



SOCIAL-MEDIA-GUIDELINES

FÜR DIE ZENTRALEN UND DEZENTRALEN SOCIAL-MEDIA-AUFTRITTE DER HMDK STUTTGART

Inhalt

1. Geltungsbereich	1
2. Grundsätzliche Hinweise	2
3. Hochschulinterne Richtlinien	2
4. Geltendes Recht	3
4.1. Relevante Gesetzestexte und Rechtsgebiete	3
5. Kritische Kommentare, Hasspostings, Shitstorm: Was tun, wenn es brennt?	4

1. GELTUNGSBEREICH

Die Social-Media-Guidelines gelten für die zentralen und dezentralen Social-Media-Auftritte der Hochschule für Musik und Darstellende Kunst Stuttgart (HMDK). Als zentrale Social-Media-Auftritte werden die offiziellen Accounts der Hochschulkommunikation verstanden; als dezentrale Social-Media-Auftritte dagegen die Accounts der Studiengänge, Einrichtungen, Fakultäten und Institute sowie diejenigen von studentischen Initiativen und Hochschulprojekten.

Prinzipiell können dezentrale Social-Media-Auftritte selbständig eingerichtet und gepflegt werden, solange die Social-Media-Guidelines beachtet werden. Für alle anderen Accounts ist, soweit Inhalte im HMDK-Kontext veröffentlicht werden, im Profil sowie im Impressum deutlich zu machen, dass es sich um private Accounts handelt, die nicht für die HMDK sprechen.

Die HMDK Stuttgart nutzt v.a. Facebook, Instagram und YouTube, um in den Austausch mit Studierenden, Mitarbeitenden, Lehrenden, Ehemaligen, Studieninteressierten, Medienvertreter*innen und der allgemeinen Öffentlichkeit sowie weiteren Multiplikator*innen zu treten.

Die HMDK Stuttgart gibt Guidelines für die Social-Media-Nutzung an die Hand, um sicherzustellen, dass gesetzliche Vorgaben eingehalten werden. Die Guidelines sollen zudem den erfolgreichen Einstieg in die sozialen Netzwerke erleichtern und helfen, ein Bewusstsein für mögliche Risiken, Fehler oder Missgeschicke bei der Social-Media-Kommunikation zu entwickeln. Auch Privatpersonen agieren im Netz als „Botschafter*in“ der HMDK Stuttgart.

2. GRUNDSÄTZLICHE HINWEISE

Verknüpfen Sie Ihren Social-Media-Auftritt mit anderen Social-Media-Auftritten der Hochschule („ liken“, „ folgen“, zu Favoriten hinzufügen), insbesondere mit den zentralen Auftritten der HMDK (Facebook: @hmdkstuttgart, Instagram: @hmdk_stuttgart, YouTube: Staatliche Hochschule für Musik und Darstellende Kunst Stuttgart).

Beachten Sie bei eigenen Posts, aber auch bei der Veröffentlichung und der Verbreitung fremder Inhalte – dem „Sharing“ – das Urheberrecht. Bei der Veröffentlichung von Fotos oder Videos, auf denen Personen zu sehen sind, gilt das Recht am eigenen Bild. Mehr Informationen dazu finden Sie im Abschnitt „Geltendes Recht“.

Veröffentlichungen von Prüfungsdaten, Äußerungen zu Studierendenleistungen, vorsätzlich geschäftsschädigenden oder den Ruf der Hochschule schädigenden Äußerungen, Drohungen, Diskriminierungen und Beleidigungen sind selbstverständlich tabu.

Bei zentralen ebenso wie bei dezentralen Accounts ist im Profil die HMDK Stuttgart zu nennen und auf das Impressum der Website www.hmdk-stuttgart.de zu verlinken.

3. HOCHSCHULINTERNE RICHTLINIEN

Bei der Einrichtung und Betreuung eines Social-Media-Auftritts müssen die von der Hochschule vorgegebenen Richtlinien beachtet werden. Sie dienen dem Zweck, Konflikte zu vermeiden, Krisen vorzubeugen und Synergien innerhalb der Hochschule zu nutzen.

- Zentrale Social-Media-Auftritte werden von den Kolleginnen und Kollegen des Künstlerischen Betriebsbüro/Pressestelle (Instagram: Katrin Klappert, katrin.klappert@hmdk-stuttgart.de; Facebook: Jörg Schmidt, joerg.schmidt@hmdk-stuttgart.de; YouTube: Arne Morgner, arne.morgner@hmdk-stuttgart.de) betreut und inhaltlich verantwortet.
- Für die inhaltliche Pflege dezentraler Social-Media-Auftritte sind die dezentralen Einrichtungen bzw. Personen selbst verantwortlich. Nach Möglichkeit soll die Einrichtung dezentraler Accounts in Abstimmung mit dem jeweiligen Institut, der Studiengangsleitung usw. erfolgen.
- Bitte informieren Sie die Hochschulkommunikation (Jörg Schmidt) über das Bestehen bzw. die Einrichtung eines Accounts sowie die verantwortlichen Redakteur*innen/Administrator*innen. Hilfreich ist es, wenn Sie sich bereits im Vorfeld mit den Kolleg*innen der Hochschulkommunikation abstimmen, um mögliche Synergien sowie die Verwendung von Wording, Verwendung von Logos, Designelementen usw. zu klären.
- Es wird empfohlen, dass mehrere Beschäftigte über die Administrationsrechte oder Login-Daten verfügen, damit eine Abwesenheitsvertretung gewährleistet ist. Dies ist besonders wichtig für etwaige Krisenfälle.
- Beim Ausscheiden aus dem Dienstverhältnis oder aus dem Studium besteht die Verpflichtung, die Administrationsrechte abzugeben.



- Wenn Sie Social Media privat nutzen, achten Sie auf Ihre Privatsphäre und Ihre Loyalitätspflicht gegenüber Ihrem Arbeitgeber/Ihrer Hochschule. Machen Sie kenntlich, dass es sich um private Äußerungen handelt, falls Sie sich zu Hochschulthemen äußern.
- Veröffentlicht werden sollen grundsätzlich Informationen, Medien, Termine usw., die in direktem Bezug zur HMDK bzw. ihren Mitgliedern stehen. Ankündigungen z.B. von Konzerten anderer Veranstalter sind dann unproblematisch, wenn auf die Mitwirkung von HMDK-Studierenden, Lehrenden usw. aufmerksam gemacht wird.

4. GELTENDES RECHT

Social Media ist kein rechtsfreier Raum. Gerade im Zusammenhang mit Fotos, Videos und Kommentaren sollte man mit den entsprechenden rechtlichen Regelungen vertraut sein. Verstöße gegen das Urheberrecht können teuer werden, Posts und Kommentare mit beleidigenden, verleumderischen, verfassungsfeindlichen, rassistischen, sexistischen, gewaltverherrlichenden oder pornografischen Inhalten können disziplinarrechtliche, arbeitsvertragliche und strafrechtliche Folgen nach sich ziehen.

4.1. RELEVANTE GESETZESTEXTE UND RECHTSGEBIETE

- Das **Telemediengesetz (TMG)** enthält Angaben zur Impressumspflicht, zur Haftung des Inhabers/der Inhaberin des jeweiligen Social-Media-Auftritts und zum Datenschutz. Bitte verlinken Sie im Profil auch dezentraler Accounts das Impressum der HMDK-Website.
- Das **Äußerungsrecht** regelt die Zulässigkeit von (öffentlichen) Äußerungen. Die Meinungsfreiheit aus Art. 5 Grundgesetz (GG) reicht sehr weit. Unzulässig sind unwahre Tatsachenbehauptungen, Beleidigungen und Schmähkritik.
- Die **Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO)**, das **Bundesdatenschutzgesetz (BDSG)**, das **Landesdatenschutzgesetz (LD SG)** u.a. enthalten Regelungen zur Erhebung, Speicherung und Verarbeitung personenbezogener Daten.
- Das **Kunsturhebergesetz (KunstUrhG)** enthält 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. Bitte nutzen Sie, um diese einzuholen, die Vorlage der Hochschulkommunikation (Jörg Schmidt).
- 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 sind hier Verschwiegenheitspflicht/Dienstgeheimnis und die Loyalitätspflicht zu nennen.
- Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, Nutzungsbedingungen und Richtlinien der Anbieter des gewählten Social-Media-Angebots müssen stets beachtet werden



5. KRITISCHE KOMMENTARE, HASSPOSTINGS, SHITSTORM: WAS TUN, WENN ES BRENNT?

Auch wenn die Interaktion mit den Usern den besonderen Reiz von Social Media ausmacht, kann sie zu kritischen Situationen führen. Als erste Orientierung können Sie sich an folgende Guidelines halten:

- **Empfehlung:** Vor dem Löschen eines Beitrags einen Screenshot machen, damit das Vorgehen belegt werden kann.
- Rechtswidrige Inhalte (z.B. Verstöße gegen das Urheberrecht, das Recht am eigenen Bild oder Beleidigungen) sollten sofort gelöscht werden. Der/die Inhaber*in des Accounts kann für rechtswidrige Inhalte, die andere dort veröffentlichen, haftbar gemacht werden, wenn er/sie diese nach einer nachweislichen Kenntnisnahme 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/der Inhaber*in eines Social-Media-Auftritts eine Rechtsverletzung, so erlangt dieser Kenntnis. Die Rechtsverletzung sollte dann nach dem sogenannten „Notice-and-Takedown“-Grundsatz schnellstmöglich gelöscht werden.
- Werbung und unseriöse Aufrufe sollten ebenfalls sofort gelöscht werden. Je nach Einzelfall kann es sinnvoll sein, dem/der Verfasser*in den Grund für das Löschen mitzuteilen, um Wiederholungen vorzubeugen.
- Auf Provokationen, Anschuldigungen oder Beleidigungen sollte zunächst am besten mit dem Entzug von Aufmerksamkeit reagiert werden.
- Kritische Beiträge bitte nicht löschen, sondern bei Bedarf sachlich beantworten oder unkommentiert stehen lassen.
- Missverständnisse sollten möglichst schnell aufgeklärt werden.
- Bitte nicht zögern, inhaltliche Fehler zuzugeben und zu korrigieren.

Quelle: Die Social-Media-Guidelines orientieren sich an der entsprechenden Richtlinie des Bundesverbands Hochschulkommunikation, www.bundesverband-hochschulkommunikation.de.

