

Social Media – Leitlinien
(<http://www.uni-wuerzburg.de/sonstiges/impressum/leitlinien/>)
der Universität Würzburg

Kommunikation unterliegt einem ständigen Wandel. Besonders im Bereich Social Media (z.B. Facebook, Twitter) haben sich zahlreiche neue Kommunikationskanäle entwickelt. Die Universität Würzburg hält es für sinnvoll, sich diesen neuen Kommunikationswegen zu öffnen. Gleichzeitig sollen die Beschäftigten für Besonderheiten und Risiken beim Umgang mit Social Media sensibilisiert werden.

Die vorliegenden, vom Senat der Universität Würzburg beschlossenen Leitlinien¹, ergänzt um eventuell auf den Leitlinien aufbauende Leitfäden bieten für die berufliche Nutzung Sicherheit und Orientierung.

Bitte beachten Sie diese, wenn Sie Social-Media-Aktivitäten planen und umsetzen.

1 Zwei Klicks für mehr Datenschutz

Grundsätzlich besteht die Möglichkeit sich von der Homepage oder von Unterseiten der Universität Würzburg über sog. „Gefällt-Mir-Buttons“ direkt mit dem Sozialen Netzwerken zu verlinken. Dies birgt allerdings die Gefahr, dass beim Laden der Seite – also ganz ohne dass der Anwender etwas dazu tut – Daten an die Betreiber der Netzwerkplattformen übertragen werden. Die enthalten neben der URL der aktuellen Seite unter anderem eine Kennung, die zumindest bei dort angemeldeten Nutzern direkt mit einer Person verknüpft ist. Facebook & Co können also komplette Surfprofile ihrer Nutzer erstellen. Da dies mit unseren Vorstellungen von Datenschutz und Privatsphäre nicht vereinbar ist, schreiben wir die 2-Klick-Lösung von „heise online“ verpflichtend vor, die nur mit Zustimmung der Anwender Daten übermittelt

Weiterführende Informationen:

Heise-online: <http://www.heise.de/>

Zwei Klicks für mehr Datenschutz:

<http://www.heise.de/ct/artikel/2-Klicks-fuer-mehr-Datenschutz-1333879.html>

Das Like-Problem:

<http://www.heise.de/security/artikel/Das-verraet-Facebooks-Like-Button-1230906.html>

2 Unterscheiden Sie berufliche und private Nutzung

Beruflich eingerichtete Accounts sind ausschließlich beruflich zu nutzen. **Verwenden Sie zur Betreuung und Administration dieser Accounts keine privaten Zugänge.** Auch bei der Nutzung Ihrer privaten Accounts bitten wir Sie, berufliche Themen mit der nötigen Sensibilität und Loyalität gegenüber Ihrem Arbeitgeber und Ihren Kolleginnen und Kollegen zu behandeln und Meinungsäußerungen als Ihre private Meinung zu kennzeichnen.

¹ Beschluss des Senats der Universität Würzburg vom 30.07. 2013

Beachten Sie dabei, dass auch hier die Verschwiegenheitspflicht in Bezug auf vertrauliche, dienstliche Inhalte greift.

3 Machen Sie sich Ihre Verantwortung bewusst

Wenn Sie Social-Media-Kanäle nutzen, machen Sie sich bitte vorher bewusst, dass Sie als Angehöriger des öffentlichen Dienstes und als Teil der Universität Würzburg handeln. Alles, was Sie veröffentlichen, kann einen (positiven wie negativen) Einfluss auf die öffentliche Wahrnehmung der Universität (Ihrer Fakultät, Ihrer Einrichtung, Ihres Projektes) haben.

Bauen Sie daher nur mit Zustimmung der Universität Würzburg (das heißt Ihrer Vorgesetzten) Social-Media-Aktivitäten auf, die in Ihren beruflichen Zuständigkeitsbereich fallen und in denen Sie die Universität nach außen vertreten dürfen. Nehmen Sie sich im Vorfeld Zeit zu analysieren und zu entscheiden, ob ein Engagement sinnvoll ist. Der Social-Media-Leitfaden

(<http://www.uni-wuerzburg.de/sonstiges/impressum/leitfaden/>) der Universität Würzburg bietet hierbei Orientierung.

4 Wählen Sie Ihre Inhalte sorgfältig aus

Verfassen Sie Inhalte mit der gleichen Sorgfalt und Loyalität wie bei anderen Medien auch und beachten Sie auch hier die Verschwiegenheitspflicht in Bezug auf dienstliche Inhalte. Der zentrale Auftritt der Universität Würzburg wird in den jeweiligen Social-Media-Kanälen von der Stabsstelle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit verantwortet und betreut. Hier sollten u.a. hochschulpolitische Entscheidungen, zentrale Terminankündigungen oder hochkarätige Auszeichnungen etc. erstveröffentlicht werden – die Stabsstelle hat die Aufgabe, zu bewerten, welches strategisch der beste Kanal und welcher der optimale Zeitpunkt der Veröffentlichung ist.

Stellen Sie sicher, dass die Inhalte auf sozialen Netzen lediglich ein zusätzliches Informationsangebot sein dürfen. Alle relevanten Informationen müssen zusätzlich auch über die herkömmlichen Kanäle, wie z.B. die Internetseiten der Universität Würzburg, abrufbar sein. Niemand darf zur Verwendung von Facebook gezwungen werden, nur um an Informationen über die Universität zu gelangen.

Wenn Sie unsicher sind, ob Sie eine Information veröffentlichen dürfen, halten Sie mit Ihrer oder Ihrem Vorgesetzten Rücksprache oder sprechen Sie die Stabsstelle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit an.

5 Treten Sie in den Dialog

Kommunikation in Social Media setzt die Bereitschaft voraus, mit der Zielgruppe in einen echten und persönlichen Dialog treten zu wollen. Um erfolgreich zu sein reicht es nicht aus, den eigenen Social-Media-Kanal regelmäßig mit Nachrichten zu bestücken. Beantworten Sie Fragen zeitnah, regen Sie Diskussionen an und liefern Sie qualitativ hochwertige und zielgruppenrelevante Inhalte, die Ihrer Zielgruppe einen Mehrwert bie-

ten und die Bindung stärken. Der Social-Media-Leitfaden der Universität Würzburg gibt hier Hilfestellungen.

6 Finden Sie den richtigen Ton

Geben Sie sich so, wie Sie es auch in anderen Kommunikationsformen (z.B. am Telefon) tun würden: freundlich, professionell und konstruktiv. Vermeiden Sie jede Form von Beleidigungen, Diskreditierungen oder Provokationen. Brechen Sie Gespräche und Diskussionen ab, wenn Ihre Gesprächspartnerin oder Ihr Gesprächspartner beleidigend wird.

7 Seien Sie ehrlich und sorgen Sie für Transparenz

Halten Sie sich auch im Social Web an die Wahrheit. Falschaussagen oder Weglassungen sind im Internet schnell nachprüfbar und werden sofort aufgedeckt. Prüfen Sie alle Informationen vor ihrer Veröffentlichung auf ihre Richtigkeit. Trennen Sie zur Vermeidung von Missverständnissen Meinungen und Fakten. **Kommentieren Sie Beiträge nicht anonym oder unter der Verwendung eines Pseudonyms.**

8 Stehen Sie zu Fehlern und reagieren Sie auf Kritik

Werden Inhalte, die Sie veröffentlicht haben, kritisiert, antworten Sie zeitnah sachlich und begründet. Nehmen Sie die Kritik ernst und versuchen Sie, angemessen zu reagieren. Eigene Fehler sollten Sie zugeben, das stärkt Ihre Glaubwürdigkeit und beugt Missverständnissen vor. Wenn Sie sich nicht sicher sind, wie Sie auf eine Kritik reagieren sollen, wenden Sie sich an die Stabsstelle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Oftmals löst sich die Kritik durch Einträge anderer User auf. Auf keinen Fall sollten Sie negative Kommentare oder Kritik löschen. Einziger Grund für die Löschung von Kommentaren sind rechtswidrige Inhalte (z.B. Verletzung der Rechte einer anderen Person und Verstöße gegen das Gesetz), hier sind Sie sogar zur Löschung verpflichtet.

9 Wahren Sie Persönlichkeits- und Urheberrechte

Persönlichkeits- und Urheberrechte müssen auch bei der Nutzung von Social Media eingehalten werden. Stellen Sie bei der Veröffentlichung beispielsweise von Fotos oder Videos sicher, dass die darauf abgebildeten Personen mit einer Veröffentlichung einverstanden sind, sofern es sich nicht um ein Gruppenbild z.B. von einer Veranstaltung handelt, bei dem keine hervorgehobene Bedeutung einzelner Personen erkennbar ist. Stammen Fotos, Videos oder Texte nicht von Ihnen, müssen Sie zudem sicherstellen, dass und ggf. unter welchen Voraussetzungen der Urheber mit der Veröffentlichung einverstanden ist². Auch kostenlose Bilddatenbanken enthalten z.B. oftmals spezielle Nutzungsbedingungen³, die Sie beachten müssen. Zitate sind zulässig, wenn sie als solche gekennzeichnet sind und über einen entsprechenden Quellennachweis verfügen.

² In der Regel gibt es hierzu Links zu Nutzungsbedingungen und Lizenzverträgen, die die Nutzung im Detail regeln und die vorher unbedingt zu lesen sind.

³ In der Regel gibt es hierzu Links zu Nutzungsbedingungen und Lizenzverträgen, die die Nutzung im Detail regeln und die vorher unbedingt zu lesen sind.

10 Beachten Sie Datenschutz- und Haftungsfragen

Machen Sie sich unbedingt mit den Nutzungsbedingungen des Social-Media-Kanals, den Sie nutzen wollen, vertraut. Wahren Sie das Recht auf informationelle Selbstbestimmung Dritter und stellen Sie nur Informationen ein, die Sie vorab mit der entsprechenden Person abgesprochen haben. Hinsichtlich der Haftung gilt:

Soziale Medien stellen nur einen Service zur Verfügung, die Haftung bleibt beim Mitglied. Die Mitglieder haften demnach für ihre eigenen Inhalte – auch für die Inhalte, die beauftragte Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen veröffentlicht haben und die andere gepostet haben – sofern diese trotz Kenntnis der Rechtswidrigkeit nicht gelöscht werden.

Kontakt⁴

Stabsstelle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Marco Bosch

Sanderring 2

97070 Würzburg

Tel.: 88225

presse@zv.uni-wuerzburg.de

⁴ Anmerkung: Diese Leitlinien basieren im Kern auf einem entsprechenden Text der Universität Bielefeld; die Verwendungsgenehmigung wurde bei der dortigen Pressestelle eingeholt.