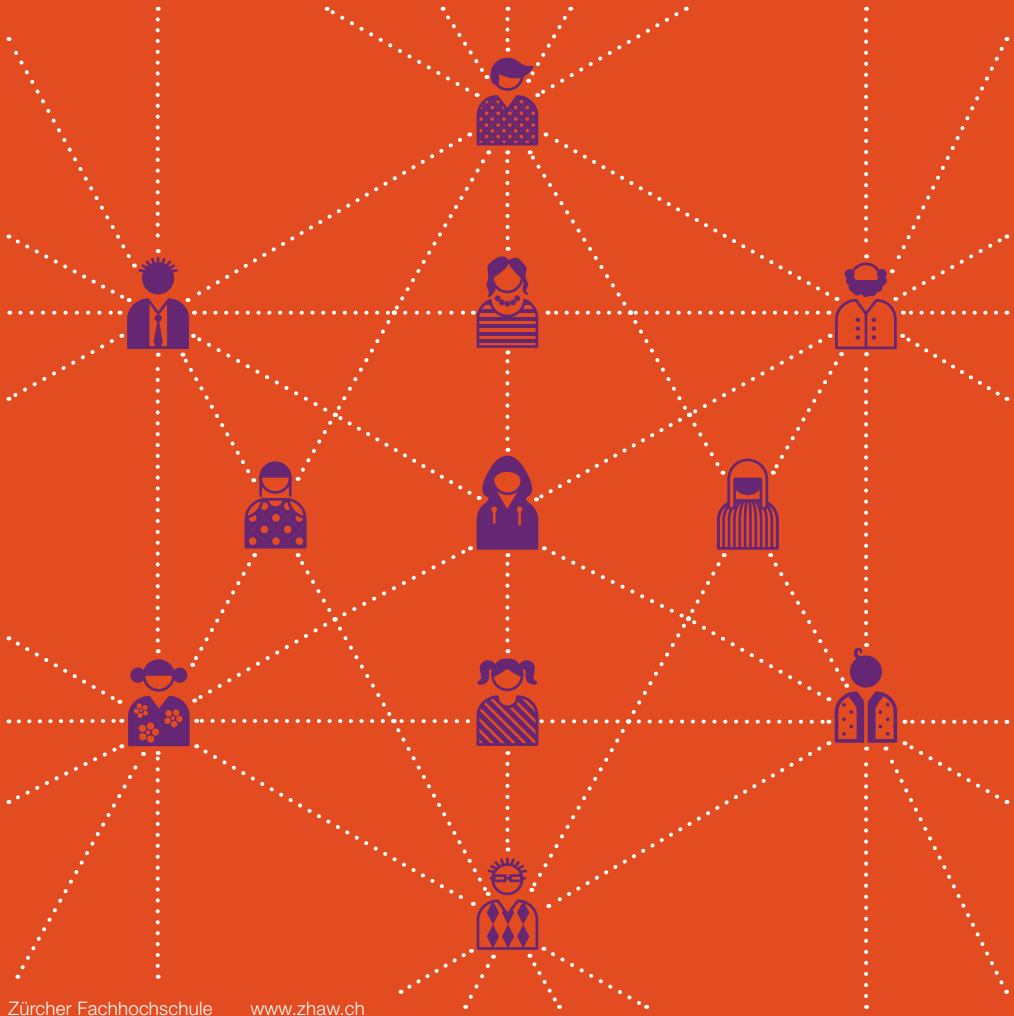
Zürcher Hochschule
für Angewandte Wissenschaften

Social Media Guidelines



Zürcher Fachhochschule www.zhaw.ch

Bedeutung von Social Media für unsere Hochschule

Liebe ZHAW-Mitarbeitende,
liebe ZHAW-Studierende

Social Media wie Blogs, Facebook, Twitter, YouTube, Xing, LinkedIn etc. sind eine Weiterentwicklung der Kommunikation im Web. Sie werden heute von allen Altersgruppen genutzt und für private und geschäftliche Zwecke eingesetzt, so auch an unserer Hochschule. Die ZHAW unterstützt den offenen Dialog der Hochschule mit ihren Anspruchsgruppen.

Social Media haben die Kommunikation grundlegend hin zu mehr Mitwirkung und Dialog verändert. News, Meinungen, Informationen und Daten werden öffentlich ausgetauscht, kommentiert und weitergeleitet.

Social Media haben einen wesentlichen Einfluss auf die Sichtbarkeit einer Organisation oder einer Person. So werden Inhalte, die über Social Media weiterverteilt wurden, bei Suchmaschinen, zum Beispiel Google, besser gefunden. Neben der Reputation in der Offline-Welt gilt es deshalb, auch die digitale Reputation zu pflegen. Social Media können als Hebel für die Pflege der digitalen Reputation eingesetzt werden, sie bergen aber auch Gefahren und Risiken, welche die Reputation einer Organisation oder Person in kurzer Zeit schädigen können.

Damit Social Media an der ZHAW effektiv genutzt werden können, hat die Hochschule Guidelines zum Umgang damit formuliert. Diese sollen beim Einsatz dieser Werkzeuge helfen und dazu beitragen, dass die persönliche und berufliche Reputation der ZHAW-Angehörigen, die Social Media nutzen, sowie die digitale Reputation der Hochschule weiter aufgebaut und geschützt werden kann.

Die Richtlinien sind in die Kapitel «Vorgaben für den Umgang mit Social Media» und «Empfehlungen zum Umgang mit Social Media» aufgeteilt.

Alle ZHAW-Angehörigen sind im eigenen Interesse und im Interesse unserer Hochschule verpflichtet, die Vorgaben einzuhalten und die Empfehlungen zu berücksichtigen. Damit helfen Sie mit, die Marke ZHAW weiter zu stärken.

Prof. Dr. Jean-Marc Piveteau
Rektor

Silvia Behofsits, M.A., MScom
Leiterin Corporate Communications

Vorgaben für den Umgang mit Social Media

Die Vorgaben stützen sich zu einem Grossteil auf geltendes Recht, bestehende Richtlinien und Weisungen. Vor der Inbetriebnahme eines neuen Social-Media-Kanals ist ein Konzept bei der Direktion des jeweiligen Departements einzureichen. Bei Fragen steht die Social-Media-Kommission gerne zur Verfügung.

Allgemeine Regeln

Geltendes Recht
Beachten Sie immer geltendes Recht, insbesondere in den Bereichen Persönlichkeitsschutz, Urheberrecht (Copyright), Datenschutzrecht, Medienrecht und Wettbewerbsrecht. Sie sind für alle Ihre Veröffentlichungen rechtlich verantwortlich.

Holen Sie insbesondere zuerst die Autorisierung zur Veröffentlichung bei den Urhebern ein. Wenn Sie Mitarbeitende, Studierende, Alumni oder Partner der ZHAW in einem Beitrag erwähnen möchten, klären Sie dies vor der Veröffentlichung immer zuerst mit den betreffenden Personen ab.

Konsultieren Sie jeweils die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) von Social-Media-Plattformen wie Facebook, Twitter etc. Dort erfahren Sie, welche Rechte Sie allenfalls an die Plattform abtreten.

Inhalte, an denen Rechte Dritter bestehen, dürfen nicht ohne Einverständnis der Rechteinhaber für Social-Media-Plattformen verwendet werden, wenn diese Verwendung zur Abtretung von Rechten an die Social-Media-Plattform führt. Beispiel: Ein von einer Bildagentur lizenziertes Bild, das die ZHAW für eigene Werbezwecke verwenden kann, darf nicht ohne Einwilligung der Bildagentur für Facebook verwendet werden, da die Verwendung auf Facebook gleichzeitig eine Abtretung der Rechte am Bild an Facebook beinhaltet.

Grundwerte der ZHAW
Beachten Sie bei all Ihren Aktivitäten in den Social Media die Grundwerte der ZHAW.
→ www.zhaw.ch/strategie

Regelung zur Nutzung der ZHAW IT-Infrastruktur
Das Reglement zur Nutzung der ZHAW IT-Infrastruktur gilt auch für die Social Media.

Transparenz
Wenn Sie berechtigt sind, Beiträge im Namen der ZHAW zu veröffentlichen (siehe auch Abschnitt «Konzept»), machen Sie dies transparent. Wenn Sie die ZHAW und ihre Organisationseinheiten in Ihren Beiträgen erwähnen, identifizieren Sie sich immer als ZHAW-Angehörige/r. Anonyme oder unter falscher Identität publizierte Beiträge können meistens auf die AutorInnen zurückgeführt werden.

Vertraulichkeit
Vertrauliche oder persönliche Informationen über die ZHAW, ihre Studierenden, ihre Alumni und ihre Mitarbeitenden dürfen nicht veröffentlicht werden. Generell gilt, dass keine Informationen veröffentlicht werden sollen, die der Treuepflicht gegenüber der ZHAW bzw. dem Arbeitgeber zuwiderlaufen.

Medienanfragen
Anfragen von JournalistInnen über Social-Media-Plattformen sind an die Abteilung Corporate Communications oder an die Kommunikations- / Marketingverantwortlichen der Departemente weiterzuleiten.
→ medien@zhaw.ch

Beiträge und Plattformen im Namen der ZHAW

Konzept
Vor Aufnahme des Betriebs eines Social-Media-Kanals bzw. einer Präsenz auf einer Plattform wie Facebook, Twitter u.ä. ist ein Konzept zu erstellen, das vom Direktor/der Direktorin des Departements (oder von seinem/ihrem Beauftragten) bzw. für Konzepte für die Gesamthochschule vom Rektor genehmigt werden muss. Die Departemente informieren die Social-Media-Kommission über die von ihnen bewilligten Konzepte. Im Zweifelsfall kann die Social-Media-Kommission an den Rektor gelangen. Organisationseinheiten, die eine Social-Media-Plattform bzw. -Präsenz ins Leben rufen, sind verantwortlich für deren regelmässige Betreuung.

Thematische Aufteilung zentral/dezentral
Bei der thematischen Aufteilung gelten die gleichen Regeln wie für die anderen Kommunikationskanäle der ZHAW, d.h. für Themen der Gesamthochschule ist die Abteilung Corporate Communications zuständig, für Themen der Fachdepartemente sind die Kommunikations-/Marketingverantwortlichen der Departemente zuständig.

Namensgebung
Die Internetadressen von Blogs müssen dem Reglement zur Vergabe und Verwendung von ZHAW-Domains entsprechen. Für Facebook und Twitter gelten die entsprechenden Empfehlungen (siehe Abschnitt «Namensgebung Facebook und Twitter»).
→ intra.zhaw.ch/onlinekomm

ZHAW-Logo
Die Verwendung des ZHAW-Logos ist nur für ZHAW-Organisationseinheiten zulässig und bedarf der Bewilligung durch die Abteilung Corporate Communications. Bei der Verwendung von Departements- und Institutslogos ist die Bewilligung bei den Kommunikations-/Marketingverantwortlichen der Departemente einzuholen. Plattformen bzw. Präsenzen, die von Organisationseinheiten oder Mitarbeitenden der ZHAW für die Hochschule betrieben werden, müssen das ZHAW-Logo beziehungsweise das offizielle Logo der Organisationseinheit enthalten.

Corporate Design
Die Richtlinien zum Corporate Design sind einzuhalten.
→ intra.zhaw.ch/markomm

Positionierungsaussagen über die ZHAW bzw. die Departemente
Wenn Sie bei Ihren Social-Media-Aktivitäten die ZHAW oder Ihr Departement vorstellen, sind die von den jeweiligen Kommunikationsstellen freigegebenen Botschaften für die Positionierungsaussagen zu verwenden.

Social-Media-Kommission
Die Mitarbeitenden der ZHAW, die im Namen der Hochschule Beiträge publizieren oder Plattformen betreiben, koordinieren sich in einer Social-Media-Kommission. Die Leitung der Kommission liegt bei der Abteilung Corporate Communications. Studierende können sich bei Fragen an die Vertretung ihres Departements in der Social-Media-Kommission wenden.
→ intra.zhaw.ch/socialmedia

Persönliche Beiträge und Plattformen

Verwendung des ZHAW-Logos
ZHAW ist eine geschützte Wort- und Bildmarke. Die Verwendung des ZHAW-Logos und der Logos der Organisationseinheiten der ZHAW ist für das Aufsetzen und Betreiben von privaten Social-Media-Kanälen grundsätzlich nicht erlaubt. Wenn besondere Gründe vorliegen, kann ein Antrag auf Verwendung des ZHAW-Logos an den Rektor eingereicht werden. So dürfen zum Beispiel Studierende der ZHAW für Auftritte ihrer Klasse auf Facebook das ZHAW-Logo verwenden. Der Rektor kann diese Kompetenz delegieren.

Verwendung des Namens ZHAW
Es dürfen keine privaten Social-Media-Kanäle unter dem Namen der ZHAW aufgesetzt und betrieben werden. Die Verwendung des Namens ZHAW oder Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften ist grundsätzlich auf privaten Plattformen, insbesondere im Zusammenhang mit dem Verkauf von Produkten oder dem Promoten von politischen Anliegen, Parteien oder KandidatInnen, nicht erlaubt. Wenn besondere Gründe vorliegen, ist ein entsprechender Antrag an die Abteilung Corporate Communications zu stellen.

Empfehlungen zum Umgang mit Social Media

Wer sich erfolgreich in den Social Media bewegen will, muss ehrlich seine Identität deklarieren, sollte zuerst reflektieren und erst dann einen Beitrag veröffentlichen sowie die Gemeinschaft beziehungsweise Community respektieren, für die der Beitrag bestimmt ist.

Allgemeine Empfehlungen

Zuhören und beobachten
Bevor Sie sich auf Social-Media-Plattformen engagieren, hören Sie zu und beobachten Sie, was zu Themen gesagt wird, die Sie interessieren. Für eine konstante Beobachtung gibt es viele verschiedene Monitoringtools. Einfachere Tools sind kostenlos, zum Beispiel Google Alerts, Netvibes, Tweetdeck, Hootsuite, socialmention.com u. a.

Qualität
Versichern Sie sich, dass der Inhalt für die adressierte Community nützlich und interessant ist, bevor Sie einen Beitrag veröffentlichen. Selbstdarstellung, PR- und Werbebeiträge sind in den Social Media verpönt und schaden mehr, als sie nützen.

Wenn Sie sich als ZHAW-Angehörige/r identifizieren, achten Sie besonders darauf, qualitativ gute Beiträge zu veröffentlichen, da Sie damit einen Einfluss auf die Wahrnehmung der ZHAW haben.

Zeitpunkt
Informationen der Hochschule, die intern noch nicht kommuniziert worden sind, sollen in der Regel nicht zuerst in Social Media publiziert werden. Im Zweifelsfall konsultieren Sie die Abteilung Corporate Communications oder die Kommunikations-/Marketingverantwortlichen in Ihrem Departement.

Fakten verifizieren
Versichern Sie sich immer, dass Sie über alle Fakten verfügen, bevor Sie einen Beitrag veröffentlichen. Es ist besser, eine Information vor der Veröffentlichung zu verifizieren, als eine Korrektur publizieren zu müssen. Geben Sie Ihre Quellen, wo möglich, immer an, indem Sie diese zitieren oder darauf verlinken. Korrigieren Sie einen Fehler immer rasch und sichtbar.

Die digitalen Spuren im Netz lassen sich nicht mehr löschen.

Persönliche Daten schützen
Seien Sie vorsichtig mit der Publikation persönlicher Daten (eigene oder persönliche Daten von anderen). Publizieren Sie zum Beispiel keine Adressen, Telefonnummern oder E-Mail-Adressen auf Social-Media-Plattformen.

Kontinuität bei Personalwechsel
Es ist empfehlenswert, für Social-Media-Aktivitäten nicht die persönliche geschäftliche E-Mail-Adresse, sondern eine separate, nur für diesen Zweck eingesetzte E-Mail-Adresse zu verwenden.

Respekt wahren
Verhalten Sie sich in den Social Media immer konstruktiv und respektvoll, auch wenn Sie anderer Meinung sind oder angegriffen werden. Veröffentlichen Sie nie Beiträge, wenn Sie wütend oder emotional aufgewühlt sind. Warten Sie besser damit, bis Sie wieder ruhig sind und einen klaren Kopf haben. Vermeiden Sie insbesondere:

- Klischees
- Feindbilder
- Diskriminierung
- Beleidigungen
- obszöne Äusserungen

Umgang mit Kommentaren
Beobachten Sie die Kommentare auf Ihrer Social-Media-Plattform regelmässig und reagieren Sie innert nützlicher Frist angemessen. Benutzen Sie, wenn möglich, eine Freischaltfunktion für Kommentare. Das erlaubt Ihnen, innert nützlicher Frist zu antworten sowie Spam und unrechtmässige Kommentare zu löschen. Löschen Sie aber kritische oder negative Kommentare nicht, da Sie damit die Glaubwürdigkeit Ihrer Plattform in der Community rasch kompromittieren und damit auch dem Image der ZHAW schaden.

Gehen Sie auf kritische oder negative Kommentare ein und beantworten Sie diese immer respektvoll.

Persönliche Meinungsäusserung
Wenn Sie eine persönliche Meinungsäusserung zur ZHAW oder zu Hochschulthemen veröffentlichen, machen Sie deutlich, dass dies eine persönliche Meinungsäusserung ist. Verwenden Sie für persönliche Meinungsäusserungen die Ich-Form: «Ich bin der Meinung, dass … .» Wenn Sie einen eigenen Kanal betreiben, auf dem Sie sich zu Hochschulthemen äussern, ist folgender Vermerk zu empfehlen: «Der Inhalt auf dieser Plattform stellt meine persönliche Meinung dar.»

Machen Sie sich als ZHAW-Mitarbeitende bewusst, dass auch Aktivitäten in den Social Media der Treuepflicht gegenüber dem Arbeitgeber unterliegen.

Verlinkung auf www.zhaw.ch
Sie sind eingeladen, auf Ihrer persönlichen Social-Media-Plattform auf Inhalte der ZHAW zu verlinken.

Krisensituationen
Beteiligen Sie sich nicht an Diskussionen auf Social-Media-Plattformen, wenn sie eine mögliche Krisensituation der ZHAW betreffen. Die Mitarbeitenden der ZHAW unterstehen der Treuepflicht gegenüber dem Arbeitgeber. Auch anonyme Kommentare können zurückverfolgt werden. Wenn Sie den Eindruck haben, dass sich eine Diskussion kritisch für die ZHAW entwickeln könnte oder falsche Tatsachen publiziert wurden, nehmen Sie bitte Kontakt mit der Abteilung Corporate Communications oder mit den Kommunikations-/Marketingverantwortlichen Ihres Departements auf.

Namensgebung

Facebook
Facebook lässt zu, dass mehrere Seiten denselben Namen haben, so wie das auch bei Personennamen möglich ist. Die Situation, dass ein Name bereits besetzt ist und deshalb nicht verwendet werden kann, gibt es bei Facebook nicht.

- Es wird empfohlen, «ZHAW» als Element des Namens zu verwenden und einen klaren Bezug zur Organisationseinheit bereits im Namen herzustellen, z.B. ZHAW LSFM, ZHAW IAM, ZHAW Fachgruppe Sensorik, ZHAW Sensorik, IAM (ZHAW), Sensorik (ZHAW)
- Es wird empfohlen, die korrekte Postadresse anzugeben, inkl. «ZHAW».
- Es wird empfohlen, in der Information darauf hinzuweisen, dass man ein Teil der ZHAW ist bzw. des ZHAW-Departements XY bzw. der ZHAW-Organisationseinheit XY.
- Es wird empfohlen, den Teil des Namens, der einen sofort identifiziert, in der Benennung voranzustellen («ZHAW» bzw. «IAM» bzw. «ZAV» etc.). Grund für diese Empfehlung ist, dass die Facebook-Suche auf Mobiltelefonen die Anzeige der Resultate nach einigen Zeichen beschneidet. Auch im Browser zeigt die Facebook-Suche maximal zwei Zeilen an und schneidet allfällige weitere Zeilen weg. «Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften, Departement Life Sciences und Facility Management, Fachgruppe Sensorik» ist deshalb als Name nicht empfohlen.
- Es ist im eigenen Interesse, die Seite so zu benennen, dass man sie wiedererkennt, bzw. so, dass der Besucher sie als offizielle Facebook-Seite der Organisationseinheit XY empfindet.

Twitter
Es wird empfohlen, «ZHAW» als Element des Namens zu verwenden und einen klaren Bezug zur Organisationseinheit bereits im Namen herzustellen. Aufgrund der speziellen Gegebenheiten auf Twitter empfehlen sich folgende Varianten in der Schreibweise

Variante 1:
zhaw (klein geschrieben, wie im Web üblich)
+ zweiten Namensteil in Grossbuchstaben
+ allenfalls dritten Teil (klein, gross, grosser Anfangsbuchstabe): zhawOE, zhawIAM, zhawCL, zhawFE, zhawIDP, zhawZAV, zhawSOE, zhawLSFM, zhawILGI, zhawSML-international bzw. zhawSMLINTERNATIONAL bzw. zhawS-MLInternational etc.

Variante 2:
zhaw (klein geschrieben)
+ Begriff mit Grossbuchstaben am Anfang: zhawFachbegriff, zhawThema, zhawSensorik, zhawVerkehr, zhawEngineering, zhaw-Forschung, zhawStudium, zhawInternational, zhawSmlInternational etc.

Grundsätzlich:

- Wer im eigenen Namen twittert, wird dazu ermutigt, ZHAW-Themen mit einem Hashtag #zhaw zu bezeichnen.
- Bei beiden Namensvarianten wird empfohlen, dass im Twitter-Profil unter «vollständiger Name» ZHAW jeweils grossgeschrieben wird.
- Abkürzungen wie zhawFE können für potenzielle Follower unklar sein. Es wird empfohlen, dass solche Abkürzungen unter «vollständiger Name» aufgelöst werden.
- Plattformspezifische Anforderungen müssen beim Naming berücksichtigt werden. Im Grundsatz gelten die Naming-Empfehlungen jedoch auch für andere Plattformen wie Youtube, Foursquare, Xing, LinkedIn, Instagram etc.

Kontakt / Fragen

Philippe Fabian, Onlinekommunikation,
Abteilung Corporate Communications
→ socialmedia@zhaw.ch
→ intra.zhaw.ch/socialmedia

Impressum
Herausgeberin: ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften | Redaktion: ZHAW Corporate Communications, AG Social Media | Gestaltung: Büro4, Zürich | Druck: Karl Schwegler AG
Winterthur, August 2014 | Diese Publikation wird klimaneutral auf 100 % Recyclingpapier gedruckt.

Zürcher Hochschule
für Angewandte Wissenschaften

Rektorat

Gertrudstrasse 15
Postfach
CH-8401 Winterthur

Tel. +41 58 934 71 71
info@zhaw.ch
www.zhaw.ch

Folgen Sie uns:

Für weitere Informationen
besuchen Sie unsere Webseite:
www.zhaw.ch/socialmedia