

Richtlinie für den Umgang mit sozialen Medien an der Kunsthochschule für Medien Köln (KHM)

Diese Richtlinie richtet sich an alle Hochschulangehörigen, die sich für die Social-Media-Arbeit der Kunsthochschule für Medien (KHM) interessieren und diese mitgestalten. Sie gibt einen Überblick über die grundsätzliche Haltung zu Social Media, über Zuständigkeiten, bestehende Kanäle, deren Ausrichtung und rechtliche sowie redaktionelle Rahmenbedingungen.

Die Nutzung von Social-Media-Kanälen ist mittlerweile für die KHM ein wichtiger Baustein ihrer Öffentlichkeitsarbeit, denn die Hochschule kommuniziert mittlerweile häufig über zentral geführte Kanäle mit ihren jeweiligen Zielgruppen.

Die Social-Media-Kanäle, mit denen sich die KHM oder Bereiche der Hochschule der Öffentlichkeit präsentieren, unterliegen den rechtlichen Vorgaben der Kunsthochschule. Die Abteilung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ist dabei verantwortlich für die grundsätzliche Ausgestaltung der digitalen Kommunikation inkl. der Einhaltung der rechtlichen Vorgaben. Sie entwickelt das Angebot zeitgemäß und angemessen weiter. Sie berät die Hochschulleitung hinsichtlich der Einführung neuer Social-Media-Kanäle über grundsätzliche Möglichkeiten und die jeweiligen Rahmenbedingungen. Für Rückfragen, inhaltliche Vorschläge und Beratung in diesem Bereich stehen Personen der Abteilung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zur Verfügung. Für die inhaltliche Pflege dezentraler Social-Media-Auftritte sind die dezentralen Einrichtungen bzw. Organisationseinheiten selbst verantwortlich. Die Informationen werden in ihrem Namen veröffentlicht.

Kunsthochschule für Medien Köln
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Social-Media-Redaktion
Dr. Juliane Kuhn / Priska Kubelka
+49 221 20289 – 135
juliane.kuhn@khm.de
p.kubelka@khm.de

Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit nutzt bzw. kontrolliert folgende Auftritte im Rahmen ihrer Öffentlichkeitsarbeit:

KHM auf Facebook: <https://www.facebook.com/kunsthochschulefuerm Medien> (Kuhn/Kubelka)

KHM auf Instagram: <https://www.instagram.com/kunsthochschulefuerm Medien/> (Kuhn/Kubelka)

Weitere Kanäle werden wie folgt betreut:

KHM auf LinkedIn: <https://de.linkedin.com/school/kunsthochschule-f%C3%BCr-medienk%C3%B6ln/> (Dilger)

KHM auf YouTube: [https://www.youtube.com/user/KHMKoeln\(Dilger/Kuhn/Lucas\)](https://www.youtube.com/user/KHMKoeln(Dilger/Kuhn/Lucas))

Glasmooq auf Instagram: https://www.instagram.com/glasmooq_cologne/ (Ander)

Diese offiziellen Social-Media-Kanäle der KHM sind auch ohne Anmeldung für jeden sichtbar, für Interaktionen ist jedoch immer ein eigenes Profil erforderlich. Die KHM selbst erhebt keine Daten in ihren Social-Media-Auftritten. Weitere Informationen zum Zweck und Umfang der Datenerhebung und die weitere Verarbeitung und Nutzung von Daten sowie diesbezüglichen Rechte enthalten die [Datenschutzerklärung der KHM](#) und die Geschäftsbedingungen und Datenschutzhinweise der jeweiligen Anbieter: Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube.

Die hier genannten KHM-Kanäle werden nachhaltig betreut. Dies bedeutet jedoch keine Rund-Um-Die-Uhr-Rund-Ums-Jahr- und Immer-in-Interaktion-Betreuung. Dieser Anspruch ist wegen des Zeitaufwandes und des aktuellen Personenstandes nicht umzusetzen. Die Redaktion koordiniert und kontrolliert daher auch einen großen Teil der Posts über das Social-Media-Monitoring-Tool *Buffer* (für Facebook und Instagram).

Da sich die Nutzung von Social Media in jedem Fall auch auf die öffentliche Wahrnehmung der gesamten Hochschule auswirkt, obliegt die Entscheidung über neue Social-Media-Präsenzen der Social-Media-Redaktion der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Absprache mit der

Hochschulleitung. Die rechtlichen Rahmenbedingungen der Hochschule, die Netiquette sowie die Bestimmungen zu Datenschutz und Impressum gelten uneingeschränkt für die zentralen Kanäle der KHM.

Social Media und KHM-Website

Die KHM-Website ist das zentrale Informationsorgan der digitalen Hochschulkommunikation. Als staatliche Einrichtung ist die KHM verpflichtet, essenzielle Informationen der Kunsthochschule immer auf der hochschuleigenen Website abzubilden. Dies ergibt sich einerseits aus der Verpflichtung öffentlicher Einrichtungen, ihre Informationen leicht zugänglich auf der Website als primärer Informationsquelle zur Verfügung zu stellen, andererseits aus der hohen Verlässlichkeit und Glaubwürdigkeit einer Webpräsenz von Universitäten und Hochschulen in der öffentlichen Wahrnehmung. Die zentralen Social-Media-Kanäle der KHM dienen der Verstärkung von strategischen Themen, der Veranstaltungswerbung und der zielgruppeng zugeschnittenen Kommunikation. Sie ergänzen die Website, ersetzen sie aber nie. Posts sollen auf thematisch zugehörige Seiten der Hochschul-Website verlinken und so die Reichweite der Website erhöhen. Inhalte, die den Bereich der akademischen Verwaltung oder Studieninhalte betreffen, müssen darüber hinaus aus rechtlichen Gründen immer per Link auf die jeweilige Seite der Hochschulwebsite verweisen.

Gepostet werden öffentliche Veranstaltungen der KHM, Bewerbungsrunden für das Studium, Info-Tage, Rundgänge, Diplomausstellungen oder -präsentationen und andere Hinweise oder Tipps, die mit KHM-Themen oder KHM-Absolvente*innen in Verbindung stehen. Events, Hinweise und News, die auf der KHM-Website eingestellt wurden, werden immer vorrangig behandelt.

Rechtliche Grundsätze der KHM

Die KHM ist verpflichtet, gesetzliche Vorgaben z.B. für die Veröffentlichung von Text-, Bild- und Tonmaterial zu beachten (dies gilt auch für eine Nutzung auf Social-Media-Plattformen). Diese Vorgaben sind:

- Recht am eigenen Bild: §§ 22, 23 Kunsturhebergesetz (KUG)
- Bis auf einige spezifische Ausnahmen (Bilder von öffentlichen Versammlungen, Personen der Zeitgeschichte oder Bilder, auf denen die Personen nur Beiwerk sind) bedarf es der Zustimmung der Person vor der Veröffentlichung.
- Allgemeines Persönlichkeitsrecht: Art. 1 Abs. 1, Art. 2 Abs. 1 GG, Schutz der Persönlichkeit, Schutz der Identität, Schutz der (informationellen) Selbstbestimmung, Schutz der Ehre
- Urheberrechte & Leistungsschutzrechte: UrhG. Diese Rechte liegen etwa bei Komponist*innen, Musiker*innen, Schauspieler*innen, Tänzer*innen, Choreograf*innen, Labels, Verlagen, Fotograf*innen, Regisseur*innen, Autor*innen, Übersetzer*innen, Grafiker*innen, Verwertungsgesellschaften wie GEMA etc.
- Gewerbliche Schutzrechte: MarkenG (Markenschutz, Unternehmenskennzeichen, Werktitel)
- Wettbewerbsrecht: UWG, PAngV

Die entsprechenden Paragraphen und deren Inhalte finden Sie unter: www.gesetze-im-internet.de/.

Alle Kanäle dürfen ausschließlich über offizielle E-Mail-Adressen gepflegt werden und müssen auf das Impressum und die Datenschutzerklärung der Kunsthochschule verlinken. Social-Media-Plugins (bspw. Like-Buttons / +1-Buttons für die eigene Homepage) dürfen nur genutzt werden, wenn sie keinen der obigen Punkte verletzen. Social-Media-Plugins sammeln, sofern sie von anderen Unternehmen zur Verfügung gestellt werden, in der Regel Daten, so dass diese gegen den Datenschutz verstoßen.

Werbeanzeigen

Die Hochschule kann in Einzelfällen bestimmte Beiträge oder Veranstaltungen über Social Media-Marketing bewerben. Aufgrund der bisherigen Zahlungsmöglichkeiten ist diese Nutzung jedoch sehr eingeschränkt. Die Erwirtschaftung von Einnahmen durch das Verkaufen von Anzeigenflächen auf Websites oder Social-Media-Kanälen der Hochschule ist aus haushaltsrechtlichen Gründen nicht gestattet.

Bei der Nutzung von Social-Media-Kanälen durch die KHM kann es jedoch ab einer gewissen

Reichweite zu Ausspielungen externer Werbeinhalte kommen (z.B. bei Youtube), die sich aus den Nutzungsbestimmungen der Plattformbetreiber ergeben. Auf diese Ausspielungen hat die Hochschule bisher keinen Einfluss.

Umgang mit Fake-Accounts u.ä.

Die KHM beobachtet das Geschehen in den Social-Media-Kanälen regelmäßig. Sollten Kanäle auffallen, die unrechtmäßigerweise eine Verbindung zur Institution herstellen oder so tun, als wären sie offizielle Accounts der KHM (Fake-Accounts), so ist die KHM dafür nicht verantwortlich. Die Social-Media-Redaktion behält sich vor, entsprechende Accounts bei den jeweiligen Plattformbetreibern zu melden. Meme-Accounts werden ebenfalls kritisch beobachtet. Sollten hier rechtliche Rahmenbedingungen oder Rechte der Kunsthochschule verletzt werden, behält sich die KHM angemessene Schritte vor.

Netiquette

Wir freuen uns auf Interaktionen mit der KHM! Wenn Sie etwas kommentieren wollen, bitten wir um die Beachtung und Einhaltung dieser Regeln:

- Erwähnungen und Kommentare haben fair und sachlich zu bleiben und sich auf das Thema unserer Beiträge zu beziehen.
- Vulgäre, diskriminierende, rassistische, antisemitische, homophobe, jugendgefährdende, sexistische, beleidigende, hasserfüllte und inakzeptable Inhalte (Wort und Bild) und Äußerungen, die gegen das Gesetz verstoßen, werden von uns ohne Angabe von Gründen gelöscht beziehungsweise an die jeweiligen Plattformbetreiber gemeldet.
- Rechte Dritter (Persönlichkeitsrechte, Urheberrecht, Datenschutz etc.) dürfen nicht verletzt werden.
- Werbung und andere kommerzielle Inhalte sind in den Diskussionen und Retweets nicht erwünscht. Werbung, Spam und kommerzielle Inhalte Dritter werden unkommentiert gelöscht oder der Postersteller gesperrt.
- Verstöße gegen die Regeln und Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Plattformbetreiber werden dem Betreiber gemeldet und bei strafrechtlich relevanten Inhalten zur Anzeige gebracht.
- Wir übernehmen keine Verantwortung für die Beiträge der Nutzerinnen und Nutzer, diese liegt bei der jeweiligen Person selbst.
- Die Verfasserin oder der Verfasser der Beiträge gibt der KHM mit dem Einstellen seines Beitrags das Recht, den Beitrag dauerhaft auf den Social-Media-Kanälen vorzuhalten. Mit der Interaktion auf unseren Social-Media-Kanälen erkennen Sie diese Richtlinien an.
- Die Hochschulkommunikation erteilt Auskünfte über den offiziellen Social-Media-Auftritt der KHM nach bestem Wissen und Gewissen. Diese sind jedoch nicht rechtsverbindlich.

Die vorliegenden Social-Media-Richtlinie gelten bis auf weiteres. Durch die Weiterentwicklung der Social-Media-Auftritte der Hochschule oder die Implementierung neuer Technologien oder Kanäle kann es notwendig werden, die vorliegenden Social-Media-Richtlinie zu ändern. Die KHM behält sich vor, sie jederzeit mit Wirkung für die Zukunft zu ändern.

Gez.
Das Rektorat der KHM
24.05.2023

English Version

Guideline for dealing with social media at the Academy of Media Arts Cologne (KHM)

This guideline is aimed at all university employees who are interested in and help shape the social media work of the Academy of Media Arts Cologne (KHM). It provides an overview of the basic attitude towards social media, responsibilities, existing channels, their orientation and legal as well as editorial framework conditions.

The use of social media channels has become an important component of KHM's public relations work, as the university now frequently communicates with its respective target groups via centrally managed channels.

The social media channels used by KHM or areas of the university to present themselves to the public are subject to the legal requirements of the art academy. The Press and Public Relations department is responsible for the basic design of digital communication, including compliance with legal requirements. It continues to develop the offering in a timely and appropriate manner. It advises the university management regarding the introduction of new social media channels on basic possibilities and the respective framework conditions. Persons from the Press and Public Relations department are available for queries, content-related suggestions and advice in this area. The decentralized institutions or organizational units themselves are responsible for maintaining the content of decentralized social media presences. The information is published in their name.

Academy of Media Arts Cologne
Press and public relations
Social media editorial office
Dr. Juliane Kuhn / Priska Kubelka
+49 221 20289 – 135
juliane.kuhn@khm.de
p.kubelka@khm.de

The Press and Public Relations Department uses or controls the following appearances as part of its public relations work:

KHM on Facebook: <https://www.facebook.com/kunsthochschulefuermiedien> (Kuhn/Kubelka)

KHM on Instagram: <https://www.instagram.com/kunsthochschulefuermiedien> (Kuhn/Kubelka)

Additional channels are maintained as follows:

KHM on LinkedIn: <https://de.linkedin.com/school/kunsthochschule-f%C3%BCr-medienn%C3%B6rger/> (Dilger)

KHM on YouTube: <https://www.youtube.com/user/KHMKoeln> (Dilger/Kuhn/Lucas)

Glasmooq on Instagram: https://www.instagram.com/glasmooq_cologne (Ander)

These official KHM social media channels are also visible to everyone without registration, but a separate profile is always required for interactions. The KHM itself does not collect any data on its social media presences. Further information on the purpose and scope of data collection and the further processing and use of data, as well as rights in this regard, can be found in the KHM privacy policy and the terms and conditions and privacy notices of the respective providers: Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube.

The KHM channels mentioned here are maintained on a sustained basis. However, this does not mean round-the-clock, always-in-interaction support. This claim cannot be implemented due to the time required and the current state of the people. The editorial team therefore also coordinates and monitors a large part of the posts via the social media monitoring tool Buffer (for Facebook and Instagram).

Since the use of social media in any case also affects the public perception of the university as a whole, the decision on new social media presences is the responsibility of the social media editorial office of the press and public relations department in consultation with the university management. The university's legal framework, netiquette, and data protection and imprint regulations apply without restriction to the central channels of the KHM.

Social media and KHM website

The KHM website is the central information organ of digital university communication. As a state institution, the KHM is obliged to always display essential information about the art academy on the university's own website. On the one hand, this results from the obligation of public institutions to make their information easily accessible on the website as the primary source of information, and on the other hand, from the high reliability and credibility of a university and college web presence in the public perception. KHM's central social media channels serve to reinforce strategic themes, event promotion, and targeted communications. They complement the website, but never replace it. Posts are intended to link to thematically related pages on the university website, thereby increasing the website's reach. In addition, content that relates to academic administration or course content must always link to the relevant page of the university website for legal reasons.

Public events of the KHM, application rounds for studies, info days, tours, diploma exhibitions or presentations and other hints or tips that are related to KHM topics or KHM alumni* are posted. Events, tips and news posted on the KHM website will always be given priority.

Legal principles of the KHM

KHM is obliged to observe legal requirements, e.g. for the publication of text, image and sound material (this also applies to use on social media platforms). These requirements are:

- Right to one's own image: §§ 22, 23 German Art Copyright Act (KUG).
- With a few specific exceptions (pictures of public gatherings, persons of contemporary history or pictures in which the persons are only accessories), the person's consent is required before publication.
- General right of personality: Art. 1 Para. 1, Art. 2 Para. 1 GG, protection of personality, protection of identity, protection of (informational) self-determination, protection of honor
- Copyrights & ancillary copyrights: UrhG. These rights are held by composers, musicians, actors, dancers, choreographers, labels, publishers, photographers, directors, authors, translators, graphic artists, collecting societies such as GEMA etc.
- Industrial property rights: MarkenG (trademark protection, company trademarks, work titles)
- Competition law: UWG, PAngV

The relevant paragraphs and their contents can be found at: www.gesetze-im-internet.de/.

All channels may only be maintained via official email addresses and must link to the imprint and the privacy policy of the Kunsthochschule. Social media plugins (e.g. Like buttons / +1 buttons for your own homepage) may only be used if they do not violate any of the above points. Social media plugins, if provided by other companies, usually collect data so that they violate data protection.

Advertisements

In individual cases, the university may advertise certain posts or events via social media marketing. However, due to the existing payment options, this use is very limited. Generating revenue by selling ad space on university websites or social media channels is not permitted for budgetary reasons. However, when KHM uses social media channels, external advertising content may be played out once a certain range is reached (e.g. on YouTube), which results from the platform operators' terms of use. So far, the university has no influence on these layouts.

Dealing with fake accounts, etc.

The KHM regularly monitors what is happening on social media channels. If channels are noticed that illegally establish a connection to the institution or pretend to be official accounts of the KHM (fake accounts), the KHM is not responsible for this. The social media editorial team reserves the right to report such accounts to the respective platform operators. Meme accounts are also monitored critically. If legal conditions or rights of the art academy are violated here, the KHM reserves the right to take appropriate steps.

Netiquette

We look forward to interactions with the KHM! If you wish to comment, we ask that you observe and comply with these rules:

- Mentions and comments must remain fair and factual and relate to the topic of our posts.

- Vulgar, discriminatory, racist, anti-Semitic, homophobic, youth-endangering, sexist, insulting, hateful and unacceptable content (words and images) and statements that violate the law will be deleted by us without giving reasons or reported to the respective platform operators.
- Third party rights (personal rights, copyright, data protection etc.) must not be violated.
- Advertising and other commercial content is not desired in the discussions and retweets. Advertising, spam and commercial content of third parties will be deleted without comment or the post author will be banned.
- Violations of the rules and terms and conditions of the platform operators will be reported to the operator and in the case of criminally relevant content will be reported to the police.
- We do not assume any responsibility for the posts of the users, this lies with the respective person himself.
- By posting his or her contribution, the author gives KHM the right to keep the contribution permanently on the social media channels. By interacting on our social media channels, you acknowledge these guidelines.
- University Communications provides information about KHM's official social media presence to the best of its knowledge. However, these are not legally binding.

This Social Media Policy is valid until further notice. Due to the further development of the university's social media presence or the implementation of new technologies or channels, it may become necessary to amend these Social Media Guidelines. KHM reserves the right to amend them at any time with effect for the future.

Attn.
The Rectorate of the KHM
24.05.2023