

HYDROGRAPHISCHE NACHRICHTEN

Journal of Applied Hydrography

03/2023

HN 124



Depth measurement per



crowdsourcing. Damn it!

@weltvermesserer

Die Social-Media-Nachwuchskampagne

Ein Beitrag von TANJA DUFEK, MARLENE RYBKA und SONJA RIEGAMER

Um dem allgemeinen Fachkräftemangel entgegenzuwirken und Schüler:innen auf das Tätigkeitsfeld der Geodäsie aufmerksam zu machen, wurde die Social-Media-Kampagne @weltvermesserer von der InteressenGemeinschaft Geodäsie (IGG; Allianz von DVW, VDV, BDVI) ins Leben gerufen. Auch die DHyG ist neben verschiedenen Verbänden, Fördervereinen, Hochschulen und Arbeitsgemeinschaften an dieser Instagram-Kampagne beteiligt. Dieser Beitrag informiert über die Initiative und erläutert, wie Interessierte sich mit Material beteiligen können.

@weltvermesserer | Nachwuchskampagne | Instagram
@weltvermesserer | young talent campaign | Instagram

In order to counteract the general shortage of skilled workers and to draw students' attention to the field of geodesy, the social media campaign @weltvermesserer was launched by the InteressenGemeinschaft Geodäsie (IGG; alliance of DVW, VDV, BDVI). The DHyG is also involved in this Instagram campaign, along with various associations, promotional societies, universities and working groups. This article informs about the initiative and explains how interested parties can participate with material.

Der Startschuss für die Nachwuchskampagne @weltvermesserer erfolgte Anfang 2020 mit dem Ziel, eine gemeinsame Strategie zu entwickeln, um Schüler:innen im Alter von 14 bis 19 Jahren auf das spannende und vielfältige Berufsfeld der Geodäsie aufmerksam zu machen. Unter der Federführung des BDVI (Bund der Öffentlich bestellten Vermessungsingenieure e.V.) beteiligen sich aktuell 19 Kooperationspartner an der Initiative. Als Plattform wurde Instagram gewählt, da diese bei jungen Leuten sehr beliebt ist und viel und regelmäßig genutzt wird, um sich zu vernetzen, auszutauschen, zu unterhalten und zu informieren. Als Name des Kanals wurde @weltvermesserer gewählt, der Neugier wecken und auf die Relevanz und die Reichweite der Geodäten anspielen soll.

Ziel der Kampagne ist vor allem, die Geodäsie bekannter zu machen, indem durch interessante, lustige und informative Posts Follower generiert werden. Erst durch die Steigerung der Bekanntheit der Geodäsie ist eine Zunahme an Auszubildenden und Studierenden zu erwarten, denn wer die Geodäsie nicht kennt, berücksichtigt sie bei der Berufswahl nicht.

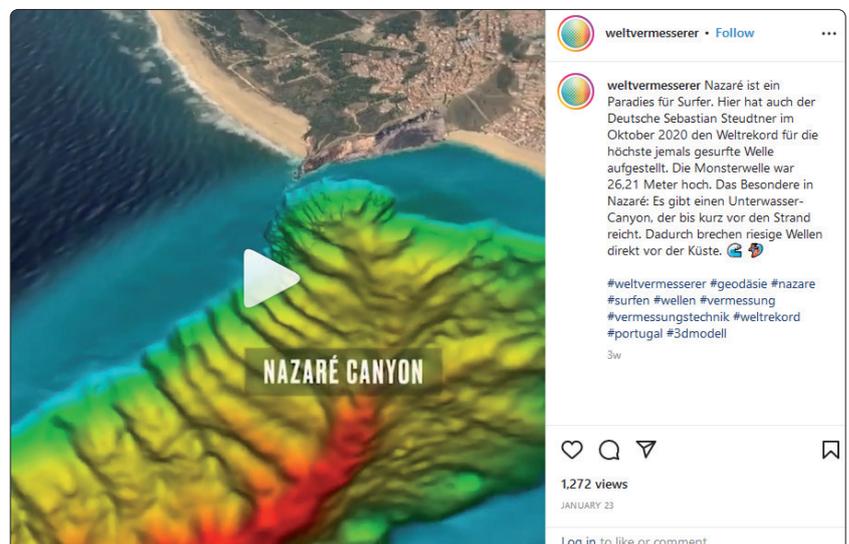
Die Posts sind hauptsächlich visuell (Bild oder kurze Videos) mit prägnanten kurzen Headlines, die schnell erfasst werden können (siehe Beispiele). Die beauftragte Kreativagentur hat neun Kreativkonzepte entwickelt, die die verschiedenen Themen und Ausrichtungen der Posts auf dem Kanal beschreiben. Somit soll die bestmögliche

Ansprache erreicht werden. Diese Konzepte schließen zum Beispiel spannende Fakten, Verrücktes, interaktive Quizze, interessante Geschichten aus dem Berufsalltag und Beispiele für begeisternde Technik ein. Auch werden konkrete Personen vorgestellt, die aus dem Berufsalltag berichten oder von ungewöhnlichen Arbeitsorten auf der ganzen Welt erzählen. Insgesamt werden zunächst allgemeinere und leichtere Themen adressiert, um das Interesse zu wecken. Im weiteren Verlauf werden in praxisnahen Beispielen verschiedene Tätigkeitsfelder und Berufe vorgestellt und später auch komplexere und abstraktere Thematiken mit aufgenommen.

Autorinnen

Tanja Dufek ist wissenschaftliche Mitarbeiterin an der HCU in Hamburg.
Marlene Rybka ist Social Media Managerin beim BDVI in Berlin.
Sonja Riegamer arbeitet bei HUIsHU. Digitale Kreativagentur in Hannover.

tanja.dufek@hcu-hamburg.de



Die Zielgruppe lässt sich über Hashtags (#) und Verlinkungen (@) erreichen, da diese Reichweite generieren. Instagram-Nutzer können über Hashtags bestimmte Inhalte suchen oder abonnieren. Somit verwendet @weltvermesserer leicht verständliche Hashtags, die von allgemeinem Interesse sind und oft gesucht werden, um Nutzer auf den Kanal aufmerksam zu machen (zum Beispiel #drohne, #studium, #baustelle). Daneben werden aber auch spezifischere Hashtags genutzt, die nicht so oft verwendet werden und somit weniger Konkurrenz bei den angezeigten Suchergebnissen haben, aber auch nur bei bereits spezielleren Suchen verwendet werden (zum Beispiel #geodäsie, #vermessungderwelt, #programmieren).

Aktuell hat der Kanal über 3300 Follower (Stand Februar 2023). Vorrangiges Ziel ist es jedoch nicht, Follower zu generieren, sondern die Zielgruppe soll auf das Informationsangebot auf der Landing-

page »Arbeitsplatz Erde« aufmerksam gemacht werden (www.arbeitsplatz-erde.de). Diese wurde entsprechend dem Design des @weltvermesserer-Kanals umgestaltet und bietet ein umfangreiches Informationsangebot zu verschiedenen Themenfeldern der Geodäsie sowie zu Ausbildung und Studium und auch aktuelle Themen. Ursprünglich war die Initiative für drei Jahre ausgelegt. Diese liefen gerade ab, und es wurde beschlossen, die Kampagne um weitere drei Jahre zu verlängern.

Alle Kooperationspartner sind dazu aufgerufen, sich an den Inhalten von @weltvermesserer zu beteiligen und Ideen, Bilder, Videos und Berichte aus dem Berufsalltag beizusteuern. Diese können direkt an die Projektverantwortliche Frau Rybka (socialmedia@bdvi.de) geschickt werden. Darüber hinaus kann jeder Interessierte @weltvermesserer folgen, liken, sharen, kommentieren! //

