

Social-Media-Richtlinien ETH Zürich

vom 26. Februar 2013

Die Schulleitung der ETH Zürich,

gestützt auf Art. 4 Abs. 1 Bst. c der Verordnung über die Organisation der Eidgenössischen Technischen Hochschule Zürich vom 16. Dezember 2003¹ und in Ausführung von Art. 7 Benutzungsordnung für Telematik an der ETH Zürich vom 19. April 2005 (BOT)²,

verordnet:

Artikel 1 Zweck

Die ordnungsgemässe dienstliche Nutzung von Social-Media-Plattformen durch Organisationseinheiten der ETH Zürich, die über solche Plattformen ihre Zielgruppen ansprechen möchten, soll sichergestellt werden.

Artikel 2 Definition

Als Social-Media-Plattformen werden alle digitalen Kanäle verstanden, die den Dialog mit Nutzerinnen und Nutzern sowie den interaktiven Austausch von Informationen unterstützen. Dazu gehören z.B. Blogs, Soziale Netzwerke wie Facebook oder LinkedIn, Micro-Blogging-Dienste wie Twitter oder auf Bilder oder Video spezialisierte Plattformen wie Flickr oder YouTube. Die Social-Media-Landschaft ist sehr dynamisch und wandelt sich stetig.

Artikel 3 Geltungsbereich

Diese Richtlinien gelten für jegliche Nutzung von Social-Media-Plattformen, die im Namen der ETH Zürich zu dienstlichen Zwecken durch die Organisationseinheiten gemäss Art. 2 Abs. 6 der Benutzungsordnung für Telematik an der ETH Zürich (BOT) bzw. deren Angehörige³ (nachfolgend „Absender des Profils“) betrieben werden.

Artikel 4 Umgang mit Social Media

¹ Anstand und Respekt gegenüber anderen ist auch auf Social-Media-Plattformen zu jeder Zeit zu wahren. Es dürfen keine rechtswidrigen, insbesondere beleidigenden oder diskriminierenden Inhalte publiziert werden.

² Es dürfen keine Rechte Dritter, namentlich Persönlichkeits- oder Urheberrechte, verletzt werden⁴.

³ Informationen, welche auf Social-Media-Plattformen im Namen der ETH Zürich publiziert werden, haben den hohen Qualitätsansprüchen der ETH Zürich zu entsprechen und sind deshalb durch den Absender des Profils stets auf ihre Richtigkeit hin zu prüfen.

¹ RSETHZ 201.021

² RSETHZ 203.21

³ Im Sinne von Art. 13 ETH-Gesetz

⁴ Vgl. Art. 19 BOT

⁴ Für jedes Social-Media-Profil muss klar definiert und schriftlich festgehalten sein, wer für dessen Pflege verantwortlich ist. Das Monitoring des Kanals und der Zugriff auf das Profil müssen während allen Arbeitstagen sichergestellt sein.

⁵ Es dürfen keine vertraulichen Informationen der ETH Zürich (z.B. sensitive Geschäftsdaten wie etwa Finanz- oder noch nicht publizierte Forschungsdaten, Personaldaten, Daten über Leistungskontrollen) über Social-Media-Plattformen kommuniziert werden.

⁶ Kommentare und Fragen, die einer Antwort bedürfen, insbesondere kritische und negative Beiträge, müssen innerhalb einer nützlichen Frist (anzustreben sind 24 Stunden) sachlich durch den Absender des jeweiligen Profils beantwortet werden. Kommentare, die gegen die Rechtsordnung verstossen, insbesondere beleidigende, diskriminierende oder obszöne Kommentare, sollen schnellstmöglich entfernt werden. Dies gilt auch für Spam-Kommentare.

Artikel 5 Verantwortlichkeiten

Die Absender des jeweiligen Profils sind im Sinne von Art. 16 BOT selbst dafür verantwortlich, dass die von ihnen verfassten Inhalte auf Social-Media-Plattformen nicht gegen die Bestimmungen der BOT, die Social-Media-Richtlinien oder gegen die Rechtsordnung verstossen.

Artikel 6 Beratung und Stichprobenkontrolle

¹ Der Infrastrukturbereich Hochschulkommunikation (nachfolgend „Hochschulkommunikation“) steht den Organisationseinheiten und den ETH-Angehörigen für eine Beratung zur Verfügung.

² Die Hochschulkommunikation kontrolliert im Rahmen ihres Auftrags⁵ die Einhaltung der Richtlinien mit Stichproben.

³ Die Hochschulkommunikation erstellt jährlich einen Erfahrungsbericht zuhanden der Schulleitung.

Artikel 7 Corporate Identity der ETH Zürich

¹ Auf Social-Media-Plattformen muss der Absender des Profils klar ersichtlich sein. Im Profilnamen müssen daher zuerst die Einheit und/oder das Projekt und anschliessend die ETH Zürich namentlich genannt werden. Beispiele: D-PHYS, ETH Zürich oder Departement Physik, ETH Zürich.

² Als ETH Zürich (ohne Namenszusatz) darf nur die Schulleitung bzw. deren Mitglieder und die Hochschulkommunikation auftreten.

³ Um auf den Social-Media-Plattformen einen überzeugenden Auftritt und eine konsequente Markenführung sicherzustellen, stellt die Hochschulkommunikation ein einheitliches ETH-Social-Media-Icon zur Verfügung.

⁴ Für das Aufsetzen und Betreiben eines privat genutzten Social-Media-Profiles ist die Verwendung des ETH-Social-Media-Icons, des ETH-Logos oder der Namen der ETH Zürich wie auch ihrer Organisationseinheiten verboten. Es muss zu jedem Zeitpunkt klar sein, dass es sich um ein privat genutztes Profil handelt und die darauf publizierten Beiträge und

⁵ Vgl. Art 19 Abs.1 Organisationsverordnung ETH Zürich: „Der Infrastrukturbereich Hochschulkommunikation sorgt für die integrierte Kommunikation der ETH Zürich. Er wirkt als Leit-, Koordinations- und Servicestelle in Fragen der internen und externen Kommunikation. Er stärkt Marke und Reputation der ETH Zürich.“

Meinungen die persönliche Meinung des Profil-Inhabers widerspiegeln und nicht die Meinung der ETH Zürich oder ihrer Organisationseinheiten.

Artikel 8 Haftung und Missbrauch

Betreffend Haftung und Missbrauch gelten die Bestimmungen der Benutzungsordnung für Telematik an der ETH Zürich vom 19. April 2005.

Artikel 9 Inkrafttreten

Diese Richtlinien treten am 1. März 2013 in Kraft.

Im Namen der Schulleitung

Der Präsident: Ralph Eichler

Der Generalsekretär: Hugo Bretscher