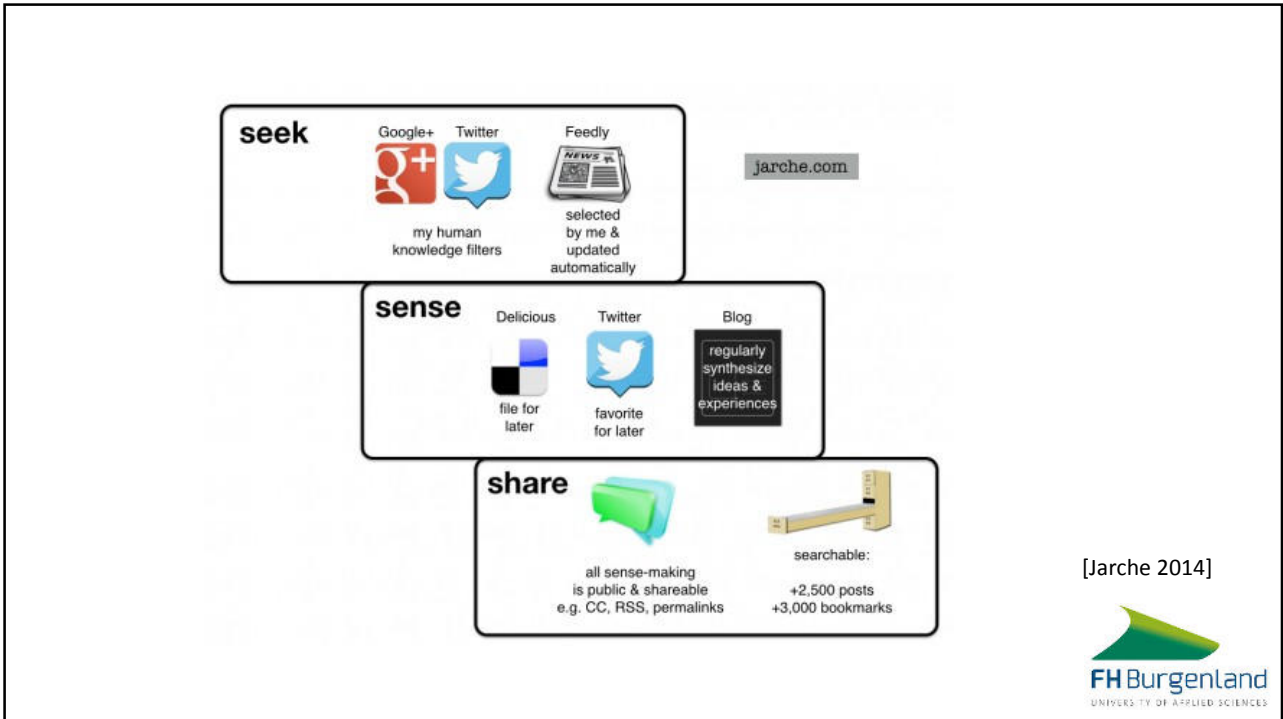
www.pluralog.de



Plu|ra|log









 <p><b>klicksafe</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unterrichtseinheiten Soziale Online-Netzwerke</li> <li>• <a href="http://docplayer.org/42037-Vorbemerkungen-zu-den-unterrichtseinheiten.html">http://docplayer.org/42037-Vorbemerkungen-zu-den-unterrichtseinheiten.html</a></li> </ul>	 <p><b>Sicherheit macht Schule</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unterrichtsidee "Digitale Identitäten"</li> <li>• <a href="http://www.sicherheit-macht-schule.de/Unterrichtsideen/Klasse_7_10/240_Digitale_Identitaeten.htm">http://www.sicherheit-macht-schule.de/Unterrichtsideen/Klasse_7_10/240_Digitale_Identitaeten.htm</a></li> </ul>
 <p><b>Saferinternet.at</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unterrichtsmaterialien zum Thema. Web 2.0 Das Mitmach-Internet sicher und verantwortungsvoll nutzen. Mit Übungen für den Unterricht</li> <li>• <a href="http://docplayer.org/65518-Unterrichtsmaterialien-zum-thema-web-2-0-das-mitmach-internet-sicher-und-verantwortungsvoll-nutzen-mit-uebungen-fuer-den-unterricht.html">http://docplayer.org/65518-Unterrichtsmaterialien-zum-thema-web-2-0-das-mitmach-internet-sicher-und-verantwortungsvoll-nutzen-mit-uebungen-fuer-den-unterricht.html</a></li> </ul>	 <p><b>Pädagogischen Hochschule Bern</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ich im Netz – Soziale Netzwerke – Facebook</li> <li>• <a href="http://www.kibs.ch/mus/images/1/13/Ich_im_netz-soziale_netzwerke-facebook-unterrichtsvorschlag.pdf">http://www.kibs.ch/mus/images/1/13/Ich_im_netz-soziale_netzwerke-facebook-unterrichtsvorschlag.pdf</a></li> </ul>
 <p><b>Internet-ABC</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Soziale Netzwerke. Treffpunkte im Internet. Arbeitsblätter und didaktische Hinweise für den Unterricht</li> <li>• <a href="http://www.internet-abc.de/eltern/bin/151444-151582-1-handbuch_kap_soz_netzw.pdf">http://www.internet-abc.de/eltern/bin/151444-151582-1-handbuch_kap_soz_netzw.pdf</a></li> </ul>	 <p><b>Medienco NRW</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ich im Netz. Inhalte in sozialen Netzwerken reflektieren und bewerten</li> <li>• <a href="http://www.medienscouts.net/html/docs/medienfuehlerschein_netzwerke.pdf">http://www.medienscouts.net/html/docs/medienfuehlerschein_netzwerke.pdf</a></li> </ul>

[Geyer-Hayden 2015]



## Webseiten Unterrichtsmaterialien

<http://www.internet-abc.de>

<http://www.kibs.ch>

<https://www.saferinternet.at>

<http://www.sicherheit-macht-schule.de>

<http://www.klicksafe.de>

<http://www.medien Scouts-nrw.de>

**MedienScout NRW**  
Ein Angebot der Landesagentur für Medienkompetenz in Nordrhein-Westfalen

[Geyer-Hayden 2015] **FH Burgenland**  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

## Social Media Einführung

## Chancen sozialer Netzwerke

- Soziale Beziehungen aufbauen und pflegen
- Sich zugehörig fühlen
- Sich selbst darstellen und dabei testen, was bei anderen ankommt und was nicht. Diese Rückmeldungen aus der Bezugsgruppe sind für die Identitätsbildung wichtig
- Eigene Interessen mit anderen teilen und Informationen einholen



## Gefahren sozialer Netzwerke

- **Fehlendes Bewusstsein** über die Zugänglichkeit von Kommentaren, Fotos etc. für andere und damit verbunden die Gefahr von Datenmissbrauch. Einmal im Netz zirkulierende Bilder können kaum mehr gelöscht werden.
- **Online-Sucht**
- **Ablenkung** von Aufgaben, wenn man diese Aufgaben am Computer macht und gleichzeitig im Sozialen Netzwerk eingeloggt ist.
- **Unerwünschte Kontakte** und sexuelle Übergriffe: Pädosexuelle können über Soziale Netzwerke Kontakt mit potenziellen Opfern aufnehmen.
- Von anderen «Usern» bloß gestellt, beleidigt oder belästigt werden (**Cybermobbing**).







## Jobsuche 2.0

### Ihr Netzwerk



Privatsphäre Xing

Einstellungen
Rechnungen & Konten

## Einstellungen

Zugangsdaten
Persönliche Daten
Privatsphäre
Benachrichtigungen

**Profileinstellungen** Bearbeiten

- Mein Portfolio ist sichtbar für: **alle Mitglieder**
- Das Portfolio als Erstes anzeigen
- Meine Kontakte sind sichtbar für: **alle Mitglieder**
- Der Bereich "Aktivitäten" auf meiner Profiseite ist sichtbar für: **alle Mitglieder**
- Aktivitäts-Index anzeigen
- Mein Profil darf in Suchmaschinen auffindbar sein.
- Mein Profil darf auch für Nicht-Mitglieder abrufbar sein.


**Allgemeine Einstellungen**

- Nachrichten schreiben dürfen: **alle Mitglieder**
- Meine Beiträge in öffentlichen Gruppen können in Suchmaschinen gefunden werden.
- XING darf bei folgenden Netzwerken auf meine Daten zugreifen und diese aktualisieren:  
 Twitter: **barbarageha**
- Datensätze aus Adressbuch-Abgleichen

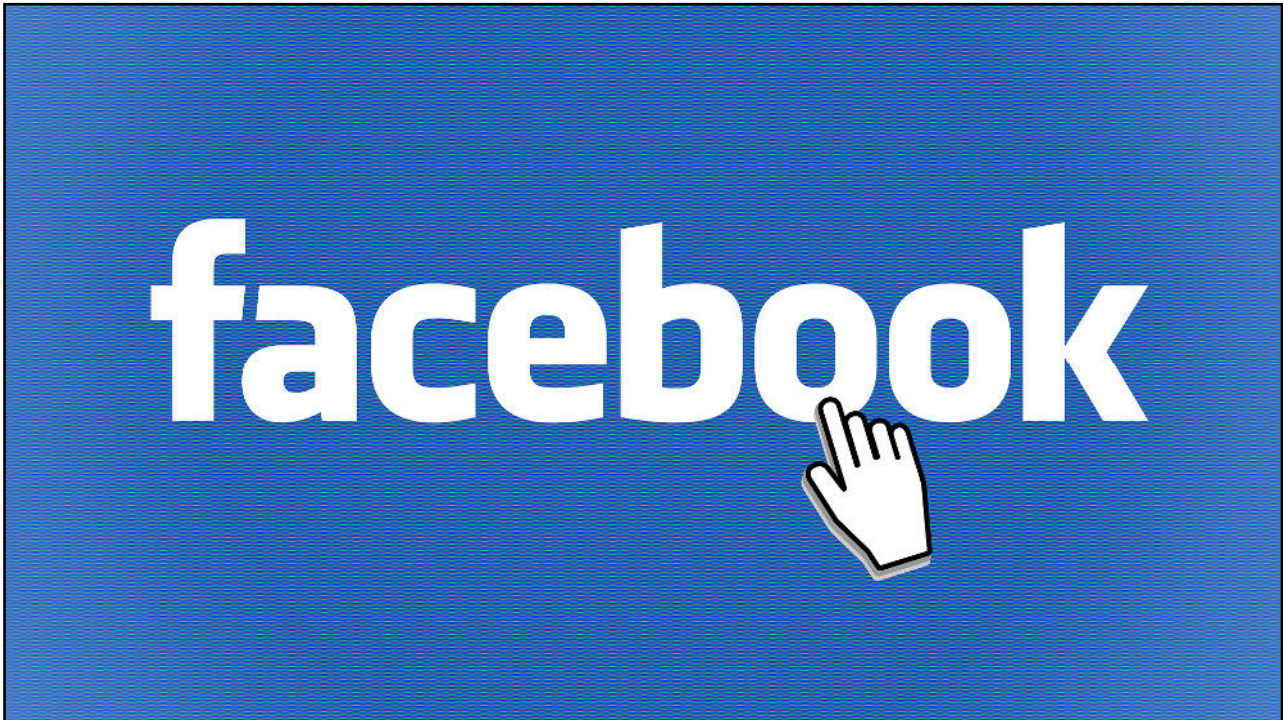
**Ihre Aktivitäten** Bearbeiten

Ihre Kontakte werden auf der XING-Startseite über folgende Neuigkeiten informiert:

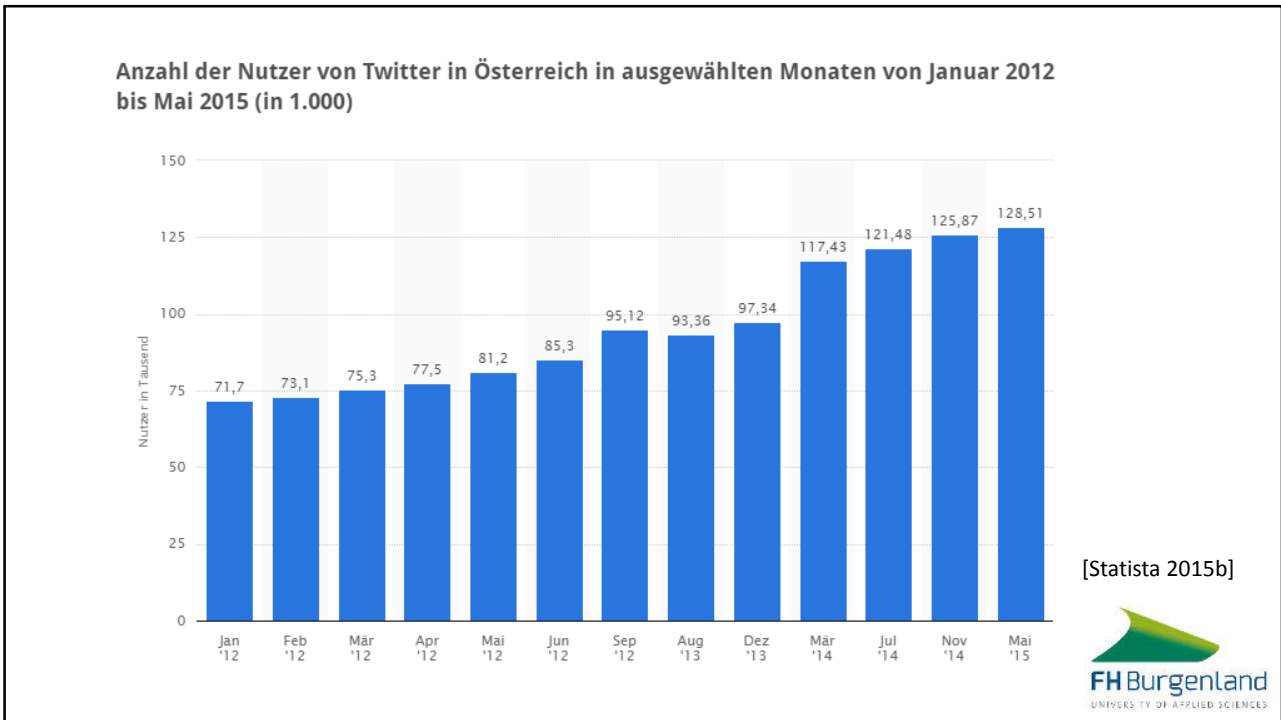
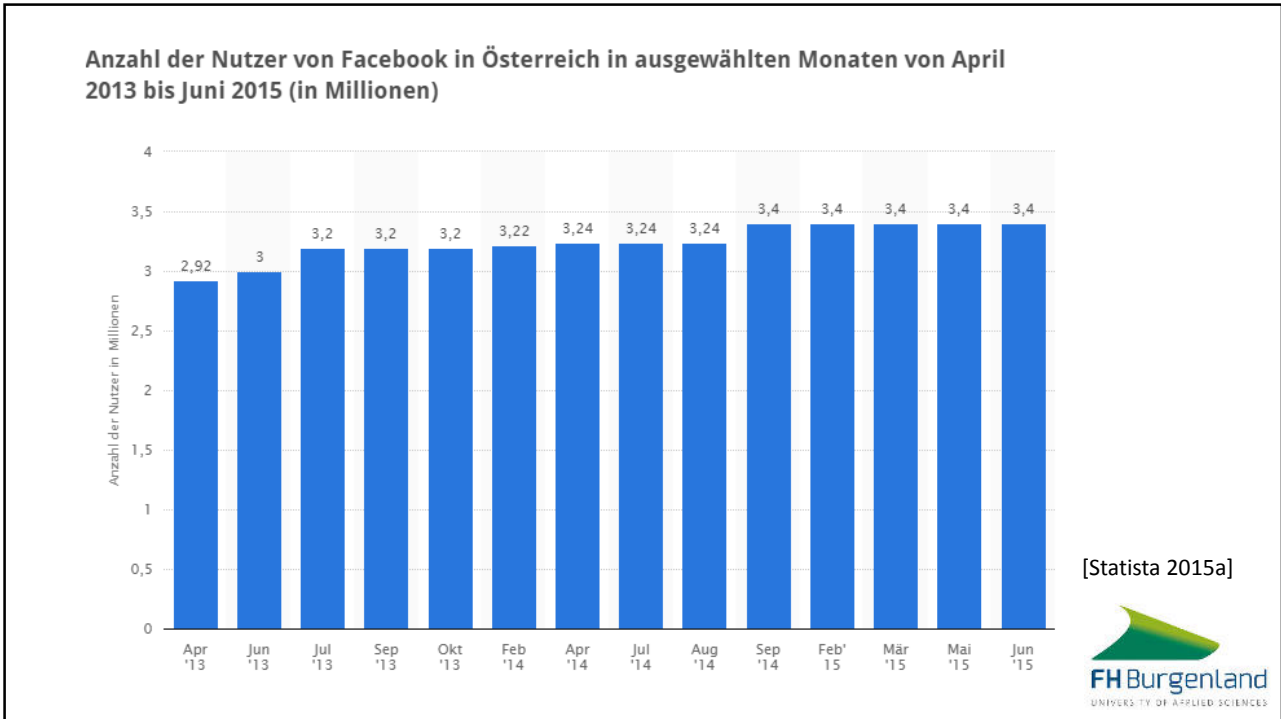
- Persönliches (Ich suche, Ich biete...)
- Berufserfahrung
- Stammdaten Foto und geschäftliche Kontaktdaten



**FH Burgenland**  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

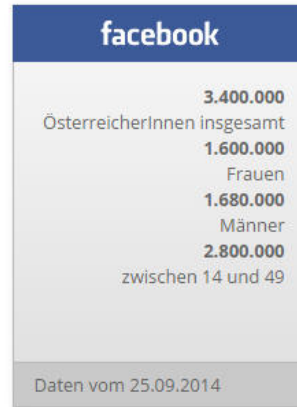
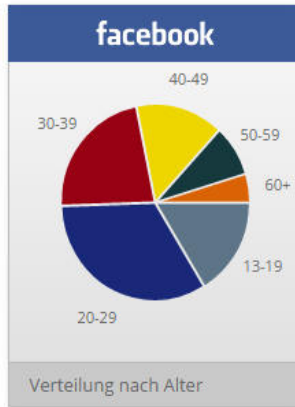
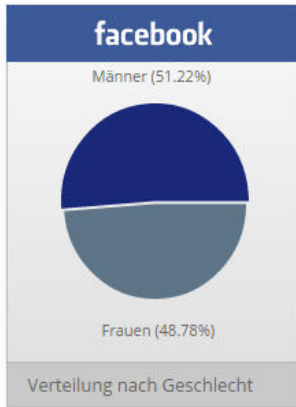








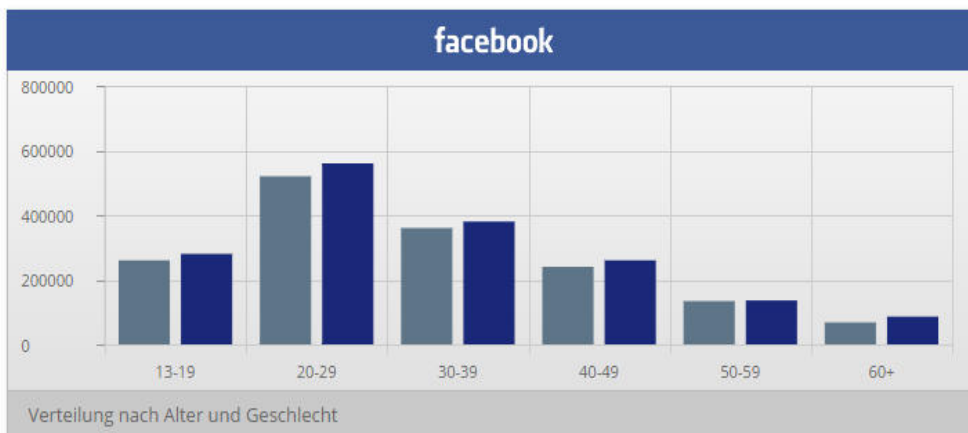
## Facebook Österreich: Verteilung nach Alter und Geschlecht (1)



[Social Media Radar 2015]



## Facebook Österreich: Verteilung nach Alter und Geschlecht (2)



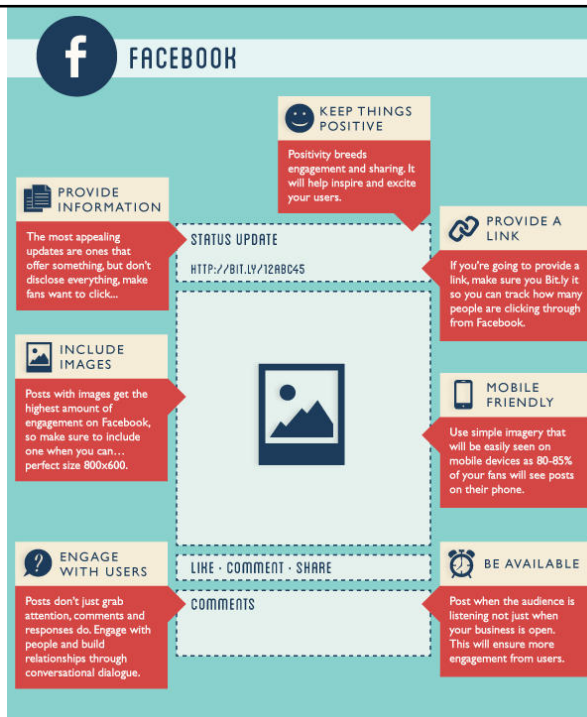
[Social Media Radar 2015]



# Privatsphäre Facebook

## Privatsphäre-Einstellungen und Werkzeuge

<b>Wer kann meine Inhalte sehen?</b>	Wer kann deine zukünftigen Beiträge sehen?	Benutzerdefiniert	Bearbeiten
	Überprüfe alle deine Beiträge und Inhalte, in denen du markiert bist		Aktivitätenprotokoll verwenden
	Möchtest du die Zielgruppe für Beiträge einschränken, die du mit Freunden von Freunden oder öffentlich geteilt hast?		Vergangene Beiträge einschränken
<b>Wer kann mich kontaktieren?</b>	Wer kann dir Freundschaftsanfragen senden?	Alle	Bearbeiten
	Wessen Nachrichten sollen in meinem Postfach gefiltert werden?	Einfaches Filtern	Bearbeiten
<b>Wer kann nach mir suchen?</b>	Wer kann mithilfe der von dir zur Verfügung gestellten E-Mail-Adresse nach dir suchen?	Alle	Bearbeiten
	Wer kann mithilfe der von dir zur Verfügung gestellten Telefonnummer nach dir suchen?	Freunde	Bearbeiten
	Möchtest du, dass andere Suchmaschinen einen Link zu deiner Chronik enthalten?	Ja	Bearbeiten



[myclever agency 2014]





## OPTIMUM TIMING FOR SOCIAL POSTS

	BEST	WORST
BLOG POST	11AM	6AM
YOUTUBE	1PM - 3PM	3AM - 7AM
FACEBOOK	1PM - 4PM	8PM - 8AM
TWITTER	1PM - 3PM	8PM - 9AM
PINTEREST	2PM - 4PM	5PM - 7PM
	8PM - 1AM	
GOOGLE+	9AM - 11AM	6PM - 8AM
LINKEDIN	7AM - 9AM	10PM - 6AM
	5PM - 6PM	
TUMBLR	10PM	6AM

[myclever agency 2014]



**FH Burgenland**  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

## Tipps zum Schutz in sozialen Netzwerken - 1

- **Privatsphäre schützen:** über die Privatsphäre-Einstellungen definieren, wer welche Informationen des Profils einsehen kann.
- Sich die Frage stellen, **welches Bild man von sich vermitteln will**, bevor man Fotos und Informationen im Internet publiziert. Sich fragen, welche privaten Informationen in welchem Kreis ausgetauscht werden können und welche Konsequenzen ein zu offener Umgang mit privaten Informationen haben kann. Wenn Fotos einmal im Netz sind, sind sie für immer im Netz.
- Dritte können mit Informationen bewusst jemanden blossstellen und demütigen (**Cybermobbing**). Grundsätzlich sollten keine peinlichen Bilder von sich oder anderen online gezeigt werden.
- **Vor dem Veröffentlichen von Informationen zu überlegen**, wer diese heute und möglicherweise in Zukunft einsehen wird.

## Tipps zum Schutz in sozialen Netzwerken - 2

- **Respekt vor der Privatsphäre:** keine Fotos oder Videos anderer ohne deren Zustimmung hochladen.
- Auch umgekehrt gilt: Postet jemand anderer ein Foto von einem selbst, das man nicht publik machen möchte, hat man das Recht und die Pflicht, die **Löschung des Bildes zu verlangen**.
- **Fotos nicht mit dem vollen Namen taggen** und den Ortungsdienst des Smartphones deaktivieren, um zu verhindern, dass alle sehen können, wo die Fotos aufgenommen wurden.
- **Nur Freunde hinzufügen, die man persönlich kennt.**
- **Sichere Passwörter** benutzen..
- Nutzungsbedingungen des sozialen Netzwerks vor dem Beitritt lesen.
- Regelmäßig seine **Privatsphäre-Einstellungen** sowie seine Kontaktlisten überprüfen.



## Literatur

[Geyer-Hayden 2015] Geyer-Hayden, B. (2015). Unterrichtsmaterial Soziale Netzwerke. ConnctedKids T-Mobile Blog. Verfügbar unter: <http://kids.t-mobile.at/unterrichtsmaterial-soziale-netzwerke/>

[Ing-Diba 2014] Ing-Diba (2014). Halb Europa ist täglich auf Facebook. Verfügbar unter: <https://www.ing-diba.at/ueber-ingdiba/presse/pressemeldungen/2014/halb-europa-ist-taeglich-auf-facebook>

[Jarche 2014] Jarche, H. (2014). What is your PKM routine? Verfügbar unter: <http://jarche.com/2014/03/what-is-your-pkm-routine/>

[myclever agency 2014] mycleve Agency (2014). How To Create Perfect Posts: Version 5 [Infographic]. Verfügbar unter: <http://www.mycleveragency.com/blog/2014/06/create-perfect-posts-linkedin-blog-youtube-tumblr-vine-google-facebook-twitter-version-5-infographic/>

[Pluralog 2012] Pluralog (2012). Vorlage: Social-Media-Strategie entwickeln. Verfügbar unter: <http://pluralog.de/vorlage-social-media-strategie/>

[PR-Doktor 2014] PR-Doktor (2014). Ihre Online-Reputation: Pflicht oder Kür? Verfügbar unter: <http://www.kerstin-hoffmann.de/pr-doktor/2014/06/03/online-reputation-reputationsmanagement-reputationsmonitoring/>

[Statista 2015a] Statista (2015). Anzahl der Nutzer von Facebook in Österreich in ausgewählten Monaten von (in Millionen). Verfügbar unter: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/296115/umfrage/facebook-nutzer-in-oesterreich/>

[Statista 2015b] Statista (2015). Anzahl der Nutzer von Twitter in Österreich in ausgewählten Monaten von Januar 2012 bis Mai 2015 (in 1.000). Verfügbar unter: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/296135/umfrage/twitter-nutzer-in-oesterreich/>

[Social Media Radar 2015] Social Media Radar (2015). Facebook Daten. Verfügbar unter: <http://socialmediaradar.at/facebook>

Die Abbildungen stammen, wenn nicht anders angegeben, von pixabay. Lizenz: CC0 Public Domain

