

## SOCIAL MEDIA LEITLINIEN

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

Die Leitlinien bieten für die berufliche Nutzung Sicherheit und Orientierung. Bitte beachten Sie diese, wenn Sie Social Media Aktivitäten planen und umsetzen.

### **1 Trennen Sie berufliche und private Nutzung**

Aufgrund der Änderungen in der Policy von Facebook ist die Trennung zwischen beruflicher und privater Nutzung von Facebook komplizierter geworden. Verwenden Sie zur Betreuung und Administration der dienstlichen Facebook-Accounts ihr privates Profil, stellen Sie die strikte Trennung von privater und beruflicher Nutzung sicher. Nutzen Sie Ihr privates Profil während der Dienstzeit ausschließlich zur Pflege der beruflichen Facebook-Seiten. Richten Sie Listen ein, so dass Aktivitäten Ihrer privaten Kontakte Ihre Dienstgeschäfte nicht beeinträchtigen. Stellen Sie eine durchgängige Vertretung sicher, so dass auch während Ihrer Abwesenheit der dienstliche Facebook-Account mit einem anderen Profil gepflegt werden kann.

Für sämtliche anderen Social-Media Kanäle können dienstliche Accounts ohne die Verwendung eines privaten Profils gepflegt werden. Hinterlegen Sie Passwörter zu zentralen Zugängen (beispielsweise bei Instagram, Twitter und Youtube) innerhalb Ihrer Abteilung, so dass sie einer Vertretung in Ihrer Abwesenheit (Urlaub, Krankheit, etc.) Zugriff auf die Accounts Ihrer Einrichtung erlaubt.

Auch bei der privaten Nutzung Ihrer persönlichen Social Media-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. Beachten Sie dabei, dass auch hier die Verschwiegenheitspflicht in Bezug auf vertrauliche, dienstliche Inhalte greift.

### **2 Machen Sie sich Ihre Verantwortung bewusst**

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

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

### **3 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 Bielefeld wird in den jeweiligen Social Media Kanälen vom Referat für Kommunikation verantwortet und betreut. Hier sollten u.a. hochschulpolitische Entscheidungen, zentrale Terminankündigungen oder hochkarätige Auszeichnungen etc. erstveröffentlicht werden – das Referat hat die Aufgabe zu bewerten, welches strategisch der beste Kanal und welcher der optimale Zeitpunkt der Veröffentlichung ist.

Wenn Sie unsicher sind, ob Sie eine Information veröffentlichen dürfen, halten Sie mit Ihrer oder Ihrem Vorgesetzten Rücksprache oder sprechen Sie das Referat für Kommunikation (Hochschulmarketing oder Pressestelle) an.

#### **4 Treten Sie in den Dialog**

Kommunikation in Sozialen Netzwerken 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, regen Sie Diskussionen an und liefern Sie qualitativ hochwertige und zielgruppenrelevante Inhalte, die Ihrer Zielgruppe einen Mehrwert bieten und die Bindung stärken. Der Social Media Leitfaden der Universität Bielefeld gibt hier Hilfestellungen.

#### **5 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.

#### **6 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.

#### **7 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 das Referat für Kommunikation (Hochschulmarketing oder Pressestelle). 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.

#### **8 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. Stammen Fotos, Videos oder Texte nicht von Ihnen, müssen Sie zudem sicherstellen, dass und ggf. unter welchen Voraussetzungen der Urheber mit der Veröffentlichung einverstanden ist. Auch kostenlose Bilddatenbanken enthalten z.B. oftmals spezielle Nutzungsbedingungen, die Sie beachten müssen. Zitate sind zulässig, wenn diese als solche gekennzeichnet sind und über einen entsprechenden Quellennachweis verfügen.

#### **9 Beachten Sie Datenschutz- und Haftungsfragen**

Machen Sie sich unbedingt mit den Nutzungsbedingungen des Social Media-Kanals, den Sie nutzen wollen, vertraut. Hier kann die Empfehlung der Universität Bielefeld zur Nutzung Sozialer Netzwerke, die wichtige Informationen für den Umgang mit den personenbezogenen Daten gibt, hilfreich sein. 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 MitarbeiterInnen veröffentlicht haben und die andere gepostet haben – sofern diese trotz Kenntnis der Rechtswidrigkeit nicht gelöscht werden.

**Kontakt**

Referat für Kommunikation  
Medien & News  
medien@uni-bielefeld.de  
0521.106-4170