

## Empfehlungen für die Einrichtung und Pflege eines Social-Media-Auftritts für dezentrale Stellen an der TU Berlin

Social-Media-Auftritte können unkompliziert und schnell eingerichtet werden, bedürfen jedoch einer nachhaltigen und konzentrierten Pflege, um die gewünschte Resonanz zu erzeugen. Die folgenden Empfehlungen sollen TU-Beschäftigten vor der Einrichtung eines Social-Media-Auftritts bei der Entscheidung für oder gegen einen solchen Auftritt helfen und bereits aktiven Kanal-Verantwortlichen Unsicherheiten bei der Organisation und der inhaltlichen Ausgestaltung nehmen.

### Entwickeln Sie ein strategisches Konzept auf Basis der folgenden Fragen:

1. **Ziele:** Was möchte ich mit einem Social-Media-Auftritt erreichen?
2. **Zielgruppen:** Wen möchte ich erreichen?
3. **Inhalte:** Welche Themen möchte ich verbreiten?
4. **Plattformen:** Twitter, Instagram oder ...? Informieren Sie sich über die Funktionsweisen der unterschiedlichen Kanäle
5. **Zeit:** Welchen zeitlichen Aufwand bringt die kontinuierliche Pflege eines Social-Media-Auftritts mit sich, kann dies geleistet werden?
6. **Genauigkeit:** Prüfen Sie die Angaben auf Ihrem Kanal (Selbstdarstellung, Netiquette, Impressum (!), Rechtskonformität, u.a. Urheberrecht bei Bild- und Videomaterial)
7. **Interne Organisation:** Wer ist für wofür zuständig, müssen Inhalte (auch Antworten auf Kommentare, Nachrichten) freigegeben werden? Gibt es ein Vier-Augen-Prinzip und eine\*n Vertreter\*in? Kann ich gewährleisten, dass es einen Medienpool (Foto und/oder Video) gibt, auf den ich zurückgreifen kann?

### Tipps und Hinweise:

- Erstellen Sie einen beispielhaften Redaktionsplan für mehrere Wochen, der auch Freiraum für tagesaktuelle Inhalte, aber vor allem Regelmäßigkeit bietet. Planen Sie dabei auch das aktive Community Management ein, das Social-Media-Auftritte lebendig macht.
- Vernetzen Sie sich mit zentralen und dezentralen Social-Media-Auftritten der TU Berlin und nutzen Sie die Möglichkeit, sich gegenseitig zu taggen und interessante Inhalte zu teilen.
- Nehmen Sie Kontakt zum Social-Media-Team der TU Berlin auf, um sich grundsätzlich, aber auch bei kritischen Dynamiken (Hass-Postings und -Kommentare, Shitstorm) beraten zu lassen. Neben inhaltlichen Fragen können Sie auch die Rechte zur Nutzung des Logos oder der Marke der TU Berlin klären.
- Haben Sie Zweifel, ob ein Social-Media-Auftritt das Richtige für die öffentlichkeitswirksame Darstellung Ihrer Inhalte ist? Prüfen Sie, ob es auch alternative Wege gibt, Ihre geplanten Inhalte zu veröffentlichen, beispielsweise über die eigene Website oder zentrale Social-Media-Auftritte der TU Berlin, Pressemitteilungen, Flyer oder Plakate.

Als Service erhalten Sie im Folgenden eine Vorlage für eine Netiquette, die Verhaltensregeln für einen Social-Media-Auftritt festlegt. Diese Netiquette ist angelehnt an eine Vorlage aus den [Social-Media-Guidelines des Bundesverbands Hochschulkommunikation](#).

## Netiquette (Verhaltensregeln)

Dieser Social-Media-Auftritt der TU Berlin soll die direkte Kommunikation mit den Usern ermöglichen und lebt von Eurer Beteiligung. Dabei legen wir Wert auf ein respektvolles und freundliches Miteinander. Folgende Verhaltensregeln sehen wir als Grundlage der Kommunikation:

- Unser Umgangston ist sachlich, höflich und respektvoll.
- Wir lassen uns nicht herausfordern: Beleidigungen, Beschimpfungen und Provokationen unsererseits finden nicht statt.
- Aber: Beiträge, die diskriminierend, verfassungsfeindlich, demagogisch, rechtswidrig, pornografisch, extremistisch, rassistisch, vulgär, verunglimpfend oder auf andere Art und Weise unangemessen sind, löschen wir unkommentiert.
- Werbung, Spam und kommerzielle Inhalte Dritter löschen wir ebenfalls unkommentiert.
- Kommentare zu einem Post, Tweet usw. sollten sich stets inhaltlich auf diesen beziehen. Themenfremde Beiträge sind an dieser Stelle ärgerlich und unerwünscht.
- Wir achten auf den Datenschutz: Vertrauliche Inhalte wie Adressen, Telefonnummern, Matrikelnummern werden auf unserem Social-Media-Auftritt zu keiner Zeit veröffentlicht.
- Wir achten auf die allgemeinen Standards und Nutzungsbedingungen des jeweiligen Social-Media-Angebots.
- Als Beschäftigte der TU Berlin erteilen wir Auskünfte über den Social-Media-Auftritt nach besten Wissen und Gewissen, diese sind jedoch nicht rechtsverbindlich.
- Wenn wir als Beschäftigte der TU Berlin in den sozialen Medien agieren, sind wir zu Loyalität gegenüber unserem Arbeitgeber angehalten.
- 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 Usern.