

Social Media in Schülerlaboren (24 Teilnehmerinnen und Teilnehmer)

Lea Cassandra Wilhelm, social Media verantwortliche der Experimenta sowie **Jonathan Günz** vom Experimenta Makerspace berichten einleitend über ihre Erfahrungen und Kenntnisse zu diesem Thema und geben eine Übersicht¹.

zu den grossen Playern in der Social Media Landschaft. Wir fassen ihren Bericht im folgenden zusammen:

Instagram:

Gehört zum Meta Konzern. Über diesen Kanal erreicht man noch die vorwiegend junge Generation. Geeignet für Bilder, Videos und Stories.

Stories sind vertikale, bildschirmfüllende Fotos und Videos, die nach 24 Stunden verschwinden. Sie tauchen nicht im Instagram-Newsfeed, sondern ganz oben in der Instagram-App auf. Stories werden von Experimenta für Präsentationen genutzt. Tendenz geht aber hin zu Videos. Es können bis zu 60-minütige Videos veröffentlicht werden. Bei „Reels“ handelt es sich in der Regel um kurze Hochkantvideos. Zusätzlich ist es auch möglich, einen Video-Livestream („Instagram Live“) zu starten.

Facebook:

Ebenfalls Teil des Meta Konzerns. Bietet im Vergleich zu anderen Plattformen einen grösseren Nutzungsspielraum. Man kann hier beispielsweise chatten, auf der Pinnwand posten, oder Gruppen beitreten und kommunizieren. Hier erreicht man die mittleren bis älteren Altersschichten. Der Kanal eignet sich, um auf Veranstaltungen aufmerksam zu machen und über bezahlte Werbung das Zielpublikum zu erreichen. Empfohlen wird die Nutzung eines Tools dem "Business Manager" (<https://business.facebook.com>) von Meta. Das hat den Vorteil, dass man darüber sowohl den Facebook wie auch den Instagram Account verwalten kann.

LinkedIn:

Schreibt auf der Homepage über sich selbst "LinkedIn ist das weltweit größte berufliche Netzwerk im Internet. Über LinkedIn lässt sich der passende Job oder ein Praktikum finden, berufliche Beziehungen knüpfen und stärken und Kenntnisse für Ihren beruflichen Erfolg erlernen." Hat also auch einen Einfluss auf Beruf und Karriere und wird von Firmen und Instituten als Informationskanal genutzt.

Twitter:

Hier werden hauptsächlich gesellschaftliche und politische Themen diskutiert. Auf der Plattform tummeln sich aber auch viele Anhänger von pseudowissenschaftlichen Theorien bis hin zu den Verschwörungstheorien. Das Kommunikationsprinzip zwischen den Twitter-Benutzer basiert auf dem Verfolgen oder Abonnieren von anderen Twitter-Nutzern. Ein Alleinstellungsmerkmal ist nach wie vor, dass Tweets auf 140 Zeichen begrenzt sind, auch wenn diese Regelung mittlerweile aufgeweicht wurde, sodass etwa Fotos, Videos oder zitierte Tweets nicht mehr unter die 140 Zeichen fallen.

Tiktok:

Vor allem bei den Jugendlichen beliebt. Erlaubt sind maximal 3minütige Videos. Anders als bei anderen Social Media Kanälen geht es bei TikTok darum, die Nutzer einzubinden. Um erfolgreich zu sein, müssen die Inhalte Kreativität und Interaktion fördern. Humor, Musik, Fitness, Reisen, Hobbys, Essen, Tanz usw. Die App setzt auf kurze Inhalte, die fast immer mit

¹ Die Powerpoint Präsentation von Lea Cassandra Wilhelm kann auf Anfrage bei Thomas Wendt Thomas.Wendt@experimenta.science zur Verfügung gestellt werden.

Musik untermalt sind. Der Inhalt ist aber überwacht und es kann schnell mal passieren, dass man von den Algorithmen blockiert wird oder gar der Account gesperrt wird. Daher der Tip, diese Plattform niemals ausschliesslich als Kanal zu verwenden. Durch die Schnelligkeit ist auch nicht ganz klar, welches die Erfolgsrezepte sind, die zu vielen Klicks und einem Weiterverteilen führen.

Mastodon; Pixelfed:

Es handelt sich dabei um einen Dienst für das Microblogging, ähnlich wie Twitter. Bei Mastodon stehen den Nutzern für Mitteilungen 500 Zeichen zur Verfügung. Es handelt sich um ein Open Source Projekt, d.h. der Quellcode ist frei verfügbar. Anders als bei Twitter befinden sich die Daten nicht auf einem Server der Firma sondern sind verteilt auf viele Instanzen. Dadurch wirkt das ganze auf den ersten Blick unübersichtlich. Bei Mastodon kann für jede einzelne Nachricht entschieden werden, wem diese konkret angezeigt werden soll. Außerdem können bei sensiblen Inhalten sogenannte "Content Warnings" eingestellt werden.

Nicht zu vergessen: Google und Youtube

Google ist neben einer Suchmaschine auch ein Wegweiser und eine Bewertungsplattform. Dabei ist es für grössere Einrichtungen wie der Experimenta nicht unerheblich, sich um die Bewertungen individuell zu kümmern und schlechten Noten nachzugehen. Youtube wird verwendet um Social Media Inhalte hochzuladen und es ist auch eine Video-Suchmaschine.

Generelle Tips und Ratschläge:

Für die Nutzung von Social Media sollte von vornherein die Zielsetzung klar sein. Für Experimenta ist dies: Wissen auf einfache Art und Weise zugänglich zu machen. Erreichen kann man dies durch Qualität und Authentizität. Die angebotenen Inhalte strecken sich dabei über die Vorstellung von Experimenten, Do it yourself (DIY) Anleitungen für Versuche, Gewinnspiele und lustige Beiträge. An der Experimenta stellt man an die Qualität der fabrizierten Videos einen relativ hohen Anspruch. Ausserdem werden die Inhalte von einer Fachabteilung geprüft. Der Aufwand für ein fertig produziertes Video wird mit mindestens einem Tag beziffert. Dabei wird Wert auf Corporate Design gelegt, also einem Wiedererkennungswert unterstützt durch Corporate Audio. Zur Bearbeitung der Videos kommt die Adobe Suite zum Einsatz. Eine Stammtisch Teilnehmerin berichtet von guten Erfahrungen mit Canva (<https://www.canva.com>) dass es in einer kostenlosen Probeversion gibt. Ein weiter wichtiger Punkt ist das Thema Sicherheit. Man sollte für seinen Account immer eine Zweifaktoren Authentifizierung wählen.

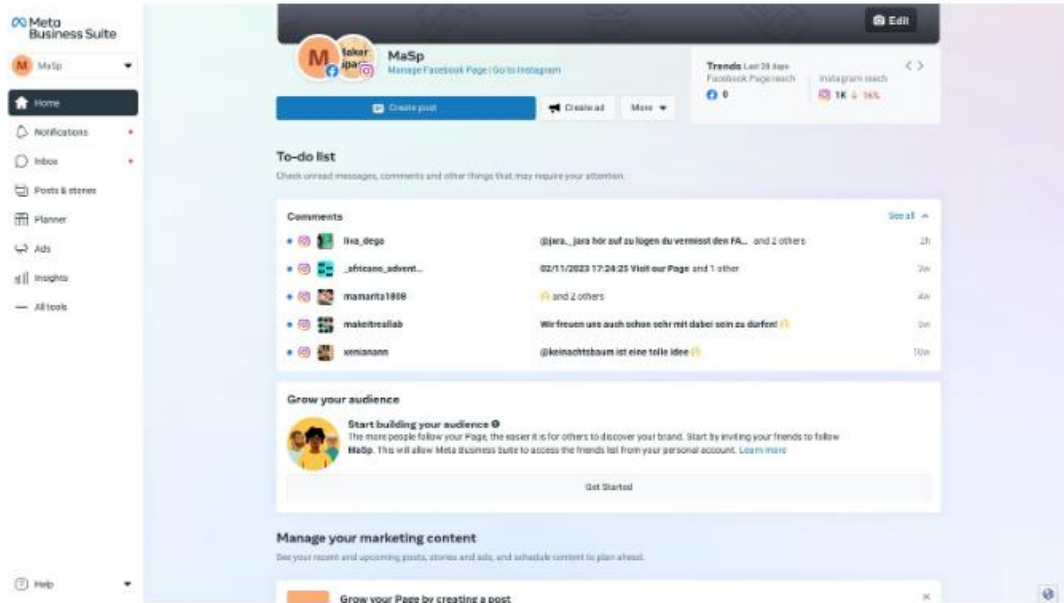
Zu guter Letzt: Allgemeine Rechte und Bildrechte. Bei der Abbildung von Kindern und Jugendlichen ist stets Vorsicht geboten. Am besten eigenen sich Bilder, auf denen die Kinder nicht zu erkennen sind. Ein minimaler Schutz stellt die schriftliche Einwilligung durch die Erziehungsberechtigten dar. Urheberrechte sind ebenfalls zu beachten. So dürfen Firmen Accounts nicht einfach Musik und Ton verwenden. Instagram bietet aber beispielsweise Sounds auf ihrer Plattform an.

Max Hörbelt von Kitzdo berichtet nur Instagram und Facebook zu nutzen. Bei Facebook geht es darum die Eltern zu erreichen und auf Veranstaltungen aufmerksam zu machen. Insgesamt geht es um Wissenschaftskommunikation und die Interaktion mit anderen Akteuren in der Szene.

Jugend Forscht hat Social Media Workshops angeboten um die Medienkompetenz der Teilnehmenden zu schulen. Wer Mitglied bei Jugend forscht ist und Zugang zum internen Bereich hat kann sich dort die Workshops anschauen.

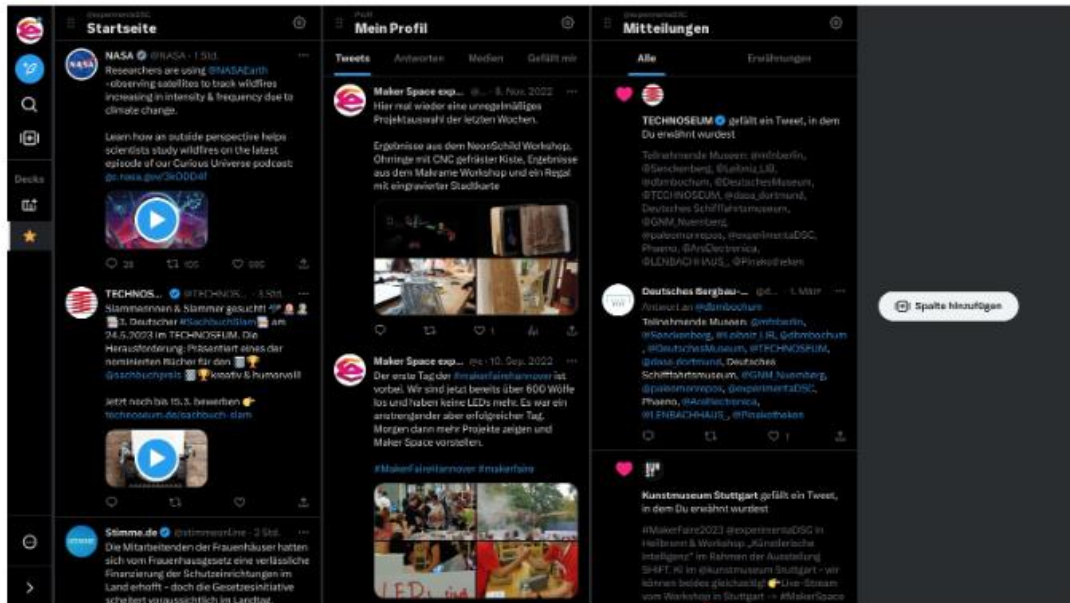
Facebook und Instagram Meta Business Suite

Managen von Instagram und Facebook am PC über eine komfortable Weboberfläche. Beantworten von Nachrichten und Kommentaren, Planen von Posts.



Tweetdeck

Übersichtliches Management für Twitter



Zwei Faktor Authentication

Zweiter Faktor für mehr Sicherheit.