

YouTube-Nutzungskonzept des College of Fellows der Universität Tübingen

Das College of Fellows (CoF) ist eine zentrale Einrichtung der Universität Tübingen und wird momentan im Rahmen der Exzellenzstrategie des Bundes und der Länder aufgebaut. Als Weiterentwicklung des bisherigen Center for Interdisciplinary and Intercultural Studies (CIIS) ist das CoF eine Einrichtung für interdisziplinären und interkulturellen Austausch sowie eine Forschungs-, Vernetzungs- und Veranstaltungsplattform für Postdoktorand*innen, die für einen längeren Zeitraum aus dem Ausland an die Uni Tübingen kommen.

Daher ist die Nutzung von Social Media-Kanälen Teil der Öffentlichkeitsarbeit des College of Fellows und erfolgt auch über YouTube. Mit diesem Nutzungskonzept übernimmt das College of Fellows die vom Landesdatenschutzbeauftragten Baden-Württemberg vorgegebene Verantwortung und Vorbildfunktion öffentlicher Stellen zur Nutzung sozialer Medien. Bitte beachten Sie dazu auch unsere Datenschutzerklärung und Abschätzung der Folgen der YouTube-Nutzung.

1. YouTube

YouTube ist eine Online-Plattform zur Veröffentlichung und Verbreitung von Videos. Registrierte Nutzerinnen und Nutzer können über diesen Dienst kostenlos Videos veröffentlichen. Diese Videos werden in der Regel so bereitgestellt, dass sie öffentlich sichtbar sind. Alternativ ist es möglich, Videos nur für einen bestimmten Personenkreis („Privat“) oder nur über eine URL zugänglich zu machen („Nicht gelistet“). In letzterer Variante erscheint das Video nicht öffentlich in der Videoliste des Kanals, sondern ist nur über einen Link erreichbar, den die Betreiber/innen des Kanals z. B. per E-Mail gezielt bestimmten Personen zur Verfügung stellen.

Der Google-Dienst YouTube wird von Google Ireland Limited bereitgestellt. Um sich bei YouTube registrieren zu können, ist ein Google-Konto nötig.

Registrierte YouTube-Nutzer können anderen YouTube-Nutzern folgen, deren Videos bewerten und die Videos innerhalb von YouTube aber auch auf anderen Online-Plattformen und Webseiten teilen. Das reine Betrachten von Videobeiträgen ist auch ohne eigenen Nutzeraccount möglich.

Mehr Informationen zu YouTube finden Sie hier: <https://www.youtube.com/yt/about/>

Vorteile von YouTube sind seine große Reichweite und – im Gegensatz zu manch anderen sozialen Netzwerken – die Nutzbarkeit der Videos ohne die Notwendigkeit einer eigenen Anmeldung für den Nutzer. YouTube zählt weltweit zu den am meisten genutzten „Suchmaschinen“.

Ein weiterer Vorteil ist die Nutzbarkeit ohne Verwendung eines Klarnamens für Nutzer mit eigenem YouTube-Account.

2. Zweck der Nutzung

Mit der Einrichtung eines YouTube-Kanals werden die bestehenden Kommunikationskanäle des College of Fellows in die Öffentlichkeit wie Webseite, Newsletter, Printmedien und

Informationsveranstaltungen sinnvoll ergänzt. Die Bedeutung von Videos zur Weitergabe von Informationen hat in den letzten zehn Jahren stark zugenommen. Der YouTube-Kanal informiert die Nutzer mit Videos in erster Linie über Forschung, Fellows und Veranstaltungen.

Für einige Zielgruppen sind die bestehenden Instrumente nicht mehr ausreichend. Gerade im Hinblick auf die Zielgruppe von internationalen Fellows haben wir festgestellt, dass wir diese teils viel direkter über YouTube erreichen können, zumal interessierte Empfänger unseren Kanal abonnieren können. Der YouTube-Kanal ermöglicht eine weitreichende Verbreitung unserer Fellowaktivitäten, unserer Forschungsthemen und besonderer Veranstaltungen.

Des Weiteren können wir über den direkten Dialog mit Studierenden, Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern sowie der interessierten Öffentlichkeit Meinungsbilder einholen und wertvolles Feedback erhalten, um unsere Aufgabenerfüllung zu optimieren.

Durch die Nutzung von YouTube soll die Öffentlichkeit noch besser am Hochschulgeschehen teilhaben können.

3. Art und Umfang der Nutzung

Der YouTube-Account informiert die Nutzer über aktuelle Themen aus Forschung und Studium am College of Fellows und Partnerforschungseinrichtungen.

Die Video-Beiträge werden vom Zentrum für Medienkompetenz und anderen Einrichtungen der Universität Tübingen produziert.

Inhalte der Video-Beiträge sind:

- Vorstellung von Fellows und deren Forschungsschwerpunkten
- Berichterstattung von Veranstaltungen z. B. mit prominenten Rednern

Neben eigenen Beiträgen werden auch Videobeiträge anderer Forschungseinrichtungen und -projekte geteilt, wenn ein Zusammenhang zum College of Fellows der Universität Tübingen besteht.

Konkrete Verwaltungsleistungen wie eine Beratung im Einzelfall werden dagegen über YouTube nicht angeboten. Hier wird bei entsprechenden Anfragen auf die klassischen Kommunikationskanäle per Telefon oder E-Mail der jeweils zuständigen Abteilungen der Universität Tübingen verwiesen.

4. Verantwortlichkeiten für die redaktionelle/technische Betreuung

Die Verantwortlichkeit für die redaktionelle Betreuung des zentralen YouTube-Kanals der Universität Tübingen (https://www.youtube.com/channel/UCDvRj_BHMBsk4YJUA169WdQ) liegt beim College of Fellows: niels.weidtmann@uni-tuebingen.de

5. Alternative Kontaktmöglichkeiten

Wir weisen die Nutzer darauf hin, dass der YouTube-Kanal lediglich eine weitere von verschiedenen Optionen darstellt, um mit dem College of Fellows in Kontakt zu treten oder Informationen über Forschung und Studium zu erhalten. Alternativ können die über diese

Seite angebotenen Informationen auch auf unserem Internet-Angebot unter <https://uni-tuebingen.de/einrichtungen/zentrale-einrichtungen/college-of-fellows/> abgerufen werden.

Weitere Kontaktmöglichkeiten:

Mit allen Anfragen können Sie sich grundsätzlich an unseren zentralen E-Mail-Posteingang info@cof.uni-tuebingen.de wenden.

Hinweis: Die Kommunikation per E-Mail erfolgt standardmäßig unverschlüsselt. Dabei ist nicht auszuschließen, dass an der Übertragung beteiligte Stellen Inhalte einer E-Mail zur Kenntnis nehmen können.

Bei telefonischen Anfragen an die +4970712977239.

Anschrift:

Eberhard Karls Universität Tübingen
College of Fellows
Geschwister-Scholl-Platz
72074 Tübingen

6. Selbstverpflichtung

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