



# Social-Media-Policy der Universität Hamburg

Version 1.00 (Stand: 07.12.2017)

## 0 Präambel

Gemäß HmbHG vertritt der Präsident die Universität nach außen. Diese Aufgabe schließt ein, die Art und Weise festzulegen, in der die Universität Hamburg nach außen kommuniziert, und die Einhaltung der einschlägigen Gesetze sicherzustellen.

Ziel des Einsatzes von Social Media ist es, mit Menschen, die sich für die Universität Hamburg interessieren, in einen Dialog zu treten.

## 1 Allgemeines

Die im Folgenden aufgeführten Bestimmungen werden durch die praktischen Hinweise im Social-Media-Leitfaden ergänzt.

### 1.1 Geltungsbereich

Die Social-Media-Policy gilt grundsätzlich für alle Einrichtungen und Mitglieder der Universität, die Accounts für Einrichtungen der Universität betreiben.

Die Policy betrifft nicht die private Nutzung von Social Media von Mitgliedern der Universität.

Die Policy legt die Zuständigkeiten fest und regelt den Umgang mit den verschiedenen Social-Media-Kanälen (bspw. Facebook, Twitter, Instagram, YouTube), auf denen die Universität aktiv ist.

### 1.2 Verbindlichkeit

Die Einhaltung der folgenden Vereinbarungen der Social-Media-Policy ist für alle Einrichtungen der Universität verbindlich.

## 2 Berechtigung zum Aufsetzen eigener Social-Media-Kanäle

Jede Einrichtung der Universität darf einen Social-Media-Kanal betreiben, wenn die Zustimmung der Leitung der Einrichtung vorliegt. Für Einrichtungen einer Fakultät ist die Zustimmung des Dekans/der Dekanin erforderlich, für zentrale Organisationseinheiten (§92a HmbHG) sowie Betriebseinheiten (§ 93HmbHG) die Zustimmung der Leiter/in dieser Einrichtung, für Auftritte der Präsidialverwaltung die des Präsidenten.



Der Präsident behält sich das Recht vor, den Betrieb eines Social-Media-Kanals im Rahmen seines Direktionsrechts zu untersagen, sofern der Betrieb des Kanals nicht gemäß den in dieser Policy festgelegten Regelungen erfolgt.

### 3 Zuständigkeiten, Rollen, Verantwortlichkeiten

Im Rahmen seiner Gesamtverantwortung für die Außendarstellung der Universität und folglich auch für ihr Auftreten in den Social Media delegiert der Präsident Verantwortlichkeiten an folgende Bereiche:

- Inhaltliche Pflege und Monitoring der zentralen Social-Media-Kanäle, die die Universität insgesamt repräsentieren: Abteilung 2, Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit
- Inhaltliche Pflege und Monitoring der dezentralen Social-Media-Kanäle: festgelegte und den verantwortlichen Leitungen und Abteilung 2 bekannte Personen (vgl. 3.1.).
- Verantwortlich im Sinne des § 5 TMG und § 55 Abs. 2 RStV: Für Kanäle, die Organisationseinheiten der Präsidialverwaltung repräsentieren, das ressortzuständige Präsidiumsmitglied/ der Präsident; für einer Fakultät zugehörige Einrichtungen der Dekan/die Dekanin; für zentrale Organisationseinheiten und Betriebseinheiten die jeweiligen Leitungen

#### 3.1

Abteilung 2 ist vorab über das Einrichten eines neuen Accounts zu informieren.

Für jeden dezentralen Social-Media-Kanal muss Abteilung 2 eine Person und eine Vertretung benannt werden, die für die Moderation des Social-Media-Accounts verantwortlich ist (Admin<sup>1</sup>). Beide Admins verfügen über die gleichen Rechte und technischen Möglichkeiten. Dazu gehört auch das Recht, den Account zu deaktivieren.

Bei Ausscheiden einer Person muss diese (spätestens innerhalb einer Woche) als Admin des Accounts gelöscht und eine neue Person gegenüber Abteilung 2 benannt werden.

Abteilung 2 berät auf Wunsch alle Einrichtungen der Universität Hamburg beim Aufsetzen neuer Social-Media-Kanäle/Formate.

#### 3.2

Im Rahmen jedes Social-Media-Kanals muss ein Impressum eingebunden werden (1-Klick-Regel). Die bzw. der Verantwortliche muss im Impressum ausgewiesen werden.

---

1 Unter Admin sind Personen zu verstehen, die weitere Personen als Moderatoren oder Admins hinzufügen und ggf. den Account deaktivieren können.



### 3.3

Jede bzw. jeder als verantwortliche/r Benannte (Admin) eines Social-Media-Kanals ist verpflichtet, ihre bzw. seine Social-Media-Kanäle regelmäßig (mind. einmal pro Werktag) zu kontrollieren (Kommentare und Nachrichten zu lesen und zu beantworten, ggf. zu löschen sowie Inhalte zu posten).

Kann sie bzw. er dieser Aufgabe langfristig nicht angemessen nachkommen, ist sie bzw. er verpflichtet, den Account wieder zu schließen bzw. zu löschen und die Abteilung 2 darüber zu informieren

### 3.4

Jeder Verantwortliche ist dazu verpflichtet, dafür zu sorgen, dass von Seiten der UHH keine ehrverletzenden oder beleidigenden Inhalte gepostet werden.

Werbung, ehrverletzende oder beleidigende Inhalte müssen umgehend entfernt werden; dazu gehören insbesondere Kommentare oder Posts, deren Inhalt

- rechtswidrig,
- pornografisch,
- extremistisch,
- rassistisch,
- beleidigend,
- ruf- oder geschäftsschädigend sind oder
- zu einer Straftat auffordern.

## 4 Fristen

Diese Regelungen treten am 01.01.2018 in Kraft und gelten für alle Social-Media-Kanäle. Auch bereits bestehende Social Media-Kanäle müssen entsprechend dieser Regelungen geführt werden.