

Richtlinie für die Nutzung von Social Networks an der Pädagogischen Hochschule Zürich

(vom 30. April 2014)

Gestützt auf § 18b der Weisung zur Nutzung von IT-Mitteln durch Mitarbeitende der Pädagogischen Hochschule Zürich und § 16b der Weisung zur Nutzung von IT-Mitteln durch Studierende der Pädagogischen Hochschule Zürich

verfügt der Rektor:

A. Allgemeine Bestimmungen

§ 1 Zweck und Geltungsbereich

¹ Diese Richtlinie regelt den Auftritt der Pädagogischen Hochschule Zürich (PHZH) in Social Networks als Teil der Hochschulkommunikation. Unter Social Networks werden internet-basierte Plattformen verstanden, die die Nutzenden in der Kommunikation und im interaktiven Austausch von nutzergenerierten Inhalten unterstützen.

² Sie führt die Weisung zur Nutzung von IT-Mitteln durch Mitarbeitende der Pädagogischen Hochschule Zürich und die Weisung zur Nutzung von IT-Mitteln durch Studierende der Pädagogischen Hochschule Zürich in Bezug auf Social Networks näher aus.

§ 2 Begriffe

¹ Die in dieser Richtlinie verwendeten Begriffe «Auftritt», «Konto» und «Präsenz» beziehen sich auf den gebräuchlichen Zugang zu Social Networks. Werden bei einzelnen Social Network-Plattformen andere Bezeichnungen oder Zugänge verwendet, gelten die Bestimmungen dieser Richtlinie analog.

² Die Abteilung Kommunikation und weitere Organisationseinheiten, Arbeitsgruppen, Kommissionen, Versammlungen und Projekte, die im Namen der PHZH in Social Networks auftreten, werden in dieser Richtlinie als «verantwortliche Einheit» bezeichnet.

B. Eröffnung eines Kontos

§ 3 Zuständigkeit und Konzept

¹ Die Abteilung Kommunikation ist für die Hauptpräsenz der PHZH auf der jeweiligen Plattform zuständig.

² Einzelne Organisationseinheiten, Arbeitsgruppen, Kommissionen, Versammlungen und Projekte der PHZH können ein eigenes Konto auf einer Plattform erstellen, sofern der Auftritt mit der Abteilung Kommunikation abgesprochen ist. Der Auftritt muss sich inhaltlich und vom Erscheinungsbild her von der Hauptpräsenz der PHZH unterscheiden.

³ Die Wahl der Plattform sowie Zweck, Zielgruppe und Inhalt eines Auftritts müssen mit der von der Hochschulleitung definierten Social-Media-Strategie übereinstimmen.

§ 4 Konto errichten

¹ Die verantwortliche Einheit setzt das Konto fertig auf und holt bei einer Testgruppe Feedback ein, bevor sie den Auftritt publiziert.

² Sie nimmt vom Datenschutzbeauftragten empfohlene Privacy-Einstellungen vor und informiert über Gefahren wie die Speicherung, Auswertung und Weiterverwendung der Daten durch den Betreiber.

C. Erscheinungsbild und Bezug zur PHZH

§ 5 Corporate Design

Die verantwortliche Einheit entwirft den Auftritt gemäss Corporate Design. Die Abteilung Kommunikation stellt Muster zur Verfügung. Das Webcenter übernimmt die gestalterische Umsetzung.

§ 6 Bezeichnung und Konto-Beschreibung

¹ Die Auftritte müssen mit «PHZH» oder «PH Zürich» und – sofern es sich nicht um die Hauptpräsenz handelt – mit der jeweiligen Organisationseinheit, Arbeitsgruppe, Kommission usw. bezeichnet werden (Beispiele: «PHZH – Lernforum», «Schreibzentrum der PH Zürich» oder «@phzh_biblio»).

² Die Konto-Beschreibung erläutert den Zweck des Auftritts und weist auf weitere Auftritte der PHZH hin.

D. Inhalte

§ 7 Qualität

¹ Informationen müssen vor ihrer Bekanntgabe in Social Networks verifiziert werden. Fehler sind rasch und sichtbar zu korrigieren.

² Die verwendete Sprache und der Umgangston sind korrekt, sachlich sowie respektvoll und berücksichtigen die Besonderheiten der jeweiligen Plattform.

³ Das Bildmaterial muss hochwertig und ansprechend sein.

§ 8 Informationen von allgemeinem Interesse und Anfragen

¹ Informationen von allgemeinem Interesse müssen auch ausserhalb einer Plattform bekannt gegeben werden, wenn das Konto nicht öffentlich zugänglich ist.

² Anfragen, die den niederschweligen Informationsaustausch überschreiten und insbesondere hoheitliches Verwaltungshandeln erforderlich machen (zum Beispiel Informationszugangsgesuche gemäss Gesetz über die Information und den Datenschutz [IDG]), sind an die zuständigen Stellen zu verweisen.

³ Sämtliche Presseanfragen sind an die Abteilung Kommunikation weiterzuleiten.

§ 9 Rechtswahrung

¹ Informationen dürfen nur bekanntgegeben werden, sofern nicht gegen Nutzungsvorschriften, weitere Bestimmungen der geltenden Rechtsordnung und Rechte Dritter verstossen wird. Insbesondere

a) dürfen keine Angelegenheiten publiziert werden, soweit an deren Geheimhaltung ein überwiegendes öffentliches oder privates Interesse gemäss § 23 IDG besteht oder wenn eine besondere Vorschrift dies vorsieht (Amtsgeheimnis, vgl. § 51 Personalgesetz);

b) setzt die Bekanntgabe von Personendaten eine Ermächtigung in einer rechtlichen Bestimmung oder die Einwilligung der oder des Betroffenen im Einzelfall (d.h. auch die Nutzung in Social Networks umfassend) voraus; bei personenbezogenen Informationen, bei welchen eine besondere Gefahr für eine Persönlichkeitsverletzung besteht, sind besondere Voraussetzungen zu beachten (Datenschutz, vgl. § 16 ff. IDG);

c) sind darüber hinaus die Persönlichkeitsrechte von abgebildeten oder anderweitig in ihren Rechten betroffenen Personen zu wahren, wobei als Grundregel gilt, dass eine Person nur erkennbar abgebildet werden darf, wenn ihr Einverständnis dafür vorliegt (Abbildungen von Personen des öffentli-

chen Interessens sind - je nach den Gesamtumständen – auch ohne entsprechende Einwilligung zulässig);

d) dürfen urheberrechtlich geschützte Werke nur im von der Urheberin oder vom Urheber bzw. der oder dem Nutzungsberechtigten freigegebenen oder gesetzlich zulässigen Umfang und Zweck verwendet werden; namentlich setzt die Verwendung von immaterialgüterrechtlich geschützten Materialien, die Mitarbeitende und immatrikulierte Studierende an der PHZH schaffen und deren ausschliesslichen Verwendungsrechte bei der PHZH liegen, eine Absprache mit der zuständigen Abteilungs-, Instituts- oder Zentrumsleitung voraus.

² Der Rechtsdienst stellt Vorlagen für Einwilligungen zur Verfügung.

E. Bewirtschaftung und Monitoring

§ 10 Aktive Bewirtschaftung

¹ Die verantwortliche Einheit setzt eine Person als Hauptansprechperson für das Konto ein. Mindestens eine Person wird als Stellvertretung bestimmt.

² Die Hauptansprechperson prüft mindestens 1x pro Werktag das Konto. Je nach Plattform sind mindestens 3 bis 4 Aktivitäten pro Woche vorzunehmen.

³ Die verantwortliche Einheit geht flexibel, sachlich und am Auftrag der PHZH orientiert auf die Follower, Fans und Interessentinnen und Interessenten ein. Anfragen müssen innert nützlicher Frist (24h) beantwortet oder weitergeleitet werden.

⁴ Sie wirbt für das Konto mit Verlinkungen, beispielsweise auf der Website, in der Signatur und in Lehrveranstaltungen.

§ 11 Monitoring

¹ Die verantwortliche Einheit beobachtet und misst die Interaktionen und Erfolge des Kontos.

² Sie definiert für den jeweiligen Auftritt grundlegende Verhaltensregeln gemäss der vorliegenden Richtlinie mit Geltung insbesondere für externe Nutzende. Für Kommentare richtet sie - sofern möglich - eine Freischaltfunktion ein.

³ Persönlichkeitsverletzende, datenschutz- und/oder strafrechtlich relevante Inhalte, aber auch solche ohne jeglichen Bezug zur PHZH löscht sie bzw. lässt sie löschen. Die Löschung ist zur Nachvollziehbarkeit zu protokollieren.

§ 12 Löschung des Kontos

Ein Konto, bei welchem keine regelmässige Aktivität erfolgt oder Verstösse gegen die vorliegende Richtlinie beobachtet werden, muss gelöscht werden. Die Abteilung Kommunikation kann zur Löschung auffordern.

F. Schlussbestimmungen

§ 13 Inkrafttreten

Diese Richtlinie tritt auf den 1. Mai 2014 in Kraft und wird im Intranet und im Internet publiziert.