

## Studieren mit Beeinträchtigungen in Corona-Zeiten

Online-Fachtagung der Informations- und Beratungsstelle Studium und Behinderung (IBS) des Deutschen Studentenwerks

Praxisforum: Das Potential Sozialer Netzwerke für die Beratungsarbeit

Referent: Heiko Kunert, Blinden- und Sehbehindertenverein Hamburg e. V.

Das Potenzial:

- Rund 38 Millionen aktive Social-Media-Nutzer\*innen in Deutschland
- Zugriff bevorzugt über mobile Endgeräte (80% der Nutzer\*innen)
- Rund zwei Drittel der Social-Media-Nutzer\*innen sind zwischen 18 und 44 Jahren

Quelle: <https://www.dwif.de/news-events/zahl-der-woche/kpi/item/social-media-nutzung-tourismus.html>

Social-Media-Nutzung in Deutschland:

- Facebook: 32 Millionen monatlich aktive deutsche Nutzer\*innen, 23 Millionen täglich
- Twitter: 2,8 Millionen wöchentlich, 1,4 Millionen täglich
- XING: rund 17 Millionen Mitglieder, nur 2 Millionen wöchentlich aktiv
- LinkedIn: 14 Millionen Mitglieder
- Instagram: 25 Millionen monatlich, 13 Millionen wöchentlich, 9 Millionen täglich aktive Nutzer\*innen
- Pinterest: 6 bis 7 Millionen aktive Nutzer\*innen
- YouTube: 28 Millionen Nutzer\*innen täglich
- TikTok: 5,5 Millionen aktiv

Quelle: <https://www.kontor4.de/beitrag/aktuelle-social-media-nutzerzahlen.html>

Messenger-Nutzung in Deutschland:

- WhatsApp: 58 Millionen täglich
- Snapchat: 5 Millionen wöchentlich, 3,5 Millionen täglich
- FB Messenger: 23 Millionen monatliche Nutzer\*innen
- Telegram: 7 Millionen Nutzer\*innen
- Threema: 5 Millionen Nutzer\*innen

Quelle: <https://www.kontor4.de/beitrag/aktuelle-social-media-nutzerzahlen.html>

#### Definition Social Media:

„Der Begriff Social Media beschreibt Webseiten und Apps, über die Nutzer Inhalte kreieren sowie teilen und sich vernetzen können. Zentrales Merkmal von Social Media ist die Interaktivität. Soziale Interaktion zwischen Nutzern sowie kollaboratives Schreiben prägen den Online-Dialog, die sogenannte Many-to-many-Kommunikation. Nutzer erstellen Inhalte (User Generated Content), über die ein permanenter, zeitlich unbegrenzter Austausch mit anderen stattfindet.“

Quelle: <https://onlinemarketing.de/lexikon/definition-social-media>

#### Definition Instant Messaging:

„Instant Messaging (engl. instant = sofort; engl. messaging = Datenaustausch) ermöglicht es, mittels einer Software, dem Instant Messenger, in Echtzeit mit anderen Teilnehmern online zu kommunizieren. Dabei werden kurze Textmitteilungen über einen Server an den Empfänger geschickt (meist über das Internet), auf die dieser unmittelbar antworten kann. Auf diesem Weg lassen sich auch Dateien austauschen. In den meisten Instant Messenger-Programmen wird angezeigt, welchen Status (online, nicht verfügbar, abwesend, nicht stören, offline usw.) die Kommunikationspartner aktuell haben.“

Quelle: <https://www.onlinemarketing-praxis.de/glossar/instant-messaging>

#### Beratung in sozialen Netzwerken:

- Es können auch Menschen erreicht werden, die persönliche Vor-Ort-Angebote oder Telefonate eher nicht wahrnehmen
- Es können auch Menschen außerhalb der eigentlichen Zielgruppe erreicht werden
- Gut geeignet für das Verbreiten von Infos, das Beantworten von Rückfragen und das Erhalten von Feedback
- Weniger geeignet für tiefgehendere Beratung im Newsfeed, da öffentlich sichtbar
- Für tiefgehendere Beratung eher zu Messenger-Diensten, E-Mails oder Telefonaten ausweichen
- Geschützterer Austausch mit mehreren Menschen z. B. in Facebook-gruppen möglich
- Um die Zielgruppe der Studierenden zu erreichen, sind Instagram und Facebook besser geeignet als Twitter. Twitter wiederum eignet sich sehr gut für die Informationsgewinnung und Vernetzung mit Multiplikatoren
- Personelle und zeitliche Ressourcen sind erforderlich. Es wird eine regelmäßige und zeitnahe Kommunikation erwartet
- Sofern die Ressourcen nicht vorhanden sind oder zu wenige Inhalte für ein regelmäßiges Posten zur Verfügung stehen, kann auch ein Takeover einer bereits bestehenden Facebook- oder Instagram-Seite oder eines Twitter-Profiles für einen begrenzten Zeitraum (ein Tag oder eine Woche) sinnvoll sein
- Neben Texten, Fotos und Videos können auch Podcasts eine zeitgemäße, zielgruppenorientierte Form sein, Inhalte lebendig zu transportieren (z. B. Studierende mit einer Behinderung über ihren Hochschulalltag berichten zu lassen); die Links zu den Podcast-Folgen sollten wiederum über soziale Netzwerke geteilt werden

- Hinsichtlich Datenschutz gibt es in sozialen Netzwerken häufig Grenzen (US-Server, besonderer Schutz gesundheitsbezogener Daten usw.)

#### Beratung über Messenger-Dienste:

- Ebenfalls gut geeignet für das Erreichen einer erweiterten Zielgruppe
- Gut geeignet für schnellen, unkomplizierten Austausch, sowohl mit einem/einer Ratsuchenden, wie auch in Gruppen
- Auch intensive, ausführliche Beratung prinzipiell möglich
- Im Prinzip nicht öffentlich einsehbar
- Dennoch ähnliche Datenschutzbedenken wie bei sozialen Netzwerken
- Nur wenige Dienste, wie z. B. Threema, sind vollständig EU-Datenschutzkonform

#### Barrierefreiheit in sozialen Netzwerken:

- Fügen Sie eine eigene Bildbeschreibung hinzu.
- Schreiben Sie !B in Ihren Post. Der Hinweis zeigt: Ihr Post hat eine Bildbeschreibung.
- Beschreiben Sie GIFs im Text. Bei Twitter können Sie mittlerweile auch einen Alternativtext eingeben.
- Für den Fall, dass Sie Posts von Dritten teilen, die keine Bildbeschreibung haben, beschreiben Sie das Bild nachträglich in Ihrem Beitrag.
- Untertiteln Sie Ihre Videos.
- Schreiben Sie kurze Sätze.
- Erklären Sie schwierige Wörter.
- Verwenden Sie Gebärdensprache und Leichte Sprache.

#### Weiterführende Infos, Schulung und Beratung:

<https://barrierefreiposten.de/barrierefreiPosten.html> und  
<https://bitvtest.de/start.html>

#### Kontakt zu Heiko Kunert:

- E-Mail: [h.kunert@bsvh.org](mailto:h.kunert@bsvh.org)
- Telefon: 040 - 209 404 – 16
- Internet: <https://www.bsvh.org/>
- Blog: <https://heikos.blog/>
- Twitter: <https://twitter.com/heikokunert>
-