

## Nutzungskonzept für Social Media an der Pädagogischen Hochschule Heidelberg

Soziale Netzwerke wie Facebook, Instagram oder Twitter leben vom öffentlichen Austausch der Nutzerinnen und Nutzer untereinander. Die Pädagogische Hochschule Heidelberg begrüßt, dass ihre Mitglieder diese Plattformen auch beruflich nutzen, um zum Beispiel ihre Forschungsarbeit zu verbreiten (im Rahmen einer Open-Science-Aktivität) oder Veranstaltungen anzukündigen bzw. zu dokumentieren. Die Hochschule will allerdings sicherstellen, dass diese Plattformen von ihren Mitgliedern im beruflichen Kontext verantwortungsbewusst und ordnungsgemäß genutzt werden. Aus diesem Grund hat das Rektorat in seiner Sitzung vom 24.03.2020 das vorliegende Nutzungskonzept verabschiedet.

Die Mitglieder der Hochschule haben bestimmte rechtliche Pflichten zu beachten. Dieses Nutzungskonzept soll ihnen hierfür einen Überblick verschaffen. Es richtet sich dabei nach den „Richtlinien des Landesbeauftragten für Datenschutz und Informationsfreiheit (LfDI) zur Nutzung von sozialen Netzwerken durch öffentliche Stellen“.<sup>1</sup> Ergänzend hierzu sind die Social Media Guidelines der Hochschule als Handlungsempfehlungen zu verstehen ([www.ph-heidelberg.de/socialmedia](http://www.ph-heidelberg.de/socialmedia)).

### 1. Weshalb werden an der PH Heidelberg soziale Medien genutzt?

Die digitale Medienlandschaft hat sich durch das Aufkommen von Social Media stark gewandelt. Die Netzwerke nehmen dabei vielfältige Funktionen ein: Netzwerktool und Unterhaltungsplattform, Nachrichtendienst und Informationsquelle. Während die Pädagogische Hochschule Heidelberg selbst keine zentralen Social-Media-Accounts betreibt, sind einige ihrer Mitglieder eigenständig aktiv. Sie werden damit gleichwohl auch als Repräsentantinnen und Repräsentanten der Hochschule wahrgenommen.

Je nach Einzelfall können die damit verbundenen Ziele zwar variieren, doch können allgemeine Gründe für die Einrichtung eines Social-Media-Accounts sprechen:

- Soziale Netzwerke helfen dabei, spezifische Zielgruppen anzusprechen, z.B. Studierende, aber auch Menschen, die mit den klassischen Kanälen der Hochschule nicht erreicht werden können. Die Inhalte können zudem zeitgemäßer und schneller kommuniziert werden. Einzelinitiativen von Hochschulmitgliedern in den sozialen Medien sind eine **Ergänzung** der Kommunikation der Hochschule.
- Hochschulen tragen die **gesellschaftliche Verantwortung**, Wissen aufzubereiten und der gesamten Gesellschaft verfügbar zu machen. Die Mitglieder der Hochschule können dieser Verantwortung nur gerecht werden, wenn sie dort in Erscheinung treten bzw. wenn sie die Massenmedien nutzen, die von vielen genutzt werden.

Vor diesem Hintergrund ist die Nutzung sozialer Netzwerke zu begrüßen. Allerdings dürfen die Kanäle, die von Mitgliedern der Hochschule ausgehen, für bestimmte Zwecke nicht bzw. nur eingeschränkt genutzt werden:

- Sensible, **personenbezogene (Forschungs-)Daten** im Kontext ihrer Arbeit an der Hochschule dürfen weder öffentlich in den sozialen Netzwerken verbreitet, noch in damit verknüpften Nachrichtendiensten genannt werden.

---

<sup>1</sup> [www.baden-wuerttemberg.datenschutz.de/wp-content/uploads/2019/12/Richtlinie-zur-Nutzung-sozialer-Netzwerke-durch-%C3%B6ff.-Stellen.pdf](http://www.baden-wuerttemberg.datenschutz.de/wp-content/uploads/2019/12/Richtlinie-zur-Nutzung-sozialer-Netzwerke-durch-%C3%B6ff.-Stellen.pdf)

- (Stellen-)Ausschreibungen, Informationen zu Lehrveranstaltungen o.ä. dürfen **nicht ausschließlich** über die sozialen Netzwerke verbreitet werden.
- Die Kanäle sprechen **nicht stellvertretend für die Hochschule**, sondern müssen immer als Initiative einzelner Personen oder Einrichtungen erkennbar sein (s. Social Media Guidelines der Hochschule unter [www.ph-heidelberg.de/socialmedia](http://www.ph-heidelberg.de/socialmedia)).

## 2. Welche sozialen Netzwerke werden an der PH Heidelberg genutzt?

Die folgenden sozialen Netzwerke werden von Einrichtungen und Projekten der Pädagogischen Hochschule Heidelberg genutzt:

**Akademisches Auslandsamt** – Facebook: Studierende (v.a. Lehramt) auf die Möglichkeit eines Auslandssemesters und Auslandspraktikums aufmerksam machen (z.B. mithilfe von Veranstaltungen). Instagram: Mit Bildern die Lust auf ein Auslandsstudium/Auslandspraktikum erhöhen und auf Angebote des Auslandsamts hinweisen. Instagram-Stories weisen z.B. auf Sprechstunden hin.

**Arbeitsstelle Antiziganismusprävention** – Twitter: Informationen über Aktuelles zum Thema Antiziganismus und Alltagsrassismus, Austausch mit Akteur\*innen aus dem Bereich diskriminierungssensible Pädagogik. Facebook: Aufmerksam machen und Verbreiten von (eigenen) Veranstaltungen zum Thema Antiziganismus und Alltagsrassismus, Reichweite der Webseite der Arbeitsstelle erhöhen.

**didaktik-aktuell** – Facebook: Eindrücke von Veranstaltungen und Hinweise auf kommende Termine, um mehr Eltern, Schulen und Kinder auf die Angebote aufmerksam zu machen. Kontakte zu Kooperationspartnern pflegen. Instagram: Direktere Ansprache von Schülerinnen und Schülern mithilfe von Bildern und Instagram-Stories. Twitter: Vernetzung mit bestehenden und Gewinnung neuer Kooperationspartner.

**Freundeskreis der Pädagogischen Hochschule Heidelberg** - Instagram: Mithilfe von Bildern Aufmerksamkeit für Aktivitäten an der Hochschule gewinnen und um junge Mitglieder werben, die aktiv in Studium oder Beruf stehen.

**Girls' Digital Camp** – Facebook: Eindrücke von Veranstaltungen und Hinweise auf kommende Termine, um mehr Eltern, Schulen und Kinder auf die Angebote aufmerksam zu machen. Kontakte zu Kooperationspartnern pflegen. Instagram: Direktere Ansprache von Schülerinnen mithilfe von Bildern, Videos und Instagram-Stories. Präsentation der Ergebnisse zur Motivation der Teilnehmerinnen. Twitter: Vernetzung mit bestehenden und Gewinnung neuer Kooperationspartner.

**Heidelberger Kompetenztraining** – Facebook: Hinweise zu den Angeboten des HKT und Kontaktpflege zu Kooperationspartnern und Kundinnen und Kunden. YouTube: Videos zu den einzelnen Inhalten und Übungen des HKT.

**Helping Zukunfts-Orientierungs-Akademie** – Facebook: Mithilfe von Hinweisen auf Veranstaltungen die Reichweite erhöhen. Instagram: Direktere Ansprache von Schülerinnen mithilfe von Bildern, Videos und Instagram-Stories. Präsentation der Ergebnisse zur Motivation der Teilnehmerinnen.

**Medienzentrum** – YouTube: Öffentliches und frei zugängliches Videoportal mit Produktionen aus dem Medienzentrum, Projekten aus Forschung, Lehre und Entwicklung der Hochschule wie z.B. Imagevideos, Tagungs- und Veranstaltungsaufzeichnungen, studentischen Arbeiten u.a. Lernvideos, Erklärvideos, Video-Anleitungen, Tutorials, Animationen, Stop-Motion und Bildschirmpräsentationen.

**PH Bigband Heidelberg** – [Facebook](#): Hinweise zu Veranstaltungen.

**Professional School** – [Twitter](#): Veranstaltungshinweise und Vernetzung mit potentiellen Teilnehmerinnen und Teilnehmern sowie mit Kooperationspartnern.

**Projekt Kopf-Stehen** – [Instagram](#): Gesundheitsinformationen verständlich und motivierend vermitteln, Aufklärung über Risiken dauerhaften Sitzens im Studienalltag und die Vorteile bewegungsaktiven Lehrens, Lernens und Arbeitens. Projektfortschritte sichtbar machen, niederschweligen Austausch und Feedback ermöglichen, Ergebnisse disseminieren. Vernetzung und Austausch mit anderen Hochschulen und Bildungsakteuren. Zielgruppe sind Studierende der PH Heidelberg, Fachschaften etc. sowie Lehramtstudierende, Referendarinnen und Referendare, sowie Lehrerinnen und Lehrer.

**Projekt ProTect** – [Facebook](#): Eltern, Kinder, Fachkräfte und Schulen auf das Problem der Internet- und Mediensucht aufmerksam machen und darüber informieren. Zusätzlich direkt über die Angebote des Projekts informieren.

**Projekt TRANSFER TOGETHER** – [Facebook](#): Interessierte auf den Blog und Veranstaltungen hinweisen und Reichweite erhöhen. [Instagram](#): Mithilfe von Bildern und Instagram-Stories Menschen auf die Arbeit des Projekts aufmerksam machen. [YouTube](#): Plattform zum Hochladen und Einbinden von Videos, wie z.B. Interviews. [Twitter](#): Wichtigste Plattform zum Vernetzen von Projektmitarbeiterinnen, Projektmitarbeitern und Kooperationspartnern.

**Regio Food-Hunter** – [Instagram](#): Sensibilisierung für die Bedeutung regionaler Landwirtschaft und Biodiversität sowie die Verbreitung von wissenschaftlichen Informationen über die Qualität von Lebensmitteln, zudem Information über regionale Bezugsquellen von Lebensmitteln und Bildungsangebote.

**Stabstelle Qualitätsmanagement** – [Instagram](#): Mit Hilfe von Bildern und Storys wichtige Projekte der SQM präsentieren und auf diesem Weg Qualitätsentwicklung und -sicherung im Bereich Studium und Lehre an der PH Heidelberg verstärkt sichtbar machen.

**Studiengang E-Learning und Medienbildung (Elmeb21)** – [Facebook](#): Hinweise auf Veranstaltungen und Gewinnung neuer Studierender und externer Partner für den Studiengang. [Instagram](#): Einblicke in den Studiengang mithilfe von Bildern und Videos für Studierende, Studieninteressierte und zukünftige Partner.

**Zukunfts-Orientierungs-Akademie (ZOra)** – [Facebook](#): Eindrücke von Veranstaltungen und Hinweise auf kommende Termine, um mehr Eltern, Schulen und Kinder auf die Angebote aufmerksam zu machen. Kontakte zu Kooperationspartnern pflegen. [Instagram](#): Direktere Ansprache von Schülerinnen der Oberstufe mithilfe von Bildern, Videos und Instagram-Stories. Präsentation der Ergebnisse zur Motivation der Teilnehmerinnen.

Änderungen müssen an [socialmedia@ph-heidelberg.de](mailto:socialmedia@ph-heidelberg.de) gemeldet werden. Die Liste wird von dem Transferzentrum in Kooperation mit der Abteilung Presse & Kommunikation der Pädagogischen Hochschule Heidelberg verwaltet. **Stand: 29.06.2020.**

### 3. Redaktionelle Betreuung und Impressum

Die Social-Media-Präsenzen von Instituten, Projekten oder Mitgliedern der Pädagogischen Hochschule Heidelberg werden **dezentral** durch die jeweils Verantwortlichen verwaltet. Auch die laufende, redaktionelle Pflege der einzelnen Accounts liegt nicht im Aufgabenbereich der Pädagogischen Hochschule Heidelberg. Die Mitglieder der Hochschule müssen sich daher

eigenverantwortlich um die redaktionelle Betreuung und die Einhaltung der **Impressumpflicht** kümmern.

Bei einer Social-Media-Präsenz, die aus der Hochschule hervorgeht, muss einer Person die **redaktionelle Betreuung** übertragen und diese gemäß § 5 Telemediengesetz (TMG) in einem Impressum kenntlich gemacht werden. Der Bezug zur Hochschule als öffentliche Stelle muss deutlich erkennbar sein. Das Impressum muss über die erste Seite des Auftritts erreichbar sein. Mit zwei Klicks müssen die Nutzerinnen und Nutzer außerdem zu einer dazugehörigen **Datenschutzerklärung** gelangen (s. 5. Datenschutz).

Eine **kontinuierliche Pflege** des Kanals durch Redakteurinnen und Redakteure ist notwendig: Gemäß § 10 TMG haftet die redaktionell verantwortliche Person, wenn rechtswidrige Inhalte (z.B. Kommentare anderer Nutzerinnen und Nutzer) auf dem Kanal nicht unverzüglich redaktionell betreut werden (ggf. durch Löschung).

Wenn ein Projekt ausgelaufen ist oder der Kanal aus anderen Gründen nicht mehr betreut werden kann, sollte darüber auf der Seite des Kanals hingewiesen werden. Aus Sicherheitsgründen müssen die Zugangsdaten der Accounts der Abteilung Presse & Kommunikation sowie dem Transferzentrum per E-Mail an [socialmedia@ph-heidelberg.de](mailto:socialmedia@ph-heidelberg.de) gemeldet werden. Die Daten werden selbstverständlich vertraulich behandelt.

#### 4. Hinweise auf alternative Informationskanäle

Die Nutzung sozialer Medien darf nicht verbindlich oder exklusiv sein, sondern stellt lediglich eine Ergänzung dar. Um das zu unterstreichen, müssen die Redakteurinnen und Redakteure regelmäßig **alternative Informations- und Kommunikationswege** nennen, zum Beispiel die Homepage und/oder E-Mail-Adresse der Einrichtung. Das bezieht sich nicht auf private Accounts, sondern auf Accounts von Einrichtungen oder Projekten der Hochschule.

#### 5. Datenschutz

Bei der Nutzung sozialer Netzwerke werden zwangsläufig personenbezogene Daten durch die Plattform-Betreiber erhoben und verarbeitet. Die Redakteurinnen und Redakteure einer Seite verpflichten sich dazu, die Nutzerinnen und Nutzer über die Erhebung und Verarbeitung ihrer Daten zu informieren. Das beinhaltet,

- die Nutzerinnen und Nutzer der Plattform-Präsenz über die **Weiterverarbeitung ihrer Daten** durch das soziale Netzwerk und Analyse-Tools von Drittanbietern zu informieren und
- regelmäßig auf die **Datenschutzerklärung** ([www.ph-heidelberg.de/datenschutz](http://www.ph-heidelberg.de/datenschutz)) der Pädagogischen Hochschule Heidelberg, auf die ihres Accounts und die des Plattformbetreibers hinzuweisen.

Eine Social-Media-Präsenz, die aus der Hochschule hervorgeht, benötigt zudem immer eine **eigenständige Datenschutzerklärung**. Diese Datenschutzerklärung ist auf der Seite der Einrichtung, des Projekts oder der Einzelperson zu hinterlegen.

#### 6. Evaluation

Das Nutzungskonzept wird vom Transferzentrum der Pädagogischen Hochschule Heidelberg in Kooperation mit der Abteilung Presse & Kommunikation **einmal im Jahr** evaluiert.