PRESSEMITTEILUNG

Analyse: Diese Hochschulen sind am aktivsten in den sozialen Medien

- **Bildungsplattform charly.education untersucht Aktivitäten deutscher Hochschulen in sozialen Netzwerken**
- **Uni Düsseldorf postet im Schnitt am häufigsten, TU Dortmund am wenigsten**
- **TU München hat die meisten Fans**

Berlin, 3. Juli 2019 – Fast alle deutschen Hochschulen sind in den sozialen Netzwerken vertreten. Doch es gibt deutliche Unterschiede dabei, wie viel sie dort posten und wie viele Follower sie haben. Die Bildungsplattform charly.education (www.charly.education) hat untersucht, welche Uni wie aktiv im Social-Web ist und hat die Aktivitäten der 50 größten Hochschulen in Deutschland auf Facebook, Instagram, Twitter und weiteren Kanälen untersucht und mit Punkten versehen. Für die aktivste Hochschule gab es je Plattform 50 Punkte.

Düsseldorf ist top, Dortmund Schlusslicht

Mit insgesamt 146 Punkten sichert sich die Universität in Düsseldorf den ersten Platz im Ranking. Durchschnittlich veröffentlicht die mit gut 18.000 Studierenden 14. größte Hochschule Deutschlands acht Posts pro Tag. Hinter der Rheinland-Uni folgen die FU Berlin (141 Punkte, sechs Posts) und die Universität Stuttgart (132 Punkte, fünf Posts).

Schlusslicht im Ranking sind die Unis in Hannover (26 Punkte), Augsburg (24) und Dortmund (20). Alle drei kommen netzwerkübergreifend rechnerisch auf gerade einmal knapp einen Post pro Tag. Die nach Studierenden größten Hochschulen Deutschlands, die Fernuni in Hagen, die Uni Köln und die LMU München landen im Ranking im Mittelfeld: Platz 30, 13 bzw. 43.

TU München hat die meisten Fans im Social-Web

Die Technische Universität München hat von allen 50 untersuchten Hochschulen über alle drei Social-Media-Plattformen hinweg die meisten Fans. So zählt die zehntgrößte Hochschule Deutschlands bei Facebook, Instagram sowie Twitter 135.687 Likes und Follower. Dahinter folgen die LMU München (120.686 Fans) und die RWTH Aachen (114.438). Weit abgeschlagen sind die Unis Koblenz-Landau (12.757 Fans), Osnabrück (12.302) und Regensburg (7.875).

Viele Unis auch in weiteren Netzwerken aktiv

Darüber hinaus sind einige Hochschulen neben Facebook, Instagram und Twitter auch noch auf anderen Plattformen aktiv. So präsentieren sich alle 50 untersuchten Universitäten bei LinkedIn und YouTube. Dahinter folgt das deutsche Karriereportal Xing, auf dem 42 der untersuchten Hochschulen vertreten sind. Auf der Blogging-Plattform tumblr sind 35 der Unis vertreten. Bei WhatsApp, der Video-Streamingplattform Periscope und Snapchat haben mit 13 bzw. 4 und 3 Unis nur wenige Hochschulen einen Account.

Cecil von Croÿ, Gründer und CEO von charly.education kommentiert:

„Studierende sind auf Social-Media-Plattformen aktiv – und die meisten Unis auch. Dennoch gibt es zwischen den einzelnen Hochschulen erhebliche Unterschiede in der Nutzungsfrequenz. Unsere Analyse zeigt, dass die Uni in Düsseldorf am häufigsten ihre Studierenden in sozialen Netzwerken informiert.

Aber das reicht nicht aus! Wir unterstützen die Forderung der Hochschulrektorenkonferenz nach mehr Digitalisierung der Unis. Sei es beispielsweise durch Vorlesungen, die im Netz gestreamt werden. So muss kein Studierender eine Veranstaltung verpassen, nur weil er nicht im Hörsaal sein kann. An der Stelle setzt auch unsere Plattform an: Studierende können ortsunabhängig, effizient und passgenau für die Prüfungen mit charly.education lernen. Durch Feedback der Nutzer entwickeln wir unser Angebot kontinuierlich weiter.“

Zur Methodik:

Ausgehend von der durchschnittlichen Zahl von Tweets bzw. Posts pro Tag hat charly.education für jede der drei Plattformen ein eigenes Ranking erstellt und jeweils 1-50 Punkte pro Hochschule vergeben. So erhielt die aktivste Hochschule pro Plattform 50 Punkte, die inaktivste einen Punkt. Insgesamt konnte eine Hochschule plattformübergreifend maximal 150 Punkte in dem Ranking ergattern. Vier der untersuchten Hochschulen haben keine offizielle Instagram-Seite, eine ist nicht bei Twitter vertreten.

Alle Ergebnisse stehen unter dem nachfolgenden Link zur Verfügung:

<https://www.charly.education/presse/influenceruni>

Über charly.education

charly.education (www.charly.education) ist eine digitale Lernplattform für Studierende. Das 2016 von Cecil von Croÿ und Karl Bagusat gegründete Unternehmen ist in der Startup-Szene bereits bekannt; bislang unter dem Namen PlusPeter. charly.education möchte mit der Plattform digitales Lernen an deutschen Hochschulen etablieren, Studierenden helfen, effizienter zu lernen und damit die Studienabbruchquoten senken. Studierende können ihre Lernskripte auf charly.education hochladen und online durcharbeiten. Gleichzeitig ist es ihnen möglich, die Notizen, Anmerkungen und Lektüre-Empfehlungen von Kommilitonen einzusehen. Außerdem bieten Gamification-Elemente Studierenden zusätzliche Anreize beim Lernen. Mit der Namensänderung und der Erweiterung durch die Lernplattform wird charly.education weiterhin kostenlose Drucke für Studierende anbieten. charly.education hat seinen Sitz in Berlin und beschäftigt aktuell 50 Mitarbeiter.

Pressekontakt: Carlo Sporkmann | carlo.sporkmann@tonka-pr.com | +49.30.403647.608