

GUIDELINES FÜR SOCIAL MEDIA

AN DER BAUHAUS-UNIVERSITÄT WEIMAR

Vor dem Schreiben: **Kernaussage** der Nachricht finden, Leitfragen dafür finden sich in der Langfassung. Bei komplexen Themen kann KI helfen, sich Inhalte einfach erklären zu lassen.

INSTAGRAM

Inhaltliche Schwerpunkte sind das **Campusleben** und die **Menschen** auf dem Campus, **Studien- und Forschungsprojekte** und **Veranstaltungen**. Wir schreiben **kurz, informativ**, einladend und **nahbar** und aus der »Wir-Perspektive« der Uni. Posts starten mit einem prägnanten ersten Satz, geben danach kurz Kontext und enden mit einem Serviceblock (z. B. »Link in der Bio«/Veranstaltungsdaten).

Optimale **Textlänge**: ca. 300 Zeichen. Passgenaue Emojis verwenden, am Anfang/Ende eines Absatzes. **Institutionen & Personen** mit öffentlichem Profil im Textfluss einbinden.

Formate: Post mit Bildern, Reel (Video), Carousel-Post (mit Typo), Stories

LINKEDIN

Inhaltliche Schwerpunkte liegen auf **Forschung & Transfer**, herausragenden **Veranstaltungen**, Auszeichnungen & **Erfolgen** sowie besonderen Studienprojekten. Wir schreiben auf LinkedIn **professionell, klar und einordnend**. Die Sprache ist sachlich-aktiv, weniger locker als auf Instagram, aber weiterhin nahbar.

Beiträge starten mit einer **starken Kernaussage** (Warum ist das wichtig?), liefern dann kompakte Fakten und weiterführende Informationen für die Zielgruppe und enden mit einem konkreten nächsten Schritt (z. B. Link, Veranstaltungsdetails, Bewerbungsaufwurf). **Optimale Textlänge**: 600–1000 Zeichen. Emojis nur sparsam & funktional verwenden. **Partner/Organisationen/Personen** gezielt taggen.

Formate: Post mit Text und Bildern, Carousel-Post (Dokument), Post mit Text und Video

KI ALS SPARRINGPARTNER

KI kann helfen, **Kern & Relevanz** zu schärfen, **Hooks** (starke Einstiege) zu bauen, Texte zu **kürzen/strukturieren**, Tonalität pro Kanal anzupassen, **Serviceblocks** zu erstellen und Alt-Text-Vorschläge zu machen.

MINI-CHECKLISTE VOR DEM VERÖFFENTLICHEN

- ::: Kernbotschaft klar? Zielgruppe & Kanal getroffen?
- ::: Hook stark + nächster Schritt klar (Link/Termin/Aufruf zum Bewerben)?
- ::: Bildformat passt? Qualität/Anschnitt geprüft?
- ::: Alt-Text/Untertitel drin? Rechte & Credits geklärt?



Die Langfassung der Handreichung enthält detaillierte Hinweise zum Post-Erstellen.

