

Empfehlungen zur Erstellung von Social-Media-Accounts

Die Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg (FAU) hat auf verschiedenen Social-Media-Plattformen, beispielsweise Facebook und Instagram, zentrale offizielle Accounts. Eine Übersicht der zentralen FAU-Kanäle finden Sie unter www.fau.info/social-media. Verantwortlich für die Redaktion und damit für die zentrale Außenkommunikation der FAU ist die Abteilung M – Marketing und Kommunikation. Einzelne Einrichtungen der FAU können jedoch eigene Auftritte einrichten. Zur Hilfestellung hat die Abteilung M diese Empfehlungen erstellt. Bei Unklarheiten oder Fragen können Sie sich jederzeit an uns – die Abteilung M – wenden, wir helfen Ihnen gerne weiter: socialmedia@fau.de

Empfehlungen für die dienstliche Nutzung von den Social Media finden Sie unter: www.fau.info/social-media-guidelines.

Rechtliche Grundlagen klären

Ob und welche Social-Media-Plattformen genutzt werden, entscheidet die Leiterin/der Leiter der jeweiligen Einrichtung. Sie/er ist für die Inhalte der jeweiligen Seite verantwortlich. Für die Betreuung der Seite wird empfohlen, mindestens zwei Administratorinnen/Administratoren zu benennen, damit die Urlaubs-/Abwesenheitsvertretung geregelt ist (besonders wichtig für etwaige Krisenfälle) und Gegenmaßnahmen ergriffen werden können, sollte ein Account einer Administratorin/ eines Administrators gehackt werden. Die Zugangsdaten sollten zudem an einem sicheren Ort der Einrichtung hinterlegt sein. Für den Fall des Ausscheidens einer Administratorin/eines Administrators aus der FAU sollte die Übergabe des Accounts geregelt werden.

Informieren Sie sich im Vorfeld über die Geschäftsbedingungen der jeweiligen Plattform. Dort steht u.a. auch, was zu beachten ist im Umgang mit Fotos, Werbung oder Gewinnspielen, insbesondere in Bezug auf Datenschutz für Nutzer. Facebook beispielsweise fordert, dass jeder Seitenbetreiber über ein persönliches Profil verfügt, das unter dem eigenen Namen geführt werden muss (Klarnamenpflicht). Informieren Sie sich regelmäßig über mögliche Änderungen in den AGBs. Sollten Sie datenschutzrechtliche Fragen haben, können Sie sich gerne an den Datenschutzbeauftragten der FAU wenden (datenschutzbeauftragter@fau.de).

Auf den Seiten sollte klar erkennbar sein, um welche Institution es sich handelt und dass sie zur FAU gehört. Die Benutzung des zentralen FAU-Logos bleibt den zentralen FAU-Accounts vorbehalten.

Social-Media-Plugins dürfen auf Universitätswebseiten nicht verwendet werden, da sie ggf. ungefragt Daten sammeln und somit gegen die Datenschutzverbindungen verstoßen. Das Einbinden ist allenfalls in der sogenannten „2-Klick-Lösung“ zulässig. Bei Fragen dazu helfen wir Ihnen gerne weiter, schreiben Sie uns einfach eine Mail an socialmedia@fau.de

Impressumspflicht

Alle geschäftlichen Social-Media-Seiten benötigen ein Impressum. Dieses muss innerhalb von höchstens zwei Klicks von der Startseite erreichbar sein. Facebook hat inzwischen ein Impressums-Feld eingefügt, bei anderen Social-Media-Angeboten sollte ein Link an prominenter Stelle (meistens der Beschreibung) eingefügt werden. Bitte beachten Sie, dass die Seiten auf den verschiedenen Geräten (ob Desktop oder Smartphone) unterschiedlich angezeigt werden, das Impressum dementsprechend unterschiedlich zu erreichen ist. Ein Link auf ein bestehendes Impressum Ihrer Internetseite reicht aus. Bitte vergessen Sie nicht eine Person als verantwortlich für den redaktionellen Inhalt anzugeben (§ 55 Abs.2 des Rundfunkstaatsvertrages).

Des Weiteren empfiehlt es sich, eine Netiquette zu erstellen, in der Sie das von Ihnen gewünschte Benehmen der Nutzer auf Ihrer Seite, den Umgang mit Werbung sowie die Konsequenzen bei strafrechtlichen Äußerungen erklären. Ein Beispiel für eine Netiquette finden Sie hier: <https://www.facebook.com/Uni.Erlangen.Nuernberg/app/322292507855534>.

Ziele setzen

Um einen Social-Media-Kanal erfolgreich betreiben zu können, ist es wichtig, zu wissen, was das Ziel ist: Setzen Sie im Vorhinein fest, was Sie erreichen und wen Sie ansprechen wollen (beispielsweise Studierende, Studieninteressierte, allgemeine Öffentlichkeit). Auf die Zielgruppe sollten die Inhalte zugeschnitten werden. Überlegen Sie, ob die Social Media den richtigen Kanal bieten, um ihr Ziel zu erreichen. Des Weiteren dürfen Social-Media-Accounts nicht als alleiniger Informationskanal dienen. Die Plattformen sind Angebote kommerzieller Firmen, nicht jeder nutzt die Social Media. Um zu garantieren, dass jeder auf die Informationen zugreifen kann, müssen Inhalte daher auf eigenen Webseiten auffindbar sein.

Kapazität, Kontinuität und Qualität

Stellen Sie sicher, dass Sie ausreichende Kapazitäten haben, um die Social-Media-Aktivitäten zu betreuen. Die beauftragten Mitarbeiter sollten genug Arbeitszeit zur Verfügung haben, um interessante und relevante Inhalte zu erstellen, auf Fragen zu antworten und in Krisenfällen zu reagieren. Denn Social-Media-Plattformen leben von kontinuierlicher Betreuung. Auch wenn Inhalte nicht täglich gepostet werden müssen, ist ein tägliches Monitoring der Seite erforderlich. Aktualität ist eines der wichtigsten Kriterien in den Social Media: Um erfolgreich zu sein, reicht es nicht aus, die Plattformen „nebenher“ zu bedienen.

Kommunizieren Sie

Social Media laden zu Austausch und Diskussionen in Echtzeit ein – das ist ihr großer Vorteil. Nutzen Sie diese Chance und interagieren Sie mit den Nutzern. Antworten Sie zeitnah auf Fragen und gehen Sie auf Kritik ein. Wahren Sie dabei den richtigen Ton: Bleiben Sie stets respektvoll und höflich, passen Sie sich mit ihrem Kommunikationsstil aber der Zielgruppe an.

Vernetzen Sie sich

Teilen Sie der Abteilung M mit, dass Sie einen Account eröffnet haben, und vernetzen Sie sich – sofern vorhanden – mit dem zentralen FAU-Auftritt der jeweiligen Plattform. Auf diese Weise lassen sich der Austausch untereinander und damit auch die Bekanntheit der Seiten erhöhen.