# wwwelche.ph-soll-es-sein.ch?

**Wer sich in der Deutschschweiz für den Lehrberuf entscheidet, kann zwischen elf Pädagogischen Hochschulen auswählen. Wie präsentieren sich diese im Netz? Und wie halten es die Hochschulen mit Social Media?**

Eine schöne Vorstellung: Man steht vor der Ausbildung zur Lehrerin, zum Lehrer und wartet gespannt auf die nahende Studienzeit. Was wird verlangt? Welche Fächer passen wirklich zu mir? Wie gelingt der Auftritt vor einer Klasse? Zentrale Anlaufstelle für die vielen offenen Fragen bilden die Internetauftritte der Pädagogischen Hochschulen – digitale Visitenkarte und wertvolle Infoquelle zugleich.
Wer die Websites der einzelnen Hochschulen aufruft und miteinander vergleicht, erhält heute ein homogeneres Bild als noch vor einigen Jahren: Wo zumal unterschiedliche Farbpaletten und individuelle Navigationskonzepte vorherrschten, dominieren moderne Nüchternheit und der Fokus auf Informationsvermittlung. Und beinahe unisono lauten die Hauptmenüpunkte Ausbildung, Weiterbildung, Forschung, Dienstleistung. Entlang dieser Kernbereiche stellen sich die Pädagogischen Hochschulen vor und verschaffen Einblick in ihre Arbeit. Eine Gesamtschau aller pädagogischen Ausbildungen liefert der Auftritt der COHEP (Konferenz der Rektorinnen und Rektoren der Pädagogischen Hochschulen, www.cohep.ch).

Aktuell sind 12 000 Studierende an einer Schweizer PH eingeschrieben, rund 9000 davon in der Deutschschweiz. Die PH Zürich ist mit über 2600 Studierenden die grösste aller pädagogischen Bildungsstätten in der Schweiz. Entsprechend dicht und diversifiziert fällt der Internetauftritt der PHZH aus. Reto Klink, der Leiter Kommunikation der PH Zürich, erklärt: «Der Auftritt phzh.ch umfasst 1200 einzelne Sites, wir haben monatlich ungefähr 22 500 Seitenaufrufe.» Zum Vergleich: Als Vertreter einer kleineren PH verzeichnet phgr.ch, der Auftritt der Pädagogischen Hochschule Graubünden, pro Monat rund 5000 Seitenaufrufe.

Um den Kontakt mit den Studierenden zu intensivieren, unterhält die PH Zürich auch Profile auf mehreren Social-Media-Kanälen. Auf dem hauseigenen YouTube-Kanal sind beispielsweise 86 Videos veröffentlicht. Ein Konzert des Hochschulchors, Podiumsdiskussionen am Pestalozzianum, Hintergründe zum Projekt Schulen lernen von Schulen (SLS) oder Tipps zur erfolgreichen Bewerbung vom Personalchef der PH Zürich: Hier erfährt man nicht nur, wie der Alltag an der Hochschule aussieht, man nimmt auch gleich praktisches Wissen mit (www.youtube.com/user/phzuerich) «Die PH Zürich ist in einzelnen Social-Media-Kanälen vertreten und wir betreuen diese auch regelmässig», sagt Reto Klink. «Eine übergeordnete Social-Media-Strategie ist für dieses Jahr geplant.» Ganz allgemein sei für die PH Zürich klar, dass über diese Kanäle in Zukunft ein wesentlicher Teil der Kommunikation geschehen müsse.

Mit ihrem Engagement auf YouTube sind die Zürcher alleine auf weiter Flur, keine andere PH zeigt sich ähnlich videoaffin. Der Trend aus dem englischsprachigen Raum, die Hochschulbildung vermehrt mit Online-Videosequenzen zu ergänzen und dadurch das Profil einer Bildungsinstitution zu prägen, dürfte diesbezüglich für Bewegung sorgen.
Salonfähiger als Videoinhalte sind Twitter- oder Facebook-Profile. So twittert die PH Zug regelmässig über aktuelle Ereignisse oder Veranstaltungen (www.twitter.com/PHZ_Zug). Etwa über die Wahl des Hochschulrates, über das neue Weiterbildungsprogramm oder über «Tatort Hochzeit», ein Crime&Dine-Musical von Studierenden.
Auch die PH Thurgau kommuniziert via Twitter (www.twitter.com/PHTGKreuzlingen). Wer sich für Schreibprozesse interessiert, ist mit dem Twitter-Stream der Schreibberatung der PH FHNW gut beraten. Ob Büchertipps, Hinweise auf Online-Schreibwerkzeuge oder Anleitungen zum wissenschaftlichen Recherchieren; das Team der Schreibberatung gibt sein Know-how in aktuellen Beiträgen weiter.

Am stärksten präsent sind die Pädagogischen Hochschulen auf Facebook. Die PH Luzern, die PH St. Gallen und die PH Zürich setzen Facebook als klassischen Newskanal ein und publizieren Aktualitäten über das soziale Netzwerk. Neben den offiziellen Schulauftritten mausert sich Facebook dank der Initiative von Studierenden auch zu einem Lerntreff. Es existieren viele geschlossene oder offene Gruppenseiten, die Studierende selber anlegen und rege fequentieren. An der PH Bern haben Zweitjahresstudierende für die Neuankömmlinge eine Facebook-Gruppe eingerichtet und bieten Rat bei Unklarheiten.
Gerade dieses Beispiel macht deutlich: In Social Media liegt Potenzial brach, das Pädagogische Hochschulen noch besser nutzen können.

Adrian Albisser

**Neben den offiziellen Schulauftritten mausert sich Facebook dank der Initiative von Studierenden auch zu einem Lerntreff. Es existieren viele geschlossene oder offene Gruppenseiten, die Studierende selber anlegen und rege frequentieren.**

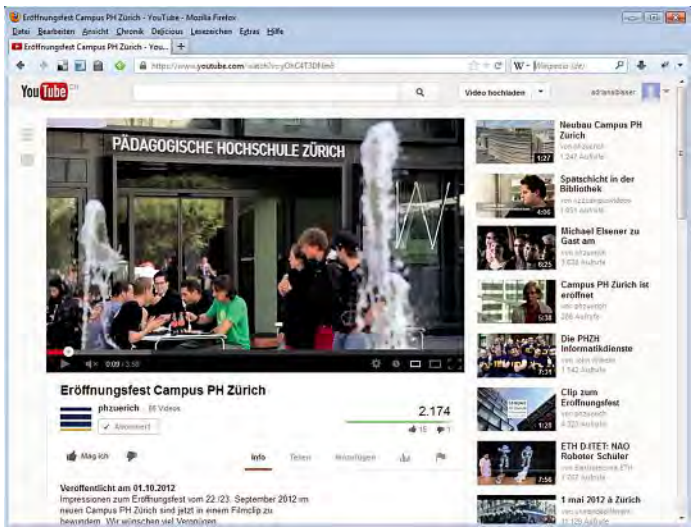


Illustration: www.youtube.com/user/phzuerich

**Der YouTube-Kanal der PH Zürich ermöglicht einen Blick hinter die Kulissen der Pädagogischen Hochschule.**