

Social Media Guidelines: Handreichung zur Nutzung Sozialer Medien an der Albert-Ludwigs-Universität Freiburg

Rechtlich verbindliche Vorgaben sowie Hinweise und Empfehlungen

1.1. Präambel

Die Sozialen Medien bieten für die Albert-Ludwigs-Universität viele Chancen, insbesondere im Hinblick auf einen offenen, direkten Dialog mit verschiedenen Zielgruppen, einen effizienten Austausch von Wissen und die Darstellung der eigenen Vielfalt. Die Sozialen Medien werden in vielen Lebens- und Arbeitsbereichen immer häufiger genutzt, was einen neuen Regelungsbedarf schafft.

Diese Guidelines sollen helfen, die Chancen der Sozialen Medien bestmöglich auszuschöpfen und zugleich Unsicherheiten im dienstlichen Kontext zu reduzieren und Risiken zu minimieren.

Die Guidelines gelten für alle Mitglieder der Universität, die in ihrer beruflichen Funktion oder in ihrem Amt oder im Namen der Universität oder einer Organisationseinheit der Universität Soziale Medien nutzen. Die Guidelines bestehen aus zwei Teilen. Der erste Teil A. definiert verbindliche Vorgaben, die geltendes Recht oder elementare Interessen der Universität berücksichtigen und die Universität schützen. Zudem werden Regeln für die dienstliche Nutzung der Sozialen Medien durch Mitglieder der Universität formuliert. Im zweiten Teil B. werden Empfehlungen ausgesprochen und es wird auf Beispiele für die Nutzung von Sozialen Medien verwiesen.

Die Nutzung von Sozialen Medien wird kontrovers diskutiert und konfrontiert in vielerlei Hinsicht mit ungelösten Fragen. Insbesondere rechtliche Probleme sind häufig nicht abschließend geklärt. Die Universität will ihren Mitgliedern mit diesen Guidelines eine Hilfestellung im Sinne von verbindlichen Qualitätszielen und Handlungsempfehlungen geben.

Die Guidelines müssen aufgrund der Dynamik und Wandelbarkeit der Sozialen Medien regelmäßig auf ihre Aktualität überprüft werden.

Wenn soziale Medien genutzt werden, muss deutlich zwischen dienstlicher und privater Nutzung unterschieden werden. Es muss mit besonderer Sorgfalt kommuniziert werden.

1.2. Allgemeine Hinweise

Bei der Nutzung von Sozialen Medien sollte man sich bewusst sein, dass sich die Anbieter von Sozialen Medien außerhalb der Universität und häufig auch außerhalb des deutschen Rechtsraumes befinden. Sie haben möglicherweise keinerlei Einfluss auf die Verwendung der Daten, die Sie bereitstellen, und der Profildaten, die durch Ihre Nutzung erzeugt werden. Gehen Sie daher mit der gebotenen Vorsicht vor.

Achten Sie bei der Nutzung Sozialer Medien darauf, keine sensiblen Daten einzustellen. Insbesondere personenbezogene Daten sind schutzwürdig.

Daher muss auf die Nutzung der offiziellen Social Media Buttons der Sozialen Medien wie den Facebook Like-Button verzichtet werden, da hierbei unerlaubt Daten übertragen werden. Datenschutzkonform ist die Einbindung von solchen Share-Funktionen nur über ein Link-Image, wie exemplarisch auf den Seiten der Abteilung Hochschul- und Wissenschaftskommunikation der Universität dargestellt (<https://kommunikation.uni->

freiburg.de/publikationen/soziale-medien). Bitte beachten Sie hierzu auch die rechtliche Einschätzung von ZENDAS (siehe 1.3.).

Gehen Sie mit Ihrer Verantwortung für die von Ihnen veröffentlichten Inhalte in Ihrem eigenen Interesse und im Interesse der Universität Freiburg bewusst um.

Bei Unsicherheit oder Fragen wenden Sie sich bitte an die Social Media Koordinatorin oder den Social Media Koordinator in der Abteilung Hochschul- und Wissenschaftskommunikation der Universität Freiburg: socialmedia@zv.uni-freiburg.de.

A. Verbindliche Vorgaben

1. Urheberrecht, Dienstrecht, Datenschutzrecht und Corporate Identity

- 1.1. Gültiges Recht wie Urheberrecht, Dienstrecht, Datenschutzrecht ist auch im Rahmen der Nutzung von Sozialen Medien zu beachten.
- 1.2. Rechtswidrige Äußerungen, sexistische, rassistische und fremdenfeindliche Äußerungen sowie Beleidigungen sind auch im Rahmen der Nutzung von Sozialen Medien verboten und werden von der Universität verfolgt.
- 1.3. Es gilt die rechtliche Einschätzung von ZENDAS, wenn Zweifel und/oder unterschiedliche rechtliche Einschätzungen im Bereich Datenschutz vorliegen (siehe z.B. <http://www.zendas.de/themen/facebook.html> oder <http://www.zendas.de/themen/GruppenSozNW.html>).
Bitte beachten Sie, dass die ZENDAS-Seiten nur aus dem Universitätsnetzwerk vollständig dargestellt werden.
- 1.4. Dienstliche Pflichten, insbesondere der Grundsatz der Vertraulichkeit gegenüber der Universität und gegenüber Kolleginnen und Kollegen, sind zu beachten. Die Universität ist der politischen, religiösen und weltanschaulichen Neutralität verpflichtet.
- 1.5. Organisationseinheiten der Universität (z.B. (zentrale) Einrichtungen, Professuren, Forschungsprojekte, Institute), die Soziale Medien nutzen, haben sich am Corporate Design der Universität zum Zweck der Wiedererkennung zu orientieren (siehe <https://cd.uni-freiburg.de/>).

2. Einrichtung, Weitergabe und Löschung von Accounts

- 2.1. Ein Account im Namen von Organisationseinheiten der Universität darf nur mit Zustimmung der Leitung der betreffenden Organisationseinheit eingerichtet oder gelöscht werden. Innerhalb der zentralen Verwaltung, insbesondere bei Accounts im Namen der Universität, kann dies nur mit Zustimmung des verantwortlichen Rektoratsmitglieds erfolgen.
- 2.2. Accounts, die im Namen der Universität oder einer Organisationseinheit der Universität eingerichtet werden, gehören der Universität. Beim Ausscheiden aus der Universität Freiburg besteht die Verpflichtung, dem Vorgesetzten die Administrationsrechte zu diesem Account zu übergeben. Dies gilt insbesondere für Accounts, die (wie aktuell z.B. bei Facebook oder LinkedIn) an persönliche Accounts geknüpft sind.
- 2.3. Accounts, die von Universitätsmitgliedern als Privatperson eingerichtet wurden, gehören allein dieser Privatperson.

3. Dienstliche Nutzung Sozialer Medien

- 3.1. Eine dienstliche Nutzung Sozialer Medien sollte bei allen in Frage kommenden Diensten, die Soziale Medien anbieten, im Namen der Universität oder einer Organisationseinheit der Universität erfolgen.

Geschieht die Nutzung über einen persönlichen Account, muss der dienstliche Bezug (z.B. in einzelnen Beiträgen oder in den Meta-Informationen zur Person) deutlich gekennzeichnet werden und dienstlichen Anweisungen in Bezug auf derart gekennzeichnete Beiträge Folge geleistet werden.

- 3.2. Die Nutzung Sozialer Medien ist freiwillig. Sofern die Nutzung Sozialer Medien explizit zu den Dienstaufgaben gehört, kann ein Universitätsmitglied die Einrichtung eines dienstlichen Accounts im Namen der Organisationseinheit verlangen. Die dienstliche Nutzung eines eigenen persönlichen Accounts ist freiwillig. Es ist grundsätzlich die dienstliche Neutralität zu wahren.
- 3.3. Zeitpunkt, Umfang und Zweck (z.B. Wissensaustausch, Kontaktpflege, persönliche Weiterbildung, Beratungsservice o.ä.) der dienstlichen Nutzung Sozialer Medien sind mit der Vorgesetzten oder dem Vorgesetzten zu vereinbaren bzw. im Arbeitsvertrag festzuhalten.

4. Verantwortung für Inhalte

- 4.1. Jedes Universitätsmitglied ist bei der dienstlichen Nutzung Sozialer Medien für die von ihm veröffentlichten Inhalte verantwortlich. Als weisungsbefugte Person beachten Sie bitte, dass Sie für die veröffentlichten Inhalte verantwortlich sind, sobald Sie diese mit Ihrer Mitarbeiterin oder Ihrem Mitarbeiter abgestimmt und freigegeben haben.
- 4.2. Es ist stets transparent zu machen, in welcher Funktion als Universitätsmitglied Äußerungen getätigt werden.
- 4.3. Es gilt das Gebot der Sachlichkeit.
- 4.4. Offizielle Meinungen oder Einschätzungen der Universität und persönliche Meinungen müssen deutlich voneinander abgegrenzt werden (z.B. durch Verwendung der Wir-Form oder der Ich-Form). Die grundsätzlichen Zuständigkeiten der Abteilung Hochschul- und Wissenschaftskommunikation bleiben dadurch unberührt.
- 4.5. Wenn Universitätsmitgliedern Äußerungen über die Albert-Ludwigs-Universität Freiburg zur Kenntnis gelangen, die gegen geltendes Recht verstoßen oder geeignet sind, den Ruf der Universität nachhaltig zu schädigen, informieren Sie gegebenenfalls die Vorgesetzte oder den Vorgesetzten, auf jeden Fall aber die Social Media Koordinatorin oder den Social Media Koordinator (socialmedia@zv.uni-freiburg.de), um, wenn nötig, Gegenmaßnahmen einleiten zu können.

5. Hinweis auf Impressumspflicht

- 5.1. Wird für eine Organisation oder ein Institut ein Profil auf Facebook, X, Youtube oder ähnlichen Plattformen angelegt, ist ein entsprechendes Impressum wie auch auf der jeweiligen Homepage Pflicht. Es ist ausreichend, auf das dortige Impressum zu verlinken.

B. Empfehlungen

1. Beachten Sie die Nutzungspraktiken und die Netiquette des Dienstes, der Soziale Medien anbietet

- 1.1. Nehmen Sie sich Zeit, die Nutzungspraktiken und Netiquette des Dienstes, der Soziale Medien, anbietet, kennenzulernen, bevor Sie diesen nutzen.
- 1.2. Kontaktieren Sie erfahrene Nutzer und Nutzerinnen Sozialer Medien an der Universität, wenn sich Ihnen die Nutzungspraktiken nicht erschließen oder Sie unsicher bzgl. des „angemessenen Tons“ sind.

2. Sichern Sie die Qualität Ihrer Veröffentlichungen

- 2.1. Überlegen Sie sorgsam, ob Soziale Medien die geeigneten Orte für bestimmte Diskussionen sind. Vermeiden Sie die Austragung persönlicher Konflikte in Sozialen Medien und klären Sie diese unmittelbar und direkt. Wir empfehlen Ihnen, für längere Beiträge (z.B. Blogposts) oder Äußerungen zu kontroversen

Themen, abteilungsintern oder unter Kolleginnen und Kollegen vor der Veröffentlichung eine zweite Meinung einzuholen.

- 2.2. Sollten bei der Kommunikation in Sozialen Medien Missverständnisse oder sonstige Schwierigkeiten auftreten, wenden Sie sich bitte zur Entwicklung einer Kommunikationsstrategie an die Social Media Koordinatorin oder den Social Media Koordinator der Universität Freiburg: socialmedia@zv.uni-freiburg.de.

3. Pflegen Sie einen respektvollen Dialog und einen konstruktiven Umgang mit Kritik

- 3.1. Kommunizieren Sie konstruktiv und respektvoll.
- 3.2. Reagieren Sie höflich und sachlich auf Kritik und löschen Sie diese nicht von der entsprechenden Plattform.
- 3.3. Haben Sie den Mut, sich Fehler einzugestehen und Aussagen ggf. zu revidieren.

4. Beispiele für Accounts der Universität Freiburg

- 4.1. Die Universität weist an zentraler Stelle auf ihre zentralen Accounts in den Sozialen Medien hin: <https://kommunikation.uni-freiburg.de/publikationen/soziale-medien>.

5. Erreichbarkeit / Kommunikation

- 5.1. Soziale Medien sind – wie der Name schon sagt – nicht nur Mittel zum Verbreiten von Informationen, sondern auch Feedback-Kanäle der Nutzerinnen und Nutzer zu Ihnen. Nehmen Sie die Userin oder den User ernst, wenn er oder sie sich mit einer Frage z.B. via Facebook an Sie wendet. Egal, ob in einem Kommentar oder per direkter Nachricht: Antworten Sie direkt und zeitnah oder leiten Sie die Frage an die zuständige Stelle weiter.
- 5.2. Um die User Aktivitäten auf Ihrer Seite zu beobachten und um eventuelle Rechtsverstöße wie zum Beispiel gegen das Urheberrecht, zeitnah zu bemerken und entsprechend zu reagieren, ist das regelmäßige Monitoring Ihrer Seite erforderlich. Sobald Sie Kenntnis von rechtlichen Verstößen oder Verstößen gegen die Netiquette erlangen, müssen Sie aktiv eingreifen. Wenn Sie dabei Unterstützung benötigen, wenden Sie sich an den Social Media Koordinator: socialmedia@zv.uni-freiburg.de. Dieser kann, falls nötig, auch das Justizariat der Universität hinzuziehen.

6. Diskussion / Kritik

- 6.1. In Diskussionen, die die Universität Freiburg betreffen, können Sie sich, wenn Sie wollen, als Mitglied der Universität zu erkennen geben, müssen jedoch klarstellen, dass Sie Ihre persönliche Meinung äußern.
- 6.2. Für den Fall, dass Kritik bezüglich der Universität in sozialen Netzwerken auftaucht, sind offizielle Statements im Namen der Universität nur durch speziell autorisierte Personen erlaubt. Informieren Sie in solchen Fällen die Social Media Koordinatorin oder den Social Media Koordinator: socialmedia@zv.uni-freiburg.de der Abteilung Hochschul- und Wissenschaftskommunikation und melden Sie solche Fälle bitte auch Ihrer Vorgesetzten oder Ihrem Vorgesetzten.
- 6.3. Entsprechendes gilt auch für Fachfragen organisatorischer Art wie zum Beispiel Anmeldungen zu einem Studiengang. Hierfür gibt es Fachkräfte, die die Beantwortung der Fragen übernehmen. Zur Vermeidung von Haftungsfragen leiten Sie die Anfrage entsprechend weiter oder verweisen Sie die Userin oder den User an die zuständige Stelle.

Beide Dokumente werden in eine englische Fassung übersetzt. Im Zweifel gilt die deutsche Fassung.

Stand: August 2023

Web: <https://kommunikation.uni-freiburg.de/publikationen/soziale-medien>