



Social Media Guideline

Vorbemerkung

Die Social Media Richtlinien der Hochschule Mainz dienen als Leitfaden für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Dozentinnen und Dozenten sowie den Lehrbeauftragten der Hochschule. Sie beschreiben die Grundsätze der Kommunikation und regeln die Veröffentlichung und Kommentierung in den sozialen Medien. Die Richtlinien verstehen sich als Handlungsempfehlung und dienen der Absicherung der Hochschulbeschäftigten vor potentiellen Risiken.

Strategie

Die Hochschule Mainz nutzt soziale Medien (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube, Xing) aktiv als Teil ihrer Kommunikation mit Schülerinnen und Schülern, Studieninteressierten, Studierenden, Alumni, Beschäftigten und der interessierten Öffentlichkeit.

Soziale Medien bieten die Möglichkeit, die verschiedenen Zielgruppen der Hochschule Mainz „auf Augenhöhe“ zu informieren und mit ihnen zu interagieren. Über die Social Media-Kanäle werden offizielle Informationen der Hochschule veröffentlicht, die auch auf der Hochschul-Web-Seite zu finden sind:

- Hochschule allgemein (Events, News, Auszeichnungen, Ausschreibungen, Aktivitäten aus dem Studienalltag, Dienstleistungen der Serviceeinrichtungen)
- Fachbereiche/Fachrichtungen (Events, News, Termine, Aktivitäten aus dem Studierendenbüro, Prüfungsamt, dem Studienalltag)
- externe Inhalte mit einem Bezug zur Hochschullandschaft und einer hohen Relevanz für die Zielgruppen.

Folgende Plattformen werden genutzt:

Facebook

- www.facebook.com/hsmainz
- [/wirtschaft.hsmainz](http://www.facebook.com/wirtschaft.hsmainz)
- [/technik.hsmainz](http://www.facebook.com/technik.hsmainz)
- [/gestaltung.hsmainz](http://www.facebook.com/gestaltung.hsmainz)
- [/cc.hsmainz](http://www.facebook.com/cc.hsmainz)
- [/international.hsmainz](http://www.facebook.com/international.hsmainz) (englisch und deutsch)

Twitter

www.twitter.com/HS_Mainz

Instagram

www.instagram.com/hs_mainz

LinkedIn

www.linkedin.com/school/hochschule-mainz---university-of-applied-sciences

XING

www.xing.com/net/fachbereichwirtschaftshsmz

Gruppen: Fachbereich Wirtschaft, Wirtschaftsrecht, Alumni FH Mainz

YouTube

www.youtube.com/channel/UCIUT-9LyaSdcb090aiIhxZQ

Die Hochschule Mainz lässt auf ihren Plattformen keine anstößigen, beleidigenden oder dif-famierenden Kommentare zu. Diese werden ohne Rückmeldung gelöscht. Dies gilt auch für unerwünschte Werbung (analog zu Spam-E-Mails).

Die Redakteurinnen und Redakteure der jeweiligen Plattformen sind für ein Social Media-Monitoring verantwortlich. Kommentare und Nachrichten der Fans werden von den Redak-teurinnen und Redakteuren gelesen und greifen ein, wenn sie dies als notwendig erachten. Falschmeldungen werden richtig gestellt und kritische Meldungen, die sich mit den Einrich-tungen der Hochschule Mainz auseinandersetzen, als Feedback aufgenommen und ggf. kom-mentiert.

Die Hochschule Mainz ermutigt ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, im Rahmen ihrer dienstlichen Aufgaben, diese interaktiven Formen zu nutzen. Dabei sind die Empfehlungen für die dienstliche Nutzung sowie die Richtlinien für die Nutzung von sozialen Medien zu beachten.

Empfehlung für die dienstliche Nutzung (hier insbesondere Facebook)

Wenn eine Lehreinheit, ein Institut oder eine andere Einrichtung eine eigene Facebook-Seite, einen Twitter, Instagram, YouTube oder Xing-Account anlegen möchte, bitten wir darum, sich vorab mit der Abteilung Kommunikation in Verbindung zu setzen.

Ansprechpartnerin ist Britta Dutz-Jäger, E-Mail: britta.dutz@hs-mainz.de.

Grundsätzlich ist bei der Erstellung eines Social Media Angebots der Leitfaden „Empfehlung des Landesdatenschutzbeauftragten“ zu beachten (hier insbesondere für Facebook-Seiten). Für weitere Fragen steht die Abteilung Kommunikation zur Verfügung.

Die inhaltliche Verantwortung liegt bei der Leitung der jeweiligen Organisationseinheit. Hierbei sind die Richtlinien der DS-GVO zu beachten. Für die Moderation und Pflege sind Administratoren zu benennen und Vertretungsregelungen zu vereinbaren.

Facebook bietet die Möglichkeit, seine Dienste im Namen einer Seite zu nutzen. Diese Option ist von den Administratoren der Seite konsequent einzusetzen.

Wird eine Facebook-Seite von mehreren Personen der Hochschule oder des Fachbereichs betreut, müssen die Autoren durch ein Kürzel gekennzeichnet und diese unter „Info“ erläutert werden. (Beispiel: bdj steht für Britta Dutz-Jäger)

Die Mitarbeiterinnen der Abteilung Kommunikation fungieren als Koordinatorinnen der zentralen Facebook-Seite (www.facebook.com/hsmainz). Sie posten Beiträge unter dem Namen „Hochschule Mainz“.

Anfragen über die Nachrichten- und Kommentarfunktion der Facebook-Seiten der Hochschule Mainz sollen zeitnah beantwortet werden.

Nutzerinnen und Nutzer werden gebeten, die zentrale Facebook-Seite der Hochschule Mainz zu den „empfohlenen Favoriten“ ihrer eigenen Facebook-Seite hinzuzufügen, um die Verbindung zur Hochschule deutlich zu machen.

Richtlinien für die Nutzung von sozialen Medien

Berufliche versus private Nutzung

Beruflich eingerichtete Accounts sind ausschließlich beruflich zu nutzen. Für die Betreuung und Administration dieser Accounts sind keine privaten Zugänge zu verwenden. Bezüglich ihrer privaten Accounts werden die Nutzerinnen und Nutzer gebeten, berufliche Themen mit der nötigen Sensibilität und Loyalität gegenüber dem Arbeitgeber und den Kolleginnen und Kollegen zu behandeln. Meinungsäußerungen sind als private Meinung zu kennzeichnen. Dabei sollte beachtet werden, dass auch hier die Verschwiegenheitspflicht in Bezug auf vertrauliche und dienstliche Inhalte greift. (Verschwiegenheitspflichten und Datenschutzrichtlinien – Arbeitsvertrag)

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Hochschule sollten auch als Privatperson sorgsam mit Informationen über sich, Familienangehörige und Arbeitskollegen umgehen.

Authentisch sein

Nutzerinnen und Nutzer werden gebeten, in den Social Media-Kanälen mit ihrem vollständigen Namen bzw. im Namen ihrer Organisationseinheit aufzutreten, wenn sie Inhalte veröffentlichen, die ihre Arbeit betreffen. Beiträge sollten nicht anonym oder unter Verwendung eines Pseudonyms publiziert werden. Es sollte deutlich werden, wer Beschäftigte bzw. Beschäftigter der Hochschule Mainz ist.

Transparenz gewähren

Auch im sozialen Netz sollte sich jede Nutzerin und jeder Nutzer an die Wahrheit halten. Falschaussagen oder Weglassungen sind im Internet schnell nachprüfbar und werden sofort aufgedeckt. Vor der Veröffentlichung sollten alle Informationen auf ihre Richtigkeit geprüft werden, zur Vermeidung von Missverständnissen sollten Meinungen von Fakten getrennt werden.

Wer veröffentlicht, übernimmt Verantwortung

Jeder sollte sich im Vorfeld bewusst machen, dass er bzw. sie bei der Nutzung der Social Media-Kanäle als Teil der Hochschule handelt und alles, was er bzw. sie veröffentlicht, einen positiven wie negativen Einfluss auf die öffentliche Wahrnehmung der Hochschule Mainz, des eigenen Fachbereichs oder der eigenen Einrichtung haben kann.

Inhalte sorgfältig auswählen

Inhalte sollten mit der gleichen Sorgfalt und Loyalität verfasst werden, wie bei anderen Medien auch. In Bezug auf dienstliche Inhalte ist auch hier die Verschwiegenheitspflicht zu beachten.

Wer unsicher ist, ob eine Information veröffentlicht werden darf, sollte mit der oder dem Vorgesetzten Rücksprache halten oder sich an die Abteilung Kommunikation wenden.

Den richtigen Ton finden

Im Netz sollte man sich so geben, wie man es auch in anderen Kommunikationsformen (z.B. Telefon) tun würde: freundlich, professionell und konstruktiv.

Jede Form von Beleidigungen, Diskreditierungen oder Provokationen sollte vermieden werden. Wenn die Gesprächspartnerin bzw. der Gesprächspartner beleidigend wird, sollte man die Diskussion abbrechen.

Auf Kritik reagieren und zu Fehlern stehen

Auf direkte Fragen, Anregungen und Kritik sollte man zeitnah und angemessen reagieren. Die Beiträge sollten stets freundlich und sachlich formuliert sein, selbst wenn die Hochschule Mainz oder man selbst einmal unfair, kritisch oder emotional angegangen wird.

Eigene Fehler sollten zugegeben werden, das stärkt die Glaubwürdigkeit und beugt Missverständnissen vor. Wer sich nicht sicher ist, wie sie oder er auf eine Kritik reagieren sollte, kann sich an die Abteilung Kommunikation wenden. Kritik oder ein negativer Kommentar sollten niemals gelöscht werden. Zudem lösen sich kritische Kommentare oftmals durch die Einträge von anderen Usern auf.

Zur Löschung verpflichtet ist man jedoch bei Kommentaren mit rechtswidrigem Inhalt (z.B. Verletzung der Rechte einer anderen Person oder bei Verstößen gegen das Gesetz).

Persönlichkeits- und Urheberrechte

Die Rechte der Nutzerinnen und Nutzer, insbesondere die Urheber- und Persönlichkeitsrechte sowie die Auflagen des Datenschutzes sind unbedingt zu respektieren. In den sozialen Netzwerken ist jeder für sein Handeln selbst verantwortlich.

Die Nutzerinnen und Nutzer sind angehalten, das Recht auf informationelle Selbstbestimmung Dritter zu wahren und nur Informationen einzustellen, die sie vorab mit der entsprechenden Person abgesprochen haben. Veröffentlicht werden dürfen nur Fotos und Filme, über deren Nutzungsrechte der User bzw. die Hochschule verfügen. In der Bildbeschreibung muss die Bildquelle und die Bildautorin bzw. der Bildautor angegeben und ausdrücklich sichergestellt werden, dass die darauf abgebildeten Personen mit einer Veröffentlichung einverstanden sind. Auch kostenlose Bilddatenbanken enthalten oftmals spezielle Nutzungsbedingungen, die beachtet werden müssen.

Datenschutz- und Haftungsfrage

Alle Nutzerinnen und Nutzer sollten sich mit den Nutzungsbedingungen des Social Media-Kanals vertraut machen, den sie bearbeiten wollen. Wichtige Informationen zum Umgang mit personenbezogenen Daten gibt es bei der zentralen Datenschutzbeauftragten oder in der Abteilung Kommunikation.