

# Social-Media-Guideline

## Richtlinie des Präsidenten



## Inhaltsverzeichnis

Vorbemerkung .....	2
1. Zweck von Social-Media-Guidelines .....	2
2. Verbindliche hochschulinterne Vorgaben .....	2
3. Empfehlungen .....	4
3.1 Vor dem Einrichten eines Social-Media-Auftritts .....	4
3.2 Tipps zur Betreuung eines Social-Media-Auftritts .....	5
3.3 Kritische Kommentare, Hass-Postings, Shitstorm: Was tun, wenn's brennt? .....	6
3.4 Folgen und Liken von Seiten oder Profilen .....	7
Folgende Facebook-Seiten, Twitter-Profile oder Instagram-Accounts können von Social-Media-Accounts der htw saar „geliked“ bzw. gefolgt werden: .....	7
4. Rechtliches .....	7
5. Netiquette (Verhaltensregeln) .....	8
6. Unsere Social-Media-Kanäle .....	9
6.1 Nutzung von WhatsApp .....	9
7. Beratung und Hilfe .....	10

Empfehlungen und Materialien der

**IQ\_HKOM**

Initiative Qualität für

Hochschulkommunikation

des Bundesverbands Hochschulkommunikation

## Vorbemerkung

Die Social Media Guideline der Hochschule für Technik und Wirtschaft des Saarlandes (htw saar) wurde unter der Federführung der Hochschulkommunikation und der Stabsstelle Strategisches Marketing erarbeitet und in der 279. Sitzung des Senats am 25.05.2022 beraten. Rechtsgrundlage ist § 19 (1) SHSG: „Die Präsidentin/Der Präsident vertritt die Hochschule nach außen.“

## 1. Zweck von Social-Media-Guidelines

Social-Media-Auftritte gehören gerade angesichts der jungen Zielgruppe mittlerweile zu den üblichen Kanälen in der Hochschulkommunikation. Gegenüber den traditionellen Kommunikationsformen bieten sie zahlreiche Vorteile: Die Beiträge können genauer auf eine Zielgruppe ausgerichtet werden, die Reichweite der Botschaft kann sich erhöhen und die Social-Media-Auftritte ermöglichen eine transparente und unmittelbare Kommunikation auf Augenhöhe.

Als Ratgeber für die Beschäftigten der htw saar umfasst der Leitfaden verbindliche hochschulinterne Vorgaben, Empfehlungen und rechtliche Hinweise im Umgang mit Social-Media-Angeboten, die für die jeweilige Einrichtung oder Organisationseinheit angelegt werden. So sollen nicht nur rechtliche Fehler minimiert werden; der Leitfaden soll auch einen Beitrag zu einer einheitlichen Außendarstellung der htw saar leisten.

### Social Media – worum geht es?

Im alltäglichen Sprachgebrauch werden die Begriffe „Social Media“, „Social Web“, „Soziale Medien“ oder „Soziale Netzwerke“ in der Regel synonym verwendet. Gemein ist allen vier Begriffen, dass sie interaktive Online-Plattformen zum individuellen Aufbau, der Verstärkung und Gestaltung sozialer Netzwerke bezeichnen. Der Begriff „Social Web“ bezeichnet darüber hinaus die Gesamtheit aller Social Media innerhalb des World Wide Web. Im Folgenden verwenden wir der Einheitlichkeit halber den englischsprachigen Begriff „Social Media“.

Ein weiteres Merkmal von Social Media ist, dass Informationen über Ereignisse im weitesten Sinne dem eigenen Umfeld unmittelbar mitgeteilt werden. Das geschieht vorrangig durch das Mitteilen von Erlebnissen, Eindrücken und Meinungen in Text, Bild-, Video- und Audio-Form. Die technologische und gesellschaftliche Reife von mobilen und internetfähigen Geräten wie Smartphones und Tablets verleiht dieser Entwicklung eine zusätzliche Dynamik.

Zu den prominentesten Social-Media-Angeboten gehören Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, Xing und LinkedIn. Auch sogenannte „Messenger“ wie WhatsApp, der Facebook Messenger und Snapchat können dazugezählt werden.

Auch wenn über Social-Media-Auftritte, abhängig von der jeweiligen Größe und dem Vorhandensein von Werbebudget, eine potentiell sehr hohe Reichweite erzielt werden kann, müssen essentielle Informationen der Hochschule immer auch im hochschuleigenen Web abgebildet werden. Das ergibt sich einerseits aus der Verpflichtung öffentlicher Einrichtungen, ihre Informationen leicht zugänglich auf der Website als primärer Informationsquelle zur Verfügung zu stellen. Und andererseits aus der nach wie vor hohen Verlässlichkeit und Glaubwürdigkeit der offiziellen Web-Präsenz von Universitäten und Hochschulen in der öffentlichen Wahrnehmung.

## 2. Verbindliche hochschulinterne Vorgaben

Bei der Einrichtung und Betreuung eines Social-Media-Auftritts halten Sie sich bitte an die nachfolgenden von der htw saar festgelegten verbindlichen Vorgaben. Diese dienen dem Zweck, Konflikte zu vermeiden, Krisen vorzubeugen und Synergien innerhalb der Hochschule zu nutzen.

### Vorrang des „klassischen“ Webauftritts

Alle wichtigen Informationen über die Hochschule – von Studienmöglichkeiten und Zugangsvoraussetzungen

über Forschungsinformationen und Kontaktdaten bis hin zu öffentlichen und internen Nachrichten – müssen zuerst auf der Website der htw saar abrufbar sein, bevor sie in den Sozialen Medien veröffentlicht werden.

### **Zentrale Social-Media-Auftritte**

Zentrale-Social-Media-Auftritte werden von der Hochschulkommunikation der htw saar betreut und inhaltlich verantwortet. Informationen werden hier im Namen der Hochschule veröffentlicht.

### **Social-Media-Auftritte von Fakultäten sowie ihnen zugeordneten Untereinheiten, Studiengängen, wissenschaftlichen Einrichtungen und anderen Organisationseinheiten der htw saar**

- Social-Media-Auftritte von Fakultäten sowie ihnen zugeordneten Untereinheiten, Studiengängen, wissenschaftlichen Einrichtungen und anderen Organisationseinheiten der htw saar gehören grundsätzlich der Hochschule und dürfen nur mit Zustimmung des Präsidenten vertreten durch die Abteilung Hochschulkommunikation eingerichtet, gestaltet, weitergegeben oder gelöscht werden.
- Die Hochschulkommunikation der htw saar muss über die geplante Einrichtung eines Social-Media-Auftritts von Fakultäten sowie ihnen zugeordneten Untereinheiten, Studiengängen, wissenschaftlichen Einrichtungen und anderen Organisationseinheiten der htw saar informiert werden, um mögliche Synergien sowie die Verwendung von Corporate-Design-Elementen zu klären (Name, Logo und Layout).
- Für die inhaltliche Pflege der Social-Media-Auftritte von Fakultäten sowie ihnen zugeordneten Untereinheiten, Studiengängen, wissenschaftlichen Einrichtungen und anderen Organisationseinheiten der htw saar sind die Organisationseinheiten selbst verantwortlich. Die Informationen werden nicht im Namen der Hochschule, sondern im Namen der Organisationseinheit veröffentlicht, die den jeweiligen Account betreut.
- Die Nutzung von Social Media zu dienstlichen Zwecken während der Arbeitszeit muss von der/dem Vorgesetzten genehmigt werden.
- Folgen Sie den zentralen Accounts der htw saar, um Ihre Verbindung zur Hochschule deutlich zu machen. Außerdem behalten Sie so den Überblick über deren Themen und können idealerweise Inhalte teilen oder sich gegenseitig zitieren.
- Nutzen Sie immer den Hashtag **#htwsaar** beim Veröffentlichen von Beiträgen. Dies ermöglicht das Auffinden aller veröffentlichten Beiträgen im Zusammenhang mit der Hochschule.
- Mehrere (idealerweise drei) Beschäftigte müssen über die Administrationsrechte oder Login-Daten verfügen, damit eine Abwesenheitsvertretung gewährleistet ist. Dies ist besonders wichtig für etwaige Krisenfälle. Zudem können Gegenmaßnahmen ergriffen werden, sollte der Account einer Administratorin/eines Administrators gehackt werden. Die Hochschulkommunikation der htw saar muss, wo möglich, als Administrator eingerichtet werden (für Krisensituationen).
- Beim Ausscheiden aus dem Dienstverhältnis besteht die Verpflichtung, die Administrationsrechte abzugeben. Wird ein Account nicht über Admin-Rechte verwaltet, ist beim Ausscheiden einer Mitarbeiterin/eines Mitarbeiters das Passwort für den Account zu ändern. Die/Der Vorgesetzte sollte zudem jederzeit Zugriff auf Zugangsdaten und selbst einen Administratorzugang haben.
- Wenn für einzelne Social-Media-Angebote dienstliche Accounts vorhanden sind, nutzen Sie ausschließlich diese für die offizielle Kommunikation. Bei Plattformen, die über persönliche Accounts bespielt werden ist die Trennung zwischen offiziellen Meldungen und privater Meinung besonders wichtig (vgl. Abschnitt „Wenn Sie Social Media privat nutzen“).

### **Nutzung des Namens und Logos der htw saar**

Wer einen Social-Media-Kanal für eine Organisationseinheit einrichtet, muss bei der Namensgebung sichtbar machen, dass der Auftritt zur htw saar gehört. Namen sollten kurz und prägnant sein, z.B. bei Twitter oder Instagram @sas\_htwsaar. Beachten Sie, dass die Einheit als solche erkennbar ist und nicht mit einem der zentralen Social-Media-Auftritte der htw saar verwechselt werden kann. Bitte halten Sie sich auch im Social Web an das Corporate Design der htw saar. Private Kanäle dürfen den Namen und das Logo der htw saar nicht verwenden. Die Präsidentin/Der Präsident kann die Verwendung im Einzelfall und zeitlich befristet gestatten. Eine Verwendung ohne Erlaubnis hat ggf. rechtliche Konsequenzen.

**Impressumspflicht**

Nutzer von Social Media-Angeboten müssen ein Impressum vorhalten, sofern ihr Profil zu Marketingzwecken benutzt wird und nicht rein privater Natur ist. Der Impressumshinweis muss leicht erkennbar, immer sichtbar und der Volltext mit zwei Klicks erreichbar sein. Das Impressum muss nicht unter der gleichen Domain stehen – es ist zulässig, auf das Impressum der htw saar zu verweisen und mit der eigenen Website zu verlinken.

Bei Social-Media-Auftritten von Fakultäten, Studiengängen, wissenschaftlichen Einrichtungen oder anderen Organisationseinheiten ist – sofern sie einer Fakultät zugeordnet sind – auf das Impressum der zugehörigen Fakultät zu verweisen. Die Dekanin/Der Dekan ist dort als inhaltlich verantwortliche Person für die Webauftritte der Fakultät und ihr zugehörigen Einrichtungen ergänzt.

**Auskünfte**

Nutzen Sie die Sozialen Medien nicht für offizielle Zusagen, Prüfungstermine oder Bestellungen. Machen Sie deutlich, dass Sie auf Social-Media-Kanälen Ihrer Einrichtung keine rechtsverbindlichen Auskünfte erteilen und keine Gewähr für die Richtigkeit der Aussagen übernehmen.

**Gesetze und Urheberrechte**

Veröffentlichungen von Prüfungsdaten, Äußerungen zu Studierendenleistungen, vorsätzlich geschäftsschädigenden oder den Ruf der Hochschule schädigenden Äußerungen, Drohungen, Beleidigungen und Werbung für Drittanbieter sind in jedem Fall tabu.

Beachten Sie bei der Veröffentlichung und der Verbreitung fremder Inhalte – dem sogenannten „Sharing“ – das Urheberrecht.

Bei der Veröffentlichung von Fotos oder Videos, auf denen Personen zu sehen sind, gilt das Recht am eigenen Bild. Mehr Informationen finden Sie im Abschnitt 4 „Rechtliches“.

**Wenn Sie Social Media privat nutzen**

Achten Sie bitte auf Ihre Privatsphäre und Ihre Loyalitätspflicht gegenüber Ihrem Arbeitgeber.

Machen Sie bitte kenntlich, dass es sich um private Äußerungen handelt, falls Sie sich zu Hochschulthemen äußern. Dies kann zum Beispiel in Ihrem Profilsteckbrief durch den Verweis „Hier privat unterwegs“ geschehen oder durch einen Hinweis im betreffenden Beitrag selbst.

## 3. Empfehlungen

Falls Sie die Einrichtung eines Social-Media-Auftritts im Namen einer hochschulangehörigen Einrichtung planen oder bereits einen solchen Auftritt betreiben und noch unsicher bei Themenwahl, Posting-Frequenz oder Kommentar-Moderation sind, könnten die folgenden Empfehlungen interessant für Sie sein.

### 3.1 Vor dem Einrichten eines Social-Media-Auftritts

Bevor Sie einen Social-Media-Auftritt einrichten, überlegen Sie sich ein Konzept, das folgende Fragen beantwortet:

- Wen wollen Sie mit welchen Inhalten erreichen? (Zielgruppe und Themen)
- Warum möchten Sie zu diesem Zweck einen eigenen Social-Media-Auftritt einrichten?
- Gäbe es auch alternative Wege, Ihre geplanten Inhalte zu veröffentlichen, beispielsweise über die Website oder zentrale Social-Media-Auftritte der Hochschule, den htw saar blog, Pressemitteilungen, Flyer oder Plakate?
- Welches Social-Media-Angebot passt am besten zu Ihrer Zielgruppe und Ihren Themen?  
Die Angebote unterscheiden sich in den Punkten Funktionsumfang, Richtung der Kommunikation, Reichweite und medialer Zuschnitt (Texte, Bild, Video).
- Gibt es ein finanzielles Budget für eventuelle Anzeigenschaltungen, die zum Beispiel bei Facebook für eine deutlich höhere Reichweite sorgen können?

- Haben Sie genug Themen, um kontinuierlich Beiträge zu veröffentlichen?  
 **Tipp:** Erstellen Sie beispielhaft einen Redaktionsplan für mehrere Wochen, der auch Freiraum für tagesaktuelle Inhalte bietet.
- Klären Sie die personellen und finanziellen Ressourcen:  
Wer wäre für welche Aufgaben zuständig? Wer würde welche Berechtigungen erhalten und welchen zeitlichen Aufwand würde die kontinuierliche Pflege des Social-Media-Auftritts kosten? Kann die Person von anderen Aufgaben im benötigten Umfang freigestellt werden?
- Der Social-Media-Auftritt muss auf ein leicht auffindbares Impressum verweisen. Der Volltext muss mit zwei Klicks erreichbar sein. Mehr Informationen finden Sie im Abschnitt 3.2 (Punkt Impressumspflicht).
- Nehmen Sie vor dem Einrichten des Auftritts Kontakt zur Hochschulkommunikation der htw saar auf, um sich beraten zu lassen. Hier können Sie auch die Rechte zur Nutzung des Logos oder der Marke der Hochschule klären.

### 3.2 Tipps zur Betreuung eines Social-Media-Auftritts

#### Interaktion

Social-Media-Auftritte leben von der Interaktion mit den Nutzern. Ermutigen Sie diese, indem Sie die Nachrichten- und Kommentarfunktionen der Seite aktivieren. Die Nutzer sollen durch die Beiträge animiert werden, zu interagieren, z.B. "Gefällt mir" zu klicken, einen Kommentar zu hinterlassen oder den Beitrag zu teilen. Sie können mit Ihrem Account interessante Beiträge teilen oder liken sowie anderen Seiten oder Profilen folgen. Die Richtlinien hierzu finden Sie unter Punkt 3.4.

#### Schnelligkeit

Reagieren Sie auf Kommentare und beantworten Sie Anfragen möglichst zeitnah innerhalb von 24 Stunden (werktags). Um auf eventuelle Rückfragen kompetent antworten zu können, müssen alle Beiträge gut recherchiert sein. Bei Unsicherheiten werden die verantwortlichen Personen aus anderen Abteilungen kontaktiert und um Antwort gebeten. Der direkte und schnelle Austausch ist ein wesentliches Merkmal von Social-Media-Plattformen. Wenn zu wenig Zeit oder personelle Ressourcen zur Verfügung stehen, sollten Sie von der Einrichtung eines Accounts absehen.

#### Kontinuität

Social-Media-Auftritte müssen kontinuierlich bespielt werden, d. h. etwa regelmäßiges Posten von Beiträgen, regelmäßiges Überprüfen auf Kommentare und Beiträge anderer Nutzer. Die Pflege und Aktualisierung der Accounts sind für eine erfolgreiche Social-Media-Arbeit unerlässlich. Ein Redaktionsplan ist ein hilfreiches Instrument.

#### Verknüpfen mit anderen Social-Media-Auftritten der htw saar

Verknüpfen Sie Ihren Social-Media-Auftritt mit anderen Social-Media-Auftritten der htw saar („likern“, „folgen“, zu Favoriten hinzufügen), insbesondere mit den zentralen Auftritten Hochschule. So behalten Sie den Überblick über deren Themen und können idealerweise Inhalte teilen oder sich gegenseitig zitieren.

#### Sichtbarkeit

Social-Media-Accounts sollten öffentlich, d. h. für alle sichtbar (und nicht privat) sein, auch wenn Personen nicht auf den Plattformen angemeldet sind. Dies lässt sich in den Einstellungen anpassen.

#### Kommunikationsstil

Da die meisten Social-Media-Nutzer auf sozialen Netzwerken (außer in Business-Netzwerken wie Xing oder LinkedIn) privat unterwegs sind, wird für aktive Postings ein lockerer Sprachstil sowie eine lockere Ansprache („Wir, Ihr, Euch...“) gewählt. Siezen wird oft als distanziert oder unhöflich empfunden.

#### Inhalte

Bei der Auswahl Ihrer Themen sollten Sie kreativ sein und sich nach interessanten Anregungen umschaun. Es ist wichtig, den Nutzern von sozialen Netzwerken stets einen Mehrwert zu bieten. Ein Mix aus informativen und unterhaltsamen Inhalten in Kombination mit einem Bild funktioniert i.d.R. besonders gut.

Achten Sie beim Erstellen von Inhalten auf Orthografie und Grammatik. Beim Formulieren Ihrer Inhalte ist es wichtig, Ihre Zielgruppe vor Augen zu haben und diese auf Augenhöhe anzusprechen. Seien Sie vorsichtig mit Ironie, Satire oder Sarkasmus, diese Stilformen können missverstanden werden.

Hilfreich ist auch das Veröffentlichen einer Netiquette (Sammlung von Verhaltensregeln) im jeweiligen Social-Media-Auftritt, auf die Sie sich im Umgang mit kritischen Posts/Kommentaren beziehen können. Eine Vorlage für eine Netiquette finden Sie am Ende dieser Guidelines.

### **Umgang mit Kritik und Fehlern**

Werden von Ihnen veröffentlichte Inhalte kritisiert, antworten Sie sachlich und begründet, selbst wenn Sie oder Ihre Organisationseinheit unfair, kritisch oder emotional behandelt werden. Social-Media-Kommunikation geschieht in der Regel schnell und unmittelbar – dabei passieren auch mal Fehler. Eigene Fehler sollten Sie zugeben und Irrtümer korrigieren. Dabei ist es wichtig, zeitnah zu reagieren. Löschen Sie keinesfalls negative Kommentare – es sei denn, sie verstoßen gegen die Netiquette (diese finden Sie am Ende dieser Guidelines) oder sind rechtswidrig. Im Zweifel wenden Sie sich bitte an die Hochschulkommunikation der htw saar. Mehr Informationen zum Umgang mit kritischen Kommentaren, Hass-Postings oder Shitstorms finden Sie im Abschnitt 3.3.

### **Transparenz**

Eine offene Kommunikationskultur ist wichtig für den Erfolg Ihrer Social-Media-Aktivitäten: Seien Sie offen in Bezug auf Ihre Identität und Ihre Funktion. Wenn Sie mit einem Profil der htw saar agieren, sollten Sie keine persönlichen Interessen widerspiegeln. Nutzen Sie dienstliche Accounts ausschließlich für die offizielle Kommunikation. Kommentieren Sie Beiträge nicht anonym oder unter Pseudonym.

### **Respekt**

Verhalten Sie sich stets respektvoll gegenüber anderen und vermeiden Sie jede Form der Diskreditierung, Provokation oder Beleidigung. Bleiben Sie sachlich und freundlich. Verzichten Sie auf Klischees, Feindbilder, Diskriminierung, Ironie und Sarkasmus. Vermeiden Sie auf jeden Fall die Herabwürdigung anderer Hochschulen, Forschungseinrichtungen oder (hochschul-)politischer Akteur(inn)en.

## **3.3 Kritische Kommentare, Hass-Postings, Shitstorm: Was tun, wenn's brennt?**

Auch wenn die Interaktion mit den Nutzern den besonderen Reiz von Social Media ausmacht, kann sie zu kritischen Situationen führen. Gerne können Sie sich mit Fragen bzgl. problematischer Posts oder Kommentare an die Hochschulkommunikation der htw saar wenden. Bitte schließen Sie sich auch im Falle eines Shitstorms mit der Hochschulkommunikation kurz. Als erste Orientierung können Sie sich an den folgenden Leitfaden halten:

- Rechtswidrige Inhalte (z.B. Verstöße gegen das Urheberrecht oder das Recht am eigenen Bild, Beleidigungen) sollten Sie sofort löschen. Der Inhaber des Social-Media-Auftritts kann für rechtswidrige Inhalte, die andere dort veröffentlichen, haftbar gemacht werden, wenn er diese nach einer nachweislichen Kenntnismahnung nicht löscht. Rechtlich besteht zwar zunächst keine Pflicht, die Kommentare oder Veröffentlichungen Dritter auf dem eigenen Social-Media-Auftritt zu überwachen oder proaktiv zu kontrollieren. Meldet jedoch eine Person dem Inhaber eines Social-Media-Auftritts eine Rechtsverletzung, so erlangt dieser Kenntnis. Die Rechtsverletzung muss dann nach dem sogenannten „Notice-and-Takedown“-Grundsatz zeitnah gelöscht werden.
- Werbung und unseriöse Aufrufe sollten Sie ebenfalls sofort löschen. Je nach Einzelfall kann es sinnvoll sein, dem Verfasser den Grund für das Löschen mitzuteilen, um Wiederholungen vorzubeugen.
- Auf Provokationen, Pöbeleien, Anschuldigungen oder Beleidigungen reagieren Sie zunächst am besten mit dem Entzug von Aufmerksamkeit (Verfasser aushungern lassen). Je nach Intensität und Häufigkeit der Beiträge können Sie auch auf die Netiquette verweisen, die Inhalte löschen und den Verfasser melden bzw. sperren.
- Machen Sie vor dem Löschen eines Beitrags einen Screenshot, damit Sie Ihr Vorgehen ggf. belegen können.
- Kritische Beiträge sollten Sie nicht löschen, sondern bei Bedarf sachlich beantworten oder unkommentiert stehen lassen.
- Missverständnisse sollten Sie möglichst schnell aufklären und nicht zögern, inhaltliche Fehler zu korrigieren.

### 3.4 Folgen und Liken von Seiten oder Profilen

Folgende Facebook-Seiten, Twitter-Profile oder Instagram-Accounts können von Social-Media-Accounts der htw saar „geliked“ bzw. gefolgt werden:

#### Hochschulnahe Seiten

z.B. CEC Saar, DFHI/ISFATES, FITT, AStA, Fachschaften, Präsidiumsmitglieder der htw saar, Professorinnen und Professoren der htw saar, Startups der htw saar, HIZ, (Forschungs-)Projekte wie MobiPro.GR, DESIGNETZ etc.

#### Kooperierende Hochschulen

z.B. Université de Lorraine, Uni Luxemburg, FH Kaiserslautern, Universität des Saarlandes, Universität der Großregion

#### Seiten mit Kontext Hochschule/Forschung/Bildung

z.B. HRK, DFH, Stipendien, DAAD, BMBF, DFG, LPM, Landesbibliothek, Fraunhofer, Erasmus, EUA, Lernfest, etc.

#### Seiten mit Saarland-Bezug

z.B. Staatskanzlei, Saarland, Saarland Tourismus, saar.is, HWK, IHK, Regionalverband, saar camp, FairTrade Initiative

#### Seiten von (saarländischen) Medien

z.B. SR, Saartext, aktueller Bericht, Radio Salü, Big FM, UnserDing, Saarbrücker Zeitung, ZDF Landesstudio Saar, ZEIT Campus

Grundsätzlich sollen folgende Seiten/Profile **nicht** „geliked“ bzw. gefolgt werden (Neutralitätsgebot einer Hochschule): Politische Parteien und ihnen nahestehende Institutionen, Unternehmen (ausgenommen z.B. Startups der htw saar)

**Aber:** Beiträge von Amtsträgern, Politikern oder Unternehmen, in denen die htw saar erwähnt wird, können anlassbezogen „geliked“ oder geteilt werden.

## 4. Rechtliches

Auch Social Media ist kein rechtsfreier Raum. Gerade im Zusammenhang mit Fotos, Videos und Kommentaren sollten Sie sich mit den entsprechenden rechtlichen Regelungen vertraut machen. Verstöße gegen das Urheberrecht können sehr teuer werden. Kommentare mit beleidigenden, verleumderischen, verfassungsfeindlichen, rassistischen, sexistischen, gewaltverherrlichenden oder pornografischen Inhalten werden zwingend arbeits-, disziplinar- und strafrechtliche Folgen nach sich ziehen.

Die folgenden Gesetzestexte und Rechtsgebiete sind relevant:

- Das Telemediengesetz (TMG) enthält Angaben zur Impressumspflicht, zur Haftung des Inhabers des jeweiligen Social-Media-Auftritts (sog. Diensteanbieter) und zum Datenschutz.
- Das Äußerungsrecht regelt die Zulässigkeit von (öffentlichen) Äußerungen. Die Meinungsfreiheit aus Art. 5 Grundgesetz (GG) reicht sehr weit. Unzulässig sind aber unwahre Tatsachenbehauptungen, Beleidigungen und eine sogenannte Schmähkritik.
- Die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO), das Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) und das Saarländische Datenschutzgesetz (SDSG) enthalten Regelungen zur Erhebung, Speicherung und Verarbeitung personenbezogener Daten.
- Das Kunsturhebergesetz (KunstUrhG) enthält die Vorgaben zum Recht am eigenen Bild. Bis auf einige spezifische Ausnahmen (Bilder von öffentlichen Versammlungen, Personen der Zeitgeschichte oder Bilder, auf denen die Personen nur Beiwerk sind) bedarf es der Zustimmung der Person vor der Veröffentlichung.
- Das Urheberrechtsgesetz (UrhG) regelt den Schutz von Texten, Bildern, Audio- und Videoinhalten (sog. Werken). In den meisten Fällen ist eine Veröffentlichung oder Verbreitung solcher Werke nur mit Zustimmung des jeweiligen Rechteinhabers zulässig.
- Das Markengesetz (MarkenG) enthält Regelungen zum Schutz von Namen und Logos.

- Auch aus dem Dienstverhältnis ergeben sich rechtliche Regelungen. Insbesondere ist hier die Verschwiegenheitspflicht zur Wahrung von Dienstgeheimnissen zu nennen.

Beachten Sie bitte stets die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, Nutzungsbedingungen und Richtlinien der Anbieter des gewählten Social-Media-Angebots. Zu den häufigsten Elementen gehören:

- Bestimmungen zu Haftungsbeschränkungen des Portals und zur Haftung des Nutzers.
- Der Anbieter lässt sich Lizenzen an nutzergenerierten Inhalten einräumen – damit hat der Nutzer möglicherweise keinerlei Einfluss auf die Verwendung der bereitgestellten Daten und der Profildaten, die durch die Nutzung erzeugt werden.
- In den Nutzungsbedingungen zahlreicher Anbieter finden sich spezifische Vorgaben zur Durchführung von Gewinnspielen oder anderen (Preis-)ausschreiben auf dem jeweiligen Portal. Diese sollten zur Vermeidung von Problemen mit dem Anbieter (Verwarnung bis hin zu Sperrung des Social-Media-Auftritts) beachtet werden.
- Es besteht keine Pflicht für den Anbieter, sein Angebot dauerhaft aufrecht zu erhalten.
- Der Anbieter bestimmt Rechtswahl und Gerichtsstand, diese können sich außerhalb des deutschen Rechtsraumes befinden.

Social-Media-Plugins dürfen auf Webseiten von Universitäten und Hochschulen nicht verwendet werden, da sie ggf. ungefragt Daten sammeln und somit gegen die Datenschutzbedingungen verstoßen.

## 5. Netiquette (Verhaltensregeln)

Dieser Social-Media-Auftritt der htw saar soll die direkte Kommunikation mit euch ermöglichen und lebt von eurer Beteiligung. Wir freuen uns über eure Fragen, Kommentare und Meinungen und über eine konstruktive und kritische Auseinandersetzung mit veröffentlichten Beiträgen. Um ein angenehmes und freundliches Miteinander zu gewährleisten, bitten wir um die Einhaltung gewisser Regeln:

### **Umgangston**

Unser Umgangston ist sachlich, höflich und respektvoll.

### **Keine Beleidigungen**

Wir lassen uns nicht herausfordern: Beleidigungen, Beschimpfungen und Provokationen unsererseits finden nicht statt.

### **Keine unangemessenen Beiträge**

Beiträge, die diskriminierend, verfassungs-feindlich, demagogisch, rechtswidrig, pornografisch, extremistisch, rassistisch, vulgär, verunglimpfend oder auf andere Art und Weise unangemessen sind, löschen wir unkommentiert.

### **Keine Werbung, kein Spam**

Ebenfalls nicht erwünscht sind Spam, Werbung und andere kommerzielle Inhalte und Angebote Dritter.

### **Keine Fremddiskussionen**

Kommentare zu einem Post, Tweet usw. sollten sich stets inhaltlich auf diesen beziehen. Themenfremde Beiträge sind an dieser Stelle ärgerlich und unerwünscht.

### **Beiträge auf Deutsch oder Englisch**

Damit alle alles verstehen und Missverständnisse vermieden werden: Wir posten auf Deutsch oder Englisch – und erwarten das auch von unseren Nutzern.

### **Auskunft**

Als Beschäftigte der Hochschule erteilen wir Auskünfte über den Social-Media-Auftritt nach besten Wissen und Gewissen, diese sind jedoch nicht rechtsverbindlich.

**Loyalität**

Wenn wir als Beschäftigte unserer Hochschule in den sozialen Medien agieren, sind wir zu Loyalität gegenüber unserem Arbeitgeber angehalten.

Wir machen kenntlich, dass es sich um private Äußerungen handelt, falls wir uns zu Hochschulthemen äußern. Dies kann zum Beispiel im Profilsteckbrief durch den Verweis „Hier privat unterwegs“ geschehen oder durch einen Hinweis im betreffenden Beitrag selbst.

**Datenschutz**

Vertrauliche Inhalte wie Adressen, Telefonnummern, Matrikelnummern werden auf unserem Social-Media-Auftritt zu keiner Zeit veröffentlicht.

**Urheber- und Persönlichkeitsrechte**

Bei der Veröffentlichung von Bildern und Texten über unseren Social-Media-Auftritt legen wir ein besonderes Augenmerk auf die Einhaltung von Urheber- und Persönlichkeitsrechten und das Recht am eigenen Bild. Dies erwarten wir auch von unseren Nutzern.

**Haftung**

Für die von Nutzern eingestellten Kommentare und Verlinkungen übernehmen wir keine Verantwortung oder Haftung.

**Allgemeine Standards**

Wir achten auf die allgemeinen Standards und Nutzungsbedingungen des jeweiligen Social-Media-Angebots.

## 6. Unsere Social-Media-Kanäle

Die htw saar unterhält folgende Social-Media-Kanäle (Stand 23.09.2022):

- [Facebook](#)
- [Instagram](#)
- [Twitter](#)
- [Youtube](#)
- [LinkedIn](#)
- [Blog der htw saar](#)

### 6.1 Nutzung von WhatsApp

Die Nutzung von WhatsApp ist aus datenschutzrechtlicher Sicht umstritten und soll daher nicht verwendet werden. Selbst wenn der Nutzer seine Datenschutzeinstellungen bei WhatsApp anpasst, wird er der Datenschutzverordnung (siehe Abschnitt DSGVO) nicht gerecht, weil er nie die volle Kontrolle über die Weitergabe von Informationen hat.

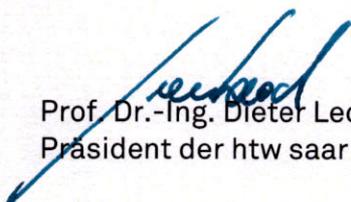
## 7. Beratung und Hilfe

Falls Sie Unterstützung bei der Einrichtung oder Betreuung eines Social-Media-Auftritts benötigen, wenden Sie sich gerne an folgende Ansprechpartner der htw saar:

Isabel Sand  
Redaktion/ Pressestelle  
Campus Alt-Saarbrücken | Haus des Wissens  
Malstatter Straße 17  
66117 Saarbrücken  
+49 (0)681 5867-719  
[isabel.sand@htwsaar.de](mailto:isabel.sand@htwsaar.de)

Stephanie Geimer  
Strategisches Marketing  
Campus Alt-Saarbrücken | Haus des Wissens  
Malstatter Straße 17  
66117 Saarbrücken  
+49 (0)681 5867-99153  
[stephanie.geimer@htwsaar.de](mailto:stephanie.geimer@htwsaar.de)

Saarbrücken, den 13.10.2022

  
Prof. Dr.-Ing. Dieter Leonhard  
Präsident der htw saar