



# Leitfaden Soziale Medien

## Überblick

Warum Social Media?

Vor Beginn – Strategie- und Zieldefinition

Gestaltung

Inhalte und Formen der Kommunikation

Impressum/Datenschutz

Empfehlungen für dienstliche Aktivitäten

› Facebook

› Youtube

› Twitter

› Instagram

› WhatsApp

Empfehlungen für private Aktivitäten

## Warum Social Media?

Kommunikation unterliegt stetiger Veränderung. Mit sozialen Netzwerken wie z.B. Facebook, Twitter, YouTube, Online-Foren und Blogs haben sich viele neue Möglichkeiten der Kommunikation ergeben. Um in den direkten Kontakt mit unseren Zielgruppen zu treten, sind auch wir, die Hochschule Wismar, derzeit mit einem eigenen Profil auf Facebook und Instagram, einem Account bei Twitter und WhatsApp und einem eigenen Video-Kanal auf YouTube in den sozialen Medien aktiv. Neben den zahlreichen positiven Effekten der aktiven Nutzung dieser Online-Communities gibt es auch Risiken und Besonderheiten. Schnell kann z. B. der Übergang von privater und dienstlicher Nutzung verschwimmen. Deshalb möchten wir, die Öffentlichkeitsarbeit der Hochschule Wismar, mit diesem Leitfaden eine Orientierung für den Umgang mit den sozialen Netzwerken geben.

## Vor- und Nachteile bei der Nutzung Sozialer Medien

- + Hohe Reichweite mit verhältnismäßig geringem Aufwand
- + Hohes Potential für Interaktion mit Social-Network-Nutzern
- + Verglichen mit klassischer Webseite – schneller Einstieg und ressourcenschonender Betrieb
- Standardisierte Auftritte mit geringer Individualität und Anpassbarkeit
- Unterordnung unter die Regeln und Geschäftsbedingungen der Betreiber, zunehmende Rechtsunsicherheit

## Vor Beginn – Strategie- und Zieldefinition

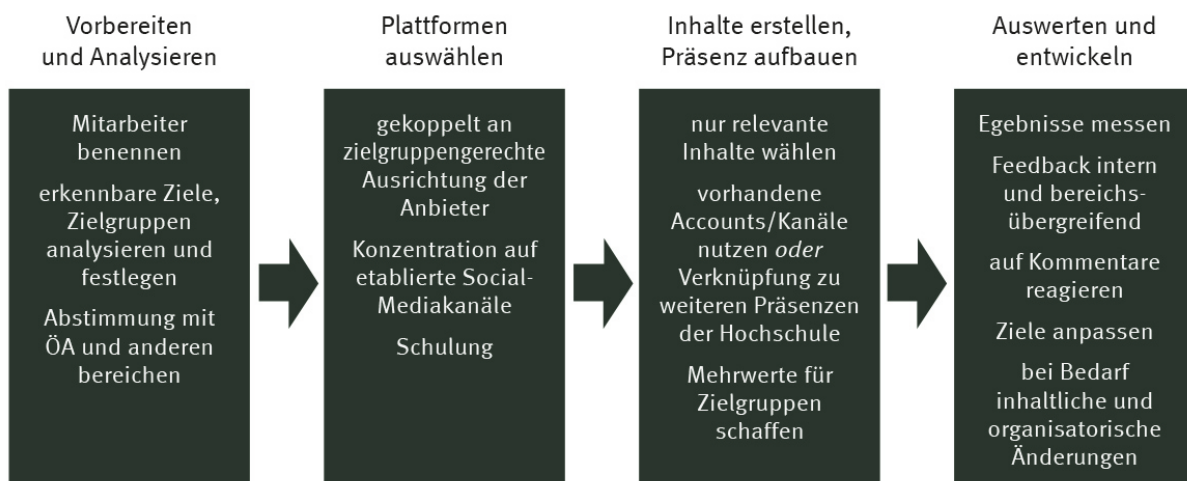
Voraussetzung für alle Social-Media-Aktivitäten ist die Entwicklung und Einhaltung einer gemeinsamen Strategie der Hochschule Wismar. Die Aktivitäten sollen dabei nie losgelöst von den Zielen der Hochschule erfolgen. Eine belastbare Ressourcenplanung (Personal, Budget) ist ohne diese Vorarbeit nicht möglich. Sie sollten in der Lage sein, auf positive wie auf negative Reaktionen aus dem Social Web angemessen zu reagieren.

Bevor Sie anfangen, stellen Sie sich bitte folgende Fragen:

- Was möchten Sie, was möchte die Hochschule Wismar mit dem Social-Media-Auftritt erreichen? Welche Botschaften sollen vermittelt werden?
- Welche Zielgruppe soll erreicht werden?
- Warum wird ein neuer Social-Media-Kanal benötigt? Welche Maßnahmen wurden bisher ergriffen, um die Inhalte zu vermitteln? Wurden diese in vollem Umfang ausgeschöpft?
- Welche Ressourcen benötigen Sie für eine verlässliche, dauerhafte Pflege?
- Brauchen Sie dabei Unterstützung, z.B. von anderen Bereichen?
- Welche Inhalte müssen erstellt werden?
- Werden bisherige Kommunikationswege nur ergänzt oder können diese teilweise über die neuen Medien ersetzt werden?
- Wie sind Erfolg und Entwicklung ihres Vorhabens messbar?

Wenn Sie diese Fragen nicht beantworten können, wird der Erfolg Ihres Vorhabens hinter den Möglichkeiten bleiben. Stimmen Sie die Vorgehensweise mit dem Bereich Öffentlichkeitsarbeit ab, um eine einheitliche Strategie und einen wiedererkennbaren Auftritt der Hochschule Wismar zu gewährleisten.

### Strategische Vorgehensweise zur Umsetzung von Social-Media-Aktivitäten



## Gestaltung



Die sozialen Medien bieten eine eher beschränkte Möglichkeit zur eigenen Gestaltung. Aber auch hier gelten die Vorgaben des Corporate Designs der Hochschule Wismar. Das **Logo der Hochschule** wird zentral durch den Bereich Öffentlichkeitsarbeit zur Verfügung gestellt, um einen einheitlichen Auftritt aus Sicht der Nutzer zu gewährleisten. Das [Corporate Design Handbuch](#) mit den wichtigsten Beispielen zur Anwendung finden Sie auf der Webseite der Hochschule.

## Inhalte und Formen der Kommunikation



Die Hochschule Wismar begrüßt das Engagement der Hochschulangehörigen, ob Mitarbeiterinnen bzw. Mitarbeiter oder Studierende, in den sozialen Netzwerken. Bitte geben Sie sich als **authentische Person** zu erkennen und unterscheiden Sie klar, ob Sie als private Person oder im Namen der Hochschule Inhalte veröffentlichen.

Das Web hat ein sehr langes Gedächtnis. Bilder, Meinungen und Informationen können noch Jahre nach ihrer Löschung von Suchmaschinen gefunden werden. Bitte beachten Sie dies bei jeder Veröffentlichung und machen Sie deutlich, ob es ihre Meinung, Fakten oder andere Quellen sind (Verlinkung zur Quelle angeben).

Die verwendeten Bilder sollen authentisch sein, verwenden Sie daher keine Bilder von Bildagenturen (sogenannte stock-Fotos).

Bei der Verwendung von Bildern mit **Personen** sind im Bedarfsfall entsprechende **Einverständniserklärungen** von allen Abgebildeten einzuholen, bei der Darstellung von Minderjährigen müssen die Erziehungsberechtigten ihre schriftliche Zustimmung geben. Diese Nachweise müssen sorgfältig archiviert werden. Nutzen Sie hierfür unsere vorbereiteten Formulare.

Das Web und die sozialen Netzwerke sind kein rechtsfreier Raum. Vergewissern Sie sich, dass Sie die Nutzungsrechte an Bildern, Fotos oder Videos haben, bevor Sie diese veröffentlichen.

Ein respektvoller, offener und freundlicher Umgang sollte auch in sozialen Netzwerken selbstverständlich sein. Beleidigungen, Diskriminierungen und rechtswidrige Inhalte sollten Sie als Kanalbesitzer sofort löschen, den Verstoß an das jeweilige Netzwerk melden und den Autor von der Nutzung ihres Kanals ausschließen.

Bitte informieren Sie uns, die Pressestelle, wenn Sie im Internet auf positive oder negative Beiträge über die Hochschule Wismar stoßen.

## Impressum/Datenschutz

Stellen Sie in Informationstexten den Bezug zur Hochschule deutlich her. In Deutschland sind ein **Impressum und Datenschutzhinweise** für alle Social-Media-Accounts/-Kanäle **Pflicht**. Diese sollen als Link zur bestehenden Impressum/Datenschutz-Seite des zentralen Webauftritts der Hochschule ausgeführt werden. Da die Inhalte hier oft Änderungen unterliegen, erfolgt so die Änderung rechtssicher an zentraler Stelle.

## Empfehlungen für dienstliche Aktivitäten

Die Nutzung sozialer Netzwerke ist während der Arbeitszeit nur für dienstliche Aktivitäten vorgesehen. Vor der Einrichtung einer Seite in einem sozialen Netzwerk prüfen Sie bitte, ob die Inhalte nicht auf einer offiziellen Präsenz der Hochschule im Web veröffentlicht werden können, damit den Nutzern die Orientierung erleichtert und Doppelung von Inhalten wird.

Sollten Sie sich dennoch für eine eigene Präsenz entscheiden, setzen Sie sich mit den Nutzungsbedingungen auseinander und definieren Sie Ihre Ziele klar. Dazu gehört auch die Benennung von Administratoren, denn ein Auftritt (z.B. bei Facebook) hat nur Sinn, wenn er regelmäßig moderiert wird (Abwesenheitsvertretung etc.). Geben Sie sich als Mitarbeiterin/Mitarbeiter der Hochschule zu erkennen und legen Sie einen Dienstaccount an. Kommentieren und schreiben Sie Beiträge unter Ihrem echten Namen bzw. Namen der Einrichtung, für die Sie tätig sind. Informieren Sie sich über die Nutzungsbedingungen und Richtlinien.

Gestalten Sie deshalb Beiträge/Posts so, dass darauf reagiert werden kann. Bleiben Sie in Ihren Äußerungen neutral und sachlich. Kritische Kommentare sollten weder ignoriert noch gelöscht, sondern akzeptiert und richtig gestellt werden. Eine Reaktion auf Beiträge sollte immer innerhalb von 24 Stunden erfolgen. Diskriminierungen und rechtswidriges Verhalten bedürfen besonderer Handlungen bis zum Löschen und dem Ausschluss des Nutzers.

Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse dürfen selbstverständlich auch im Web nicht veröffentlicht werden. Namen und Fotos von Kolleginnen und Kollegen dürfen Sie nur veröffentlichen, wenn diese zugestimmt haben.

Bitte informieren Sie die Pressestelle der Hochschule Wismar **vor der Einrichtung eines Accounts** bzw. eines Kanals in den sozialen Medien. Wir helfen Ihnen gern bei der Umsetzung und Koordination.

## Facebook



Facebook dient der Kommunikation mit den Zielgruppen. Facebook unterscheidet zwischen einem Profil für eine Person, einer Seite für ein „Unternehmen, Organisation oder Institution“ und einer Gruppe. Bitte beachten Sie dies bei der Einrichtung eines Auftritts. Für die Nutzung und Einrichtung brauchen Sie immer einen Facebook-Account. Dienstlichen Aktivitäten sollten Sie nur von einem Dienst-Account aus nachgehen. Dieser darf aus Datenschutzgründen keine Freunde haben. Bitte informieren Sie die Webredaktion vor der Einrichtung einer neuen Seite. Wir beraten Sie gern.

Die Facebook-Seite der Hochschule Wismar können Sie am besten durch die Aktionen „Gefällt mir“, das „Teilen“ von Beiträgen oder Kommentare unterstützen.

<https://www.facebook.com/HochschuleWismar/>

## Youtube



Der zentrale Youtube-Kanal der Hochschule präsentiert Videos für die interne und externe Kommunikation. Für die Einbindung auf der Homepage wird generell die Einbettung eines auf unserem Kanal hochgeladenen Videos empfohlen.

Bitte versehen Sie die Videos immer mit einer aussagekräftigen Überschrift, einer Beschreibung, suchmaschinenrelevanten Tags und einem Link zur Webseite der Hochschule

<https://www.youtube.com/HSPRE>

## Twitter



Der Twitter-Account dient der Information über offizielle Anlässe, Neuigkeiten und Aktivitäten an der Hochschule. Dafür stehen maximal 280 Zeichen zur Verfügung. Nehmen Sie Kontakt mit uns auf, um Ihre Themen auf dem zentralen Twitter-Account der Hochschule zu kommunizieren.

<https://twitter.com/hswismarpresse>

## Instagram



Die Online-Plattform Instagram spricht vor allem die jungen Nutzer (14 bis 29 Jahre) an. Die Informationen zu relevanten Themen sollten die Zielgruppe ansprechen und eher kurz gehalten sein. Damit die Posts gefunden werden, sollten sie mit hashtags versehen werden und entsprechende Schlagworte enthalten. Links zur Hochschuleseite sollten selbstverständlich sein. Den Instagram-Account der Hochschule Wismar können Sie am besten durch die Aktionen „Folgen“, „Gefällt mir“ von Beiträgen oder Kommentare unterstützen.

[https://www.instagram.com/hochschule\\_wismar/](https://www.instagram.com/hochschule_wismar/)

## WhatsApp



Der WhatsApp-Account der Hochschule steht unter der Rufnummer **0176-17532942** für alle Informationen rund um die Studienberatung zur Verfügung. Er wird von Dezernat II betreut.

## Empfehlungen für private Aktivitäten

Als Privatperson sind Sie zu einem gewissen Maß ebenfalls Botschafter der Hochschule. Auch wenn Sie nicht unter dem Namen der Hochschule, sondern unter Ihrem eigenen, agieren, sollten Sie sich einer angemessenen Kommunikationskultur bedienen. Veröffentlichen Sie keine privaten Daten (Adresse, Telefonnummer, E-Mail), weder von sich selbst, noch von anderen Personen, außer im Impressum der eigenen Webseite. Über die jeweiligen Privatsphäre-Einstellungen können Sie bestimmte Daten schützen.

Das Logo der Hochschule Wismar sowie Logovarianten dürfen nicht auf privaten Webseiten oder Accounts verwendet werden. Einen Link zur Webseite der Hochschule Wismar können Sie gern setzen.

## Aktualisierung

Die Sozialen Netzwerke entwickeln sich ständig weiter, deshalb wird auch dieser Leitfaden für Soziale Medien Aktualisierungen benötigen. Wir freuen uns auf Ihre Vorschläge. Bei Fragen können Sie sich jederzeit gerne an die Pressestelle bzw. Webredaktion der Hochschule Wismar wenden.