

Beschluss der Universitätsleitung, 09.07.2012 (TOP 4a)

**Anlage:**

## **Richtlinien für die Beteiligung der Universität Passau an Social-Media-Plattformen**

Die Universität Passau steht den Kommunikationsmöglichkeiten, die sich durch Social-Media-Plattformen ergeben, offen gegenüber. Aufgrund der kommerziellen Ausrichtung der Betreiberunternehmen von Social-Media-Plattformen ist es jedoch angeraten, sich vorab über die Möglichkeiten und Risiken der beruflichen Nutzung solcher Angebote zu informieren. Beschäftigte und offizielle Gremien der Universität, die sich in dienstlichen Angelegenheiten an Social-Media-Plattformen beteiligen, müssen sich daher im Klaren sein, dass sie die Rolle einer Kommunikatorin bzw. eines Kommunikators für die Universität übernehmen, die sie in dieser Funktion auch nach außen hin repräsentieren. Sie sind daher verpflichtet, die geltenden Rechtsvorschriften sowie die unten genannten Richtlinien zu beachten und einzuhalten. Zur Veranschaulichung dienen im Folgenden exemplarische Anwendungsbeispiele.

### **1. Richtlinien**

- a) Primäre Informationsquelle für alle Universitätsangelegenheiten im Internet ist der offizielle Webauftritt der Universität. Universitäre Informationsangebote auf Social-Media-Plattformen dürfen nur ergänzend erfolgen: Es muss sichergestellt sein, dass das Informationsangebot der jeweiligen Organisationseinheit der Universität grundsätzlich immer auch aktuell auf den offiziellen Webseiten der Universität vorgehalten wird. Universitätsangehörige und interessierte Dritte dürfen nicht indirekt gezwungen werden, Mitglied bei einer Social-Media-Plattform zu werden, um an den vollständigen Informationsbestand zu gelangen. Die Nutzung von Social-Media-Angeboten erfolgt ausschließlich auf freiwilliger Basis.
- b) Beschäftigten und offiziellen Gremien der Universität ist es untersagt, Inhalte bzw. Material jeder Art – Texte, Fotos, Video- und Audiomaterial etc. –, das Schutzrechten Dritter unterliegt, auf Social-Media-Plattformen einzustellen, sofern der Rechteinhabende in die konkrete Nutzung nicht schriftlich eingewilligt hat. Im Zweifel ist davon auszugehen, dass eine solche Einwilligung nicht vorliegt. Mit Schutzrechten sind in diesem Fall Urheber-, Urhebernutzungs-, Marken-, Patent-, Gebrauchs- und Geschmacksmusterrechte sowie speziell bei Fotos das Recht am eigenen Bild gemeint. Es wird ausdrücklich darauf hingewiesen, dass die meisten Social-Media-Plattformen eigene Nutzungsbedingungen haben, die für die jeweilige Nutzerin oder den jeweiligen Nutzer bei Registrierung rechtsverbindlich werden. U.a. versuchen die Plattformen, sich mit Hilfe dieser Nutzungsbedingungen umfangreiche Nutzungsrechte einzuräumen.
- c) Aus datenschutzrechtlichen Gründen ist es nicht erlaubt, Social Plugins auf den Webseiten der Universität einzubinden, da diese aktiv Daten an das jeweilige Betreiberunternehmen weiterleiten. Eine einfache Verlinkung auf Social-Media-Plattformen ist allerdings – unter Beachtung der oben genannten Vorgaben – möglich, ebenso wie die Nutzung der Social-Media-Plug-Ins der Universität (siehe <https://www.hilfe.uni-passau.de/typo3-online-hilfe>).

d) In der Infobox des sozialen Netzwerks muss die Datenschutzerklärung der Universität verlinkt werden, wie es zum Beispiel auf der Info-Seite des [zentralen Facebook-Auftritts](#) der Universität Passau umgesetzt ist.

## **2. Anwendungsbeispiele**

### **Informationsangebote:**

Grundlegende Informationen der Universität dürfen nur zusätzlich, aber nicht ausschließlich auf Social-Media-Plattformen wie Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, WhatsApp und co. veröffentlicht werden. Dies betrifft z.B. Informationen zu Prüfungsanmeldungen, Termine von Lehrveranstaltungen sowie weitere studienrelevante Inhalte.

Beschäftigte und offizielle Gremien der Universität haben eine Sorgfaltspflicht im Umgang mit vertraulichen Informationen über die Universität sowie ihrer Organisationseinheiten oder Vertragspartnern und -partnerinnen. Informationen, die der Verschwiegenheitspflicht unterliegen, dürfen nicht kommuniziert werden; persönliche Aussagen von Dritten dürfen nur mit deren Zustimmung veröffentlicht werden. Inhalte, die Rechte Dritter betreffen oder vertragliche Regelungen mit externen Partnern und Partnerinnen berühren – wie z.B. der Geheimhaltung unterliegende Projektdaten –, dürfen nicht veröffentlicht werden, da dies ggf. zu Haftungs- und Unterlassungsansprüchen gegen die Universität führen könnte.

Die Beschäftigten und offiziellen Gremien dürfen keine verleumderischen, beleidigenden oder sonstwie rechtswidrigen etc. Inhalte veröffentlichen. Es gelten diesbezüglich sowohl strafrechtliche als auch arbeitsrechtliche Bestimmungen.

Dienstliche Auftritte von Organisationseinheiten der Universität müssen von Administratoren geführt werden. Das heißt: Wer z.B. ein Facebook-Konto hat oder anlegt, erstellt eine Seite und kein persönliches Konto für seine Organisationseinheit. Als Kontaktadresse muss eine dienstliche E-Mail-Adresse (x.y@uni-passau.de oder einheit@uni-passau.de) angegeben werden. Diese kann auch nachträglich zu einem privaten Account hinzugefügt und als einzige Kontaktadresse öffentlich gemacht werden.

Innerhalb der Seitenadministration können verschiedene Rollen vergeben werden. Diese können beliebig hinzugefügt oder gelöscht werden. Die Administratorrollen können bei Beendigung eines Arbeitsverhältnisses oder Wechsel innerhalb der Universität auf andere Personen übertragen werden.

### **Impressumpflicht:**

Social-Media-Auftritte benötigen ein Impressum. Grundsätzlich müssen dabei folgende Kriterien erfüllt werden: Das Impressum muss einfach erkennbar und eindeutig sowie von jeder Seite des Social-Media-Auftritts aus – auch mit mobilen Apps – mit zwei Klicks erreichbar und ständig verfügbar sein.

Organisationseinheiten der Universität müssen daher z.B. bei Facebook-Auftritten in der Infobox – nicht identisch mit dem „Info“-Link direkt unterhalb dieser Box – direkt auf das zentrale Impressum der Universität verlinken. Die Infobox befindet sich links unterhalb der Kopfzeile, in der Bild und Name der Betreiberin oder des Betreibers des jeweiligen Auftritts hinterlegt sind. Ein Link auf das Impressum unter "Allgemeine Informationen" – über den „Info“-Link direkt unterhalb der Infobox erreichbar – ist nicht ausreichend. Laut Rechtsprechung weist der "Info"-Link für sich allein genommen nicht eindeutig auf ein Impressum hin. Außerdem ist es derzeit nur bei Nennung/Verlinkung des Impressums in der Infobox möglich, dieses auch mit mobilen Apps von jeder Seite des Auftritts aus erreichen zu können.

Ein einfacher Link auf die Website der Universität bzw. der jeweiligen Betreibereinheit des Social-Media-Auftritts ist nicht ausreichend. Das Impressum muss als solches explizit genannt werden und muss direkt auf das zentrale Impressum der Universität verweisen.

Die Universität Passau ist ebenso wie beim Internetauftritt generell Herausgeber. Das zentrale Impressum ist unter <http://www.uni-passau.de/impressum> von jeder offiziellen Seite der Universität Passau aus mit nur einem Klick erreichbar und ständig verfügbar.

Im Social-Media-Auftritt muss eindeutig zum Ausdruck kommen, dass die Betreibereinheit rechtlich der Universität Passau zugeordnet ist. Nur so ist für die Nutzerin oder den Nutzer der Verweis auf das Impressum der Universität Passau verständlich und die Impressumspflicht erfüllt.

### **Schutzrechte:**

Bei der Verwendung des Universitätslogos sowie anderer Logos müssen die Urheber- und Markenrechte beachtet werden. Generell gelten die [Richtlinien des Corporate Designs](#), d.h. das Universitätslogo darf nicht verändert werden. Für alle Fragen zur Verwendung des Logos ist die Abteilung Kommunikation und Marketing zuständig.

Sofern Schutzrechte externer Dritter oder Vertragspartner betroffen sind, d.h. z.B. bei der Verwendung von Firmenlogos, dürfen diese nur nach schriftlicher Freigabe veröffentlicht werden.

Warum muss sich die Universität diesbezüglich absichern? Wer sich z.B. bei Facebook, Twitter, Instagram und Co. als Nutzerin oder Nutzer registriert, muss den Nutzungsbedingungen des Unternehmens unter <http://www.facebook.com/legal/terms> zustimmen. Damit werden Facebook, vereinfacht ausgedrückt, die Nutzungsrechte aller in Facebook eingestellten Inhalte eingeräumt. Inhalte, welche ohne schriftliche Freigabe der Inhaberinnen und Inhaber von Schutzrechten eingestellt werden, können ggf. zu Haftungs- und Unterlassungsansprüchen gegen die Universität führen.

Fotos sowie auch anderes Bildmaterial dürfen nur mit schriftlicher Einwilligung der betroffenen Personen bzw. Rechteinhaber oder -inhaberinnen verbreitet oder veröffentlicht werden. Für eine Veröffentlichung von Bildmaterial – z.B. von Tagungen oder anderen Veranstaltungen – ist es daher erforderlich, möglichst bereits im Vorfeld oder vor Ort mit dem [Formular zur Einräumung eines Veröffentlichungsrechts](#) die Erlaubnis der betroffenen Personen einzuholen. Weitere Informationen zu Urheberrechten stehen unter <http://www.uni-passau.de/index.php?id=3439> zur Verfügung.

### **Datenschutz:**

Generell gilt: Einmal eingestellte Inhalte können sehr lange im Netz verfügbar sein und nur schwer oder gar nicht „zurückgeholt“ werden. Angehörige der Universität sind daher angewiesen, grundsätzlich verantwortungsvoll und respektvoll mit den Daten umzugehen, die sie auf Social-Media-Plattformen veröffentlichen. Weitere Informationen zum Datenschutz finden Sie unter <http://www.uni-passau.de/datenschutz/>.

### **Unzulässige Nutzungen:**

Der Datenschutz greift auch beim Einsatz von Social Plugins, wie z.B. dem „Gefällt-mir“-Button, dem „Activity“-Feed oder der Facebook-Comment-Box. Bei jedem Aufrufen der Seite, auf der diese Social Plugins eingebunden sind, werden diverse Informationen an Facebook übermittelt, darunter die Adresse der besuchten Webseite, Datum und Uhrzeit des Besuchs, der verwendete Browser und das Betriebssystem sowie die IP-Adresse des Nutzers.

Gleichzeitig wird bei jedem Aufruf der Seite ein Cookie gesetzt, das zwei Jahre lang gespeichert bleibt. Auch wenn man beim Besuch der Seite nicht bei Facebook angemeldet bzw. überhaupt nicht bei Facebook registriert ist, kann Facebook auf diese Weise mit Hilfe der hinterlegten Nutzerinformationen die erhobenen Daten einer realen Person zuordnen. Da die Universität Passau darauf keine Eingriffs- und Kontrollmöglichkeiten hat, ist die Verwendung von Social Plugins aller Social-Media-Plattformen auf den Webseiten der Universität aus Datenschutzgründen nicht erlaubt.

Im Fall von Facebook heißt das, dass aktive Inhalte wie der „Gefällt-mir“-Button – auch in der nunmehr angebotenen „Zwei-Klick-Lösung“ – nicht auf den Webseiten der Universität eingebunden werden dürfen. Eine einfache Verlinkung auf Facebook oder andere Social-Media-Plattformen ist allerdings – unter Beachtung der oben genannten Vorgaben – möglich.

Auch die Nutzung einer sogenannten Freundfinder-Funktion ist aus Datenschutzgründen nicht zulässig: Die Benutzung der Freundfinder-Funktion in Facebook bewirkt z.B., dass Nutzerinnen und Nutzer ihr Adressbuch inklusive aller darin enthaltenen Daten auslesen lassen können und dadurch die Möglichkeit erhalten, bereits registrierten Kontakten eine Freundschaftsanfrage zu senden oder Nicht-Mitglieder direkt einzuladen, sich bei Facebook zu registrieren. Da dies ohne die erforderliche Einwilligung der Eingeladenen erfolgt und Facebook zudem Zugriff auf sämtliche Universitätsadressen erhalten würde, darf diese Funktion nicht genutzt werden.

### **3. Kommunikation und Meldepflicht**

Die Abteilung Kommunikation und Marketing übernimmt in Abstimmung mit dem CIO eine Koordinierungsfunktion für die Beteiligung von Organisationseinheiten der Universität an Social-Media-Plattformen.

Zu diesem Zweck müssen offizielle Angebote der Universität, z. B. Facebook-, YouTube- oder LinkedIn-Auftritte, Twitter-, Instagram-, Snapchat- sowie WhatsApp-Accounts oder externe Blogs einzelner Organisationseinheiten der Abteilung Kommunikation und Marketing angezeigt werden. Eine formlose E-Mail mit der Beschreibung des dienstlichen Interesses, des Adressatenkreises, der geplanten Dauer des Auftritts und allfälliger Informationen richten Sie bitte frühzeitig vor der Einrichtung des Angebots an [kommunikation@uni-passau.de](mailto:kommunikation@uni-passau.de).

### **4. Ressourcen**

Für die redaktionelle Betreuung der Social-Media-Angebote einzelner Organisationseinheiten können keine zentralen Ressourcen zur Verfügung gestellt werden.

Bei weiteren Fragen steht die [Abteilung Kommunikation und Marketing](#) gern zur Verfügung.

Stand: 8. Februar 2013, erweitert 19. Juni 2018

Birgit Schwenger