

Richtlinien Social Media

Die Universitätsleitung,

gestützt auf Artikel 3 Absatz 3 des Gesetzes vom 5. September 1996 über die Universität (UniG) und Artikel 24 Absatz 2 Buchstabe i des Statuts vom 7. Juni 2011 der Universität Bern (Universitätsstatut, UniSt),

beschliesst:

1. Social Media und die Universität Bern

- (1) Social Media sind neue Online-Kommunikationskanäle wie z.B. Facebook, Instagram, Twitter, Google Plus, Youtube, die Austausch und Teilen von Wissen ermöglichen.
- (2) Die Universität Bern nutzt momentan drei Social Media-Hauptkanäle: Facebook (<http://www.facebook.com/unibern>), Twitter (<http://www.twitter.com/unibern>) und Youtube (<http://www.youtube.com/unibeweboffice>).
- (3) Die Universität Bern unterstützt den offenen Dialog zwischen der Universität und den Bezugsgruppen auf diesen neuen Kommunikationskanälen.

2. Geltungsbereich und Zweck dieser Richtlinien

- (1) Die Richtlinien gelten für sämtliche Mitarbeitenden der Universität Bern.
- (2) Sie bezwecken einen professionellen, qualitativ hochstehenden und sicheren Umgang mit Social Media.

3. Allgemeine Grundsätze

3.1. Verantwortlichkeit und Kontinuität

- (1) Für alle publizierten Inhalte ist die Autorin oder der Autor persönlich verantwortlich.
- (2) Der Dialog mit Fans, Followern oder Subscribern ist kontinuierlich zu pflegen; verantwortlich dafür ist die jeweilige Einheit, welche Social Media nutzt. Bei einem personellen Wechsel ist die Übergabe der Berechtigungen sicherzustellen.

3.2. Rechtliche Rahmenbedingungen

- (1) Die Rechte Dritter und der Universität Bern – insbesondere im Bereich des Persönlichkeits- und Datenschutzes, der Urheberrechte sowie des Amtsgeheimnisses – sind zu wahren.
- (2) Die allgemeinen Grundsätze der Universität sind einzuhalten, insbesondere:
 - Rassistische, sexistische und pornografische Inhalte sind nicht erlaubt; sie stellen zudem einen Missbrauch der IT-Ressourcen dar.
 - Institutionsschädigende Aussagen über die Universität Bern oder andere Aktivitäten, die negative Auswirkungen haben könnten, sind zu unterlassen.

- (3) Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) der jeweiligen Social Media-Kanäle sind zu beachten.
- (4) Die Abteilung Kommunikation ist allgemeine Auskunftsstelle zu Social Media (smedia@kommunikation.unibe.ch).

3.3. Kommunikation in Social Media

- (1) Für die Kommunikation in Social Media gelten namentlich folgende Grundsätze:
 - Reaktionen auf Fragen, Kritik oder Anregungen sollen in angemessener Zeit erfolgen (erste Reaktion in der Regel innerhalb eines Arbeitstages).
 - Der Ton der Kommunikation ist angemessen und höflich.
 - Die Kommunikation hält sich an Fakten.
- (2) Bei Fragen, welche die Persönlichkeits- oder Datenschutzrechte der Nutzenden gefährden könnten, erfolgt die Antwort per Mail, als persönliche Nachricht oder per Direct Message.

3.4. Verwendung des Logos der Universität

- (1) Für die Verwendung von Materialien (z.B. das Logo) der Universität Bern ist das Einverständnis der Abteilung Kommunikation einzuholen.
- (2) Die Verwendung des Logos der Universität Bern ist nur für Organisationseinheiten der Universität Bern erlaubt; es darf nicht für private oder kommerzielle Zwecke genutzt werden.

3.5. Trennung von Privatem und Beruflichem

- (1) Die Abgabe von persönlichen Meinungen ist grundsätzlich erlaubt; sie ist zurückhaltend auszuüben und als solche zu kennzeichnen.

3.6. Medienanfragen und Krisensituationen

- (1) Medienanfragen über Social Media, welche die Gesamtuniversität betreffen, sind direkt an die Abteilung Kommunikation (kommunikation@unibe.ch) weiterzuleiten.
- (2) Problematische Posts und Beiträge aller Art, die sich zu einer Krise entwickeln könnten, sind zu beobachten.
- (3) In Krisensituationen ist die Abteilung Kommunikation Ansprechpartnerin.

4. Verhaltensgrundsätze für Organisationseinheiten und die Administratorinnen und Administratoren

4.1. Planung des Auftritts

- (1) Für Auftritte ist ein Redaktionskonzept oder zumindest ein Inhaltskonzept zu erstellen.
- (2) Themen von gesamtuniversitärer Relevanz können auch über die Hauptkanäle <http://www.facebook.com/unibern>, <http://www.twitter.com/unibern> oder <http://www.youtube.com/unibeweboffice> abgesetzt werden.
- (3) Die Abteilung Kommunikation steht beratend zur Verfügung.

4.2. Netiquette und Impressum

- (1) Auftritte sind mit einer Netiquette zu versehen; diese hält fest, wie sich die Nutzerinnen und Nutzer untereinander auf dem jeweiligen Portal verhalten sollen. Zudem enthält sie die Kriterien für ein Löschen von Beiträgen der Fans, Followers oder Subscribers.
- (2) Die Netiquette kann mit dem Impressum kombiniert werden. Dieses enthält üblicherweise mindestens Adresse, E-Mail und die Telefonnummer der oder des Verantwortlichen für den Kanal.

4.3. Namensgebung

- (1) Universitäre Auftritte sind als solche durch eine geeignete Namensgebung zu kennzeichnen. Für die Bezeichnung gelten folgende Grundsätze:
 - Auftritte der Universität Bern sind mit dem Zusatz «... Universität Bern» zu benennen (beispielsweise «Science Slam Universität Bern»): <http://www.facebook.com/scienceslam.unibern>.

- Der «Uniform Resource Locator» (URL) trägt einen Zusatz «...unibern» oder «...unibe» im Namen.
- Für die Wahl der URL empfiehlt sich eine Kombination von Institutskürzel oder Organisationseinheit mit dem Zusatz «.unibe» oder «.unibern» (zum Beispiel: <http://www.facebook.com/iop.unibe>). Lässt die Social Media-Plattform eine Schreibweise mit Punkt nicht zu (z.B. Youtube) ist folgender Zusatz ohne Punkt möglich: «unibe» oder «unibern» (zum Beispiel: <http://www.youtube.com/ilubunibe>).
- Fremdsprachige Bezeichnungen der Universität Bern erfolgen gemäss CD Mini-Manual (Englisch: University of Bern, Französisch: Université de Berne).
- Im Informationsbereich des Social Media-Kanals ist darauf hinzuweisen, dass es sich beim Institut oder der jeweiligen Organisationseinheit um einen Bereich der Universität Bern handelt.
- Auf zeichenbegrenzten Portalen (z.B dem Micro-Blog Twitter) wird die Universität Bern grundsätzlich mit «unibern» oder «unibe» abgekürzt. Dies gilt für die Hashtags #unibe oder #unibern (beispielsweise #dalaiunibern), nicht aber für Erwähnungen, welche auf Twitter immer mit «@unibern» und auf Facebook immer mit «@Universität Bern» zu machen sind und damit auf die offiziellen Kanäle verlinken.

4.4. Monitoring

- (1) Die Online-Reputation ist mittels geeigneter Tools zu beobachten (Google Alerts, <http://www.google.ch/alerts>). Für die Überwachung von Schlüsselwörtern auf Social Media kann das Monitoring-Tool des Weboffice genutzt werden (webmaster@unibe.ch).

5. Private Nutzung

- (1) Die private Nutzung von Social Media am Arbeitsplatz unterliegt den gleichen Regeln wie die generelle Nutzung des Internets zu privaten Zwecken:
 - Die IT-Ressourcen dürfen grundsätzlich nur zur Erfüllung universitärer Aufgaben verwendet werden.
 - Die Verwendung der IT-Ressourcen zu privaten Zwecken ist für die Mitarbeitenden der Universität Bern nur ausserhalb der Arbeitszeit erlaubt.
- (2) Private Social Media-Kanäle mit der Verwendung des Namens der Universität Bern sind nicht erlaubt. Dies gilt auch für Abwandlungen des Namens (zum Beispiel unibe, unibern) und die Verwendung des Logos.

6. Inkrafttreten

Diese Richtlinien treten per sofort in Kraft.

Bern, 29. Oktober 2013

Im Namen der Universitätsleitung
Der Rektor:



Prof. Dr. M. Täuber

Checkliste

- Sie stehen im Kontakt mit der/dem Social Media-Verantwortlichen der Universität Bern.
- Sie wissen, welche Kanäle Sie wie oft mit welchem Inhalt bespielen wollen.
- Die Zuständigkeit für die Kanäle ist klar geregelt.
- Der Fall eines personellen Wechsels der/des Kanal-Zuständigen ist geregelt.
- Sie nutzen ausschliesslich Bilder, die Sie selber gemacht haben oder deren Rechte Sie besitzen.
- Sie beachten geltendes Recht (Amtsgeheimnis, Urheberrechte, Daten- und Persönlichkeitsschutz).
- Es ist klar geregelt, wer gemäss dem Vier-Augen-Prinzip die Beiträge gegenliest.
- Eine private Meinung ist klar als solche gekennzeichnet.
- Sie haben für die Verwendung der Materialien der Universität Bern (z.B. das Logo) die entsprechenden Einverständnisse eingeholt.
- Für das Monitoring der Social Media-Kanäle besteht eine klare Zuständigkeit.
- Sie sprechen die Fans, Follower und Subscriber mit «Sie» an und verwenden eine der Universität angemessene Sprache.
- Der Name Ihres Auftritts enthält den Zusatz «... Universität Bern» (z.B. «Science Slam Universität Bern»).
- Die URL zu Ihrem Auftritt trägt den Zusatz «...unibern» oder «...unibe» im Namen (z.B. «www.facebook.com/iop.unibe» oder «www.youtube.com/ilubunibe»).
- Im Informationsbereich verweisen Sie sowohl auf das Impressum als auch darauf, dass es sich um eine Organisationseinheit der Universität Bern handelt.
- Sie haben eine Netiquette erstellt und ein Impressum formuliert.
- Sie sind sich bewusst, dass Sie als Privatperson für Ihr Verhalten und Ihre Äusserungen verantwortlich sind.
- Sie verwenden keine Logos und Social Media-Kanäle mit dem Namen der Universität Bern oder Abwandlungen des Namens für private Zwecke.
- Sie nutzen die IT-Ressourcen der Universität Bern nur ausserhalb der Arbeitszeiten zu privaten Zwecken.