

Nutzungskonzept Social Media HMTM

Version 1.2 – Stand 16. September 2022

Nutzungskonzept für Social Media-Präsenzen der Hochschule für Musik und Theater München (HMTM)

Inhalt

A.	Nutzungskonzept für die Facebook-Nutzung durch die HMTM	2
1.	Allgemeines zu Facebook.....	2
2.	Zweck der Nutzung von Facebook	2
3.	Art und Umfang der Nutzung von Facebook	3
4.	Verantwortlichkeiten für die redaktionelle/technische Betreuung.....	3
5.	Alternative Informations- und Kontaktmöglichkeiten	3
6.	Selbstverpflichtung	4
B.	Nutzungskonzept für die Instagram-Nutzung durch die HMTM	4
1.	Allgemeines zu Instagram	4
2.	Zweck der Nutzung von Instagram	4
3.	Art und Umfang der Nutzung von Instagram	5
4.	Verantwortlichkeiten für die redaktionelle/technische Betreuung	5
5.	Alternative Informations- und Kontaktmöglichkeiten	5
6.	Selbstverpflichtung	5
C.	Nutzungskonzept für die LinkedIn-Seite der HMTM	6
1.	Allgemeines zu LinkedIn.....	6
2.	Zweck der Nutzung von LinkedIn	6
3.	Art und Umfang der Nutzung von LinkedIn	7
4.	Verantwortlichkeiten für die redaktionelle/technische Betreuung.....	7
5.	Alternative Informations- und Kontaktmöglichkeiten	7
6.	Selbstverpflichtung	8
D.	Nutzungskonzept für den Twitter-Kanal der HMTM	8
1.	Allgemeines zu Twitter	8
2.	Zweck der Nutzung von Twitter.....	8
3.	Art und Umfang der Nutzung von Twitter	9
4.	Verantwortlichkeiten für die redaktionelle/technische Betreuung.....	9
5.	Alternative Informations- und Kontaktmöglichkeiten	9
6.	Selbstverpflichtung	10
E.	Nutzungskonzept für die Xing-Seite der HMTM	10
1.	Allgemeines zu Xing	10
2.	Zweck der Nutzung von Xing.....	10
3.	Art und Umfang der Nutzung von Xing	11
4.	Verantwortlichkeiten für die redaktionelle/technische Betreuung.....	11
5.	Alternative Informations- und Kontaktmöglichkeiten	11
6.	Selbstverpflichtung	11

F. Nutzungskonzept für die Youtube-Nutzung durch die HMTM	11
1. Allgemeines zu Youtube.....	12
2. Zweck der Nutzung von Youtube	12
3. Art und Umfang der Nutzung von YouTube.....	13
4. Verantwortlichkeiten für die redaktionelle/technische Betreuung.....	13
5. Alternative Kontaktmöglichkeiten	13
6. Selbstverpflichtung	13

A. Nutzungskonzept für die Facebook-Nutzung durch die HMTM

Die HMTM dient als Kunsthochschule vor allem der Pflege der Künste, der Entwicklung künstlerischer Fähigkeiten und der Vermittlung künstlerischer Kenntnisse und Fertigkeiten mit dem Schwerpunkt auf der Ausbildung in den Bereichen Musik, Tanz und Theater.

Art. 2 Abs. 6 BayHSchG verpflichtet die bayerischen Hochschulen dazu, die Öffentlichkeit regelmäßig über die Erfüllung ihrer Aufgaben und die dabei erzielten Ergebnisse zu unterrichten. Um diese gesetzlichen Aufträge bestmöglich und zeitgemäß zu erfüllen, unterhält und pflegt die HMTM Auftritte in sozialen Medien. Die verwendeten Kanäle verschiedener Plattformen der sozialen Medien sind damit ein wichtiges Mittel der Öffentlichkeitsarbeit der HMTM.

Mit dem vorliegenden Nutzungskonzept übernimmt die HMTM entsprechend ihrer institutionellen Rolle als öffentliche Stelle ihre Verantwortung und Vorbildfunktion zur Nutzung sozialer Medien. Bitte beachten Sie dazu auch unsere Datenschutzhinweise und Abschätzung der Folgen der Social Media-Nutzung auf unserer Webseite: <https://hmtm.de/de/5-deutsch/aktuelles/datenschutz>.

1. Allgemeines zu Facebook

Facebook ist ein soziales Netzwerk für Texte, Fotos, Videos und Live-Streams. Registrierte Nutzer*innen können über diesen Dienst kostenlos ihre Inhalte veröffentlichen, sich mit anderen Nutzer*innen oder mit Fanpages vernetzen, deren Beiträge kommentieren, „ liken“ und teilen.

Vorteile von Facebook sind seine große Reichweite und – im Gegensatz zu manch anderen sozialen Netzwerken – seine Lesbarkeit ohne die Notwendigkeit einer eigenen Anmeldung: Inhalte von Fanpages können von Nutzer*innen auch ohne Anmeldung bei Facebook gelesen werden.

Mehr Informationen zu Facebook finden Sie hier: <https://de.newsroom.fb.com/company-info/>

2. Zweck der Nutzung von Facebook

Durch Facebook-Präsenz der Hochschule (zentrale und dezentrale Kanäle) werden die bestehenden Kommunikationskanäle der HMTM wie Internetauftritt, Jahresbericht, Hochschulmagazin, Pressemitteilungen, Newsletter, Veranstaltungen, E-Mail-Kommunikation usw. sinnvoll ergänzt. Mit Hilfe des zentralen Facebook-Kanals sowie der dezentralen, fachspezifischeren Kanäle der Hochschule lässt sich ein vielfältiges Bild vom Lernen, Lehren, Forschen und Leben an der HMTM abbilden, das sowohl Studieninteressierte anspricht als auch die Identifikation von Studierenden, Lehrenden und Alumni*ae mit ihrer Hochschule steigert. Zudem können der allgemeinen Öffentlichkeit Einblicke in Ausbildungsarbeit, Forschung und Lehre der Hochschule sowie in die Arbeit von Einrichtungen der Hochschule, studentischen Organen und Initiativen vermittelt werden.

Für einige Zielgruppen sind nach Einschätzung der HMTM die „klassischen“ Instrumente allein (Print und Website) nicht mehr ausreichend. Gerade im Hinblick auf die Zielgruppen von Veranstaltungsbesucher*innen, der allgemeinen Öffentlichkeit, aber auch Lehrenden, Studierenden und Studieninteressierten haben wir festgestellt, dass wir diese viel direkter und schneller über Facebook erreichen können, zumal interessierte Empfänger*innen einfach unsere Fanpage (unseren zentralen Facebook-

Kanal, sowie auch unsere dezentralen Kanäle) abonnieren können. Damit ermöglicht uns der Kanal eine weitreichende Verbreitung unserer Meldungen, unserer Veranstaltungen und unserer Studienangebote und schafft die Möglichkeit, einer unmittelbaren Reaktion auf das jeweilige Geschehen.

Alle Empfänger*innen können zudem niederschwellig und unkompliziert mit diesem Kanal Kontakt zur HMTM aufnehmen. Facebook ermöglicht eine direkte Kommunikation auf Augenhöhe mit unseren Zielgruppen und vermittelt dadurch ein offenes und zugängliches Bild von unserer Hochschule als öffentlicher Institution. Facebook kann so insgesamt ein informatives, einladendes, menschliches Bild der Hochschule vermitteln und steigert darüber hinaus die Auffindbarkeit und den Bekanntheitsgrad unserer Hochschule.

3. Art und Umfang der Nutzung von Facebook

Die Facebook-Präsenz der HMTM (zentral und dezentral) informiert die Nutzer*innen über aktuelle Nachrichten und Entwicklungen der Hochschule, Veranstaltungen und bestimmte Serviceangebote, Stellenausschreibungen der Hochschule, Studienfristen etc. Die HMTM nutzt Facebook bei Anfragen zu Studienangelegenheiten nur, um die anfragende Person auf die jeweils zuständige Stelle zu verweisen oder auf allgemeine Informationen unserer Website hinzuweisen. Detail-Fragen werden somit auf Kommunikationskanäle wie Telefon und E-Mail verwiesen.

Regelmäßige Inhalte der Beiträge auf der Facebook-Präsenz der HMTM sind:

- Ankündigung von öffentlichen Veranstaltungen der Hochschule oder mit Hochschulbeteiligung
- News, Fotos und Videos von Veranstaltungen und vom Hochschulleben
- Vorstellung neuer Professor*innen
- Hinweise für Studierende zum Studium, Erinnerung an Fristen
- Studienangebote der HMTM (etwa neue Studiengänge)
- Berichte über das Engagement an der Hochschule in Initiativen
- Campus-Impressionen

4. Verantwortlichkeiten für die redaktionelle/technische Betreuung

Die Verantwortlichkeit für die redaktionelle Betreuung des zentralen Facebook-Kanals liegt bei der Abteilung Kommunikation. Dezentrale Kanäle werden in Abstimmung mit der Abteilung Kommunikation geführt und eingerichtet.

5. Alternative Informations- und Kontaktmöglichkeiten

Wir weisen die Nutzer*innen darauf hin, dass die Facebook-Kanäle der HMTM lediglich eine zusätzliche Option darstellen, um mit der HMTM in Kontakt zu treten oder Informationen von dieser zu erhalten. Alternativ können die über Facebook angebotenen Informationen auch über die entsprechenden Verlinkungen auf unserer Website unter www.hmtm.de oder bestehenden Microsites abgerufen werden.

Weitere Kontaktmöglichkeiten:

- Mit allen Anfragen können Sie sich grundsätzlich an unseren zentralen Posteingang presse@hmtm.de wenden. Auch Presseanfragen und Fragen rund um Social Media können Sie an presse@hmtm.de richten.
Hinweis: Die Kommunikation per E-Mail erfolgt standardmäßig unverschlüsselt. Dabei ist nicht auszuschließen, dass an der Übertragung beteiligte Stellen Inhalte einer E-Mail zur Kenntnis nehmen können.
- Telefonisch erreichen Sie die HMTM unter der Telefonnummer 089-289-27450 (Pforte) bzw. - 27867 (zu Veranstaltungen sowie der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit)

- Postadresse: Arcisstraße 12, 80333 München

6. Selbstverpflichtung

Dieses Nutzungskonzept wird einmal im Jahr hinsichtlich des Ob und Wie der Nutzung evaluiert. Diese Evaluierung des Nutzungskonzepts berücksichtigt die Nutzungszahlen und Reichweiten sowie die Zielgruppenstruktur der Netzwerke.

B. Nutzungskonzept für die Instagram-Nutzung durch die HMTM

Die HMTM dient als Kunsthochschule vor allem der Pflege der Künste, der Entwicklung künstlerischer Fähigkeiten und der Vermittlung künstlerischer Kenntnisse und Fertigkeiten mit dem Schwerpunkt auf der Ausbildung in den Bereichen Musik, Tanz und Theater.

Art. 2 Abs. 6 BayHSchG verpflichtet die bayerischen Hochschulen dazu, die Öffentlichkeit regelmäßig über die Erfüllung ihrer Aufgaben und die dabei erzielten Ergebnisse zu unterrichten. Um diese gesetzlichen Aufträge bestmöglich und zeitgemäß zu erfüllen, unterhält und pflegt die HMTM Auftritte in sozialen Medien. Die verwendeten Kanäle verschiedener Plattformen der sozialen Medien sind damit ein wichtiges Mittel der Öffentlichkeitsarbeit der HMTM.

Mit dem vorliegenden Nutzungskonzept übernimmt die HMTM entsprechend ihrer institutionellen Rolle als öffentliche Stelle ihre Verantwortung und Vorbildfunktion zur Nutzung sozialer Medien. Bitte beachten Sie dazu auch unsere Datenschutzhinweise und Abschätzung der Folgen der Social Media-Nutzung auf unserer Webseite: <https://hmtm.de/de/5-deutsch/aktuelles/datenschutz>.

1. Allgemeines zu Instagram

Instagram ist ein soziales Netzwerk für Fotos und Videos mit kurzen Begleittexten sowie für kurze Stories aus mehreren Fotos und/oder Videos. Registrierte Nutzer*innen können über diesen Dienst kostenlos ihre Inhalte veröffentlichen, sich mit anderen Nutzer*innen vernetzen, deren Beiträge kommentieren und „ liken“. Die Benutzer*innen können Profile abonnieren, so dass sie deren Nachrichten im eigenen Instagram-Feed lesen können. Vorteile von Instagram sind seine große Reichweite, insbesondere bei den Zielgruppen unter 30 Jahren, und die Nutzung von Hashtags zur thematischen Zuordnung und Suche von Inhalten.

Mehr Informationen zu Instagram finden Sie hier: <https://www.instagram.com/about/us/>

2. Zweck der Nutzung von Instagram

Durch die Instagram-Präsenz der HMTM (zentraler Kanal und dezentrale Kanäle) der HMTM werden die bestehenden Kommunikationskanäle wie Internetauftritt, Jahresbericht, Hochschulmagazin, Pressemitteilungen, Newsletter, Veranstaltungen, E-Mail-Kommunikation usw. sinnvoll ergänzt. Mit Hilfe des zentralen Instagram-Kanals sowie der dezentralen, fachspezifischeren Kanälen der Hochschule lässt sich ein vielfältiges Bild vom Lernen, Lehren, Forschen und Leben an der HMTM abbilden, das sowohl Studieninteressierte anspricht als auch die Identifikation von Studierenden, Lehrenden und Alumni*ae mit ihrer Hochschule steigert. Zudem können der allgemeinen Öffentlichkeit Einblicke in Ausbildungsarbeit, Forschung und Lehre der Hochschule sowie in die Arbeit von Einrichtungen der Hochschule, studentischen Organen und Initiativen vermittelt werden.

Für einige Zielgruppen sind nach Einschätzung der HMTM die „klassischen“ Instrumente allein (Print und Website) nicht mehr ausreichend. Gerade im Hinblick auf die Zielgruppen der Studierenden und Studieninteressierten, aber auch Personen des Kulturbetriebs und der allgemeinen Öffentlichkeit (insbesondere im Alter unter 30 Jahren) haben wir festgestellt, dass wir diese viel direkter und schneller über Instagram erreichen können, zumal interessierte Empfänger*innen unsere Kanäle einfach abonnieren können.

Die Instagram-Präsenz der Hochschule ermöglicht eine weitreichende Verbreitung der Fotos, Videos, Stories und Impressionen, eine bessere Vernetzung zu anderen Institutionen und Informationsquellen sowie eine unmittelbare Reaktion auf das jeweilige Geschehen. Zudem werden die Inhalte der Hochschule crossmedial transportiert, die Auffindbarkeit im Netz verbessert sowie die Marke positioniert und der Bekanntheitsgrad der Hochschule erhöht.

3. Art und Umfang der Nutzung von Instagram

Die Instagram-Präsenz der HMTM informiert die Nutzer*innen über Aktuelles aus Studium und Lehre, über den Studienalltag und Veranstaltungen und über Serviceangebote. Wir nutzen Instagram hingegen nicht als Beratungskanal. Anfragen, die uns über den zur Seite gehörenden Instagram-Nachrichtenkanal erreichen, werden direkt an die zuständige Stelle weitervermittelt und auf Kommunikationskanäle wie Telefon und E-Mail verwiesen.

Regelmäßige Inhalte der Beiträge auf HMTM sind:

- News, Fotos und Videos von Veranstaltungen der Hochschule oder mit Hochschulbeteiligung und vom Hochschulleben
- Vorstellung neuer Professor*innen
- Hinweise für Studierende zum Studium, Erinnerung an Fristen
- Studienangebote der HMTM (etwa neue Studiengänge)
- Berichte über das Engagement an der Hochschule in Initiativen
- Campus-Impressionen

4. Verantwortlichkeiten für die redaktionelle/technische Betreuung

Die Verantwortlichkeit für die redaktionelle Betreuung des zentralen Facebook-Kanals liegt bei der Abteilung Kommunikation. Dezentrale Kanäle werden in Abstimmung mit der Abteilung Kommunikation geführt und eingerichtet.

5. Alternative Informations- und Kontaktmöglichkeiten

Wir weisen die Nutzer*innen darauf hin, dass die Instagram-Kanäle der HMTM lediglich eine zusätzliche Option darstellen, um mit der HMTM in Kontakt zu treten oder Informationen von dieser zu erhalten. Alternativ können die über Instagram angebotenen Informationen auch über die entsprechenden Verlinkungen auf unserer Website unter www.hmtm.de oder bestehenden Microsites abgerufen werden.

Weitere Kontaktmöglichkeiten:

- Mit allen Anfragen können Sie sich grundsätzlich an unseren zentralen Posteingang presse@hmtm.de wenden. Auch Presseanfragen und Fragen rund um Social Media können Sie an presse@hmtm.de richten.
Hinweis: Die Kommunikation per E-Mail erfolgt standardmäßig unverschlüsselt. Dabei ist nicht auszuschließen, dass an der Übertragung beteiligte Stellen Inhalte einer E-Mail zur Kenntnis nehmen können.
- Telefonisch erreichen Sie die HMTM unter der Telefonnummer 089-289-27450 (Pforte) bzw. - 27867 (zu Veranstaltungen sowie der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit)
- Postadresse: Arcisstraße 12, 80333 München

6. Selbstverpflichtung

Dieses Nutzungskonzept wird einmal im Jahr hinsichtlich des Ob und Wie der Nutzung evaluiert. Diese Evaluierung des Nutzungskonzepts berücksichtigt die Nutzungszahlen und Reichweiten sowie die Zielgruppenstruktur der Netzwerke.

C. Nutzungskonzept für die LinkedIn-Seite der HMTM

Die HMTM dient als Kunsthochschule vor allem der Pflege der Künste, der Entwicklung künstlerischer Fähigkeiten und der Vermittlung künstlerischer Kenntnisse und Fertigkeiten mit dem Schwerpunkt auf der Ausbildung in den Bereichen Musik, Tanz und Theater.

Art. 2 Abs. 6 BayHSchG verpflichtet die bayerischen Hochschulen dazu, die Öffentlichkeit regelmäßig über die Erfüllung ihrer Aufgaben und die dabei erzielten Ergebnisse zu unterrichten. Um diese gesetzlichen Aufträge bestmöglich und zeitgemäß zu erfüllen, unterhält und pflegt die HMTM Auftritte in sozialen Medien. Die verwendeten Kanäle verschiedener Plattformen der sozialen Medien sind damit ein wichtiges Mittel der Öffentlichkeitsarbeit der HMTM.

Mit dem vorliegenden Nutzungskonzept übernimmt die HMTM entsprechend ihrer institutionellen Rolle als öffentliche Stelle ihre Verantwortung und Vorbildfunktion zur Nutzung sozialer Medien. Bitte beachten Sie dazu auch unsere Datenschutzhinweise und Abschätzung der Folgen der Social Media-Nutzung auf unserer Webseite: <https://hmtm.de/de/5-deutsch/aktuelles/datenschutz>.

1. Allgemeines zu LinkedIn

LinkedIn mit Sitz in Mountain View/USA ist ein soziales Karrierenetzwerk zur Pflege bestehender Geschäftskontakte und zum Aufbau und Verknüpfen von neuen geschäftlichen Verbindungen. Mit über 350 Millionen Nutzern ist LinkedIn aktuell das größte Online-Berufsnetzwerk der Welt. Es ist international und hier insbesondere im englischsprachigen Raum verbreitet. Dadurch erzielt LinkedIn im Vergleich zu anderen Karrierenetzwerken, wie z.B. dem überwiegend im deutschsprachigen Raum verbreiteten Xing, eine große internationale Reichweite. Es gibt eine kostenlose Basisversion, optional können kostenpflichtig Premiumdienste mit Zusatzfunktionen dazu gebucht werden.

LinkedIn richtet sich vorrangig an Führungs- und Fachkräfte sowie an allgemein Karriereinteressierte. Das Netzwerk ermöglicht seinen Nutzer*innen die direkte Kommunikation und den Austausch mit Personen, die gleiche berufliche Interessen besitzen. Zudem dient das Netzwerk dem Personalrecruiting; Nutzer*innen präsentieren sich als qualifizierte Arbeitnehmer*innen, Unternehmen und Organisationen als attraktive Arbeitgeber*innen. Obwohl die Fokussierung von LinkedIn typischerweise im beruflichen Bereich liegt, wird das Netzwerk von vielen Nutzer*innen auch für die Verknüpfung von privaten Kontakten genutzt.

Auf LinkedIn kann man persönliche Profile oder Unternehmensseiten anlegen, wobei sich Unternehmensseiten nur über ein persönliches Profil mit Administratorenrechten einrichten lassen, eine Klarnamen Policy gibt es nicht. Um die Netzwerk-Funktionen zu nutzen muss man als Nutzer registriert sein. Einige, durch den LinkedIn-Nutzer*innen freigegebene Inhalte, sind auch ohne die Notwendigkeit einer eigenen Anmeldung lesbar.

Auf LinkedIn können Beiträge in Form von Texten, Fotos, Videos und Live-Streams bereitgestellt werden. Registrierte Nutzer können über diesen Dienst kostenlos ihre Inhalte veröffentlichen, sich mit anderen Nutzern oder Unternehmensseiten vernetzen, deren Beiträge kommentieren, mit „Gefällt mir“ oder „Gefällt mir nicht mehr“ markieren, und teilen. Die Nutzer*innen können Unternehmensseiten empfehlen oder abonnieren, so dass relevante Beiträge im eigenen LinkedIn-Feed angezeigt werden.

Mehr Informationen zu LinkedIn finden Sie hier: <https://www.linkedin.com/help/linkedin>

2. Zweck der Nutzung von LinkedIn

Durch die LinkedIn-Unternehmensseite der HMTM werden die bestehenden Kommunikationskanäle, wie Internetauftritt, Pressemitteilungen, Newsletter, Printprodukte und Veranstaltungen, sinnvoll ergänzt.

Soziale Karrierenetzwerke gewinnen für den Erfolg auf dem internationalen Arbeitsmarkt zunehmend an Bedeutung. Gerade im Hinblick auf unsere Zielgruppen Bewerber*innen für Lehre/Verwaltung, Lehrende und Alumni*ae bietet LinkedIn den Vorteil, dass wir diese viel direkter und schneller erreichen können, zumal interessierte Nutzer*innen die Unternehmensseite einfach abonnieren können. Der LinkedIn-Auftritt der HMTM ermöglicht damit eine weitreichende Verbreitung insbesondere von Stellenausschreibungen und Beobachtung der unmittelbar darauffolgenden Reaktionen.

LinkedIn kann die Kommunikation der HMTM erleichtern, da sich die Zielgruppen niederschwellig und unkompliziert mit Fragen, Anregungen oder auch Kritik an die HMTM wenden können. So ermöglicht LinkedIn eine schnelle und unkomplizierte Kommunikation auf Augenhöhe und kann so insgesamt ein informatives und einladendes Bild der Hochschule mit ihren Angeboten, Qualitäten und Zielen vermitteln.

Mit Hilfe der LinkedIn-Unternehmensseite und der dezentralen Seite des Instituts für Kulturmanagement und Medien sowie des „Wavelab“ (Gründungszentrum der HMTM) können der LinkedIn-Öffentlichkeit aktuelle Informationen und Ausschreibungen zur Verfügung gestellt und das Netzwerk der Hochschule, insbesondere in den fachspezifischen Kanälen im Kulturmanagement, gestärkt werden. Auch unterstützt die HMTM damit die Tätigkeiten der international vernetzten und agierenden Mitarbeiter*innen im Rahmen ihrer individuellen Netzwerke mit z.B. internationalen Projektpartnern.

Zudem werden ausgewählte Inhalte der Hochschule crossmedial transportiert, die Auffindbarkeit im Netz verbessert sowie die Marke positioniert und der Bekanntheitsgrad der Hochschule erhöht.

3. Art und Umfang der Nutzung von LinkedIn

Die HMTM betreibt auf LinkedIn eine Unternehmensseite in der LinkedIn-Basisversion mit Logo und Kurzprofil sowie zwei dezentrale Seiten (Institut für Kulturmanagement und Medien und Wavelab). Diese Seiten informieren die Nutzer*innen über aktuelle Stellenausschreibungen und aktuelle Entwicklungen in den fachspezifischen Bereichen.

Die regelmäßigen Beiträge umfassen:

- Stellenausschreibungen der Hochschule
- Ausgewählte aktuelle Nachrichten
- Einladung zu Veranstaltungen (dezentrale Kanäle) der Hochschule oder mit Hochschulbeteiligung

4. Verantwortlichkeiten für die redaktionelle/technische Betreuung

Die Verantwortlichkeit für die redaktionelle Betreuung liegt bei der Leiterin der Abteilung Kommunikation.

5. Alternative Informations- und Kontaktmöglichkeiten

Wir weisen die Nutzer*innen darauf hin, dass die LinkedIn-Seite der HMTM lediglich eine zusätzliche Option darstellt, um mit der HMTM in Kontakt zu treten oder Informationen von dieser zu erhalten. Alternativ können die über LinkedIn angebotenen Informationen auch über die entsprechenden Verlinkungen auf unserer Website unter www.hmtm.de oder bestehenden Microsites abgerufen werden.

Weitere Kontaktmöglichkeiten:

- Mit allen Anfragen können Sie sich grundsätzlich an unseren zentralen Posteingang presse@hmtm.de wenden. Auch Presseanfragen und Fragen rund um Social Media können Sie an presse@hmtm.de richten.

Hinweis: Die Kommunikation per E-Mail erfolgt standardmäßig unverschlüsselt. Dabei ist nicht auszuschließen, dass an der Übertragung beteiligte Stellen Inhalte einer E-Mail zur Kenntnis nehmen können.

- Telefonisch erreichen Sie die HMTM unter der Telefonnummer 089-289-27450 (Pforte) bzw. - 27867 (zu Veranstaltungen sowie der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit)
- Postadresse: Arcisstraße 12, 80333 München

6. Selbstverpflichtung

Dieses Nutzungskonzept wird einmal im Jahr hinsichtlich des Ob und Wie der Nutzung evaluiert. Diese Evaluierung des Nutzungskonzepts berücksichtigt die Nutzungszahlen und Reichweiten sowie die Zielgruppenstruktur der Netzwerke.

D. Nutzungskonzept für den Twitter-Kanal der HMTM

Die HMTM dient als Kunsthochschule vor allem der Pflege der Künste, der Entwicklung künstlerischer Fähigkeiten und der Vermittlung künstlerischer Kenntnisse und Fertigkeiten mit dem Schwerpunkt auf der Ausbildung in den Bereichen Musik, Tanz und Theater.

Art. 2 Abs. 6 BayHSchG verpflichtet die bayerischen Hochschulen dazu, die Öffentlichkeit regelmäßig über die Erfüllung ihrer Aufgaben und die dabei erzielten Ergebnisse zu unterrichten. Um diese gesetzlichen Aufträge bestmöglich und zeitgemäß zu erfüllen, unterhält und pflegt die HMTM Auftritte in sozialen Medien. Die verwendeten Kanäle verschiedener Plattformen der sozialen Medien sind damit ein wichtiges Mittel der Öffentlichkeitsarbeit der HMTM.

Mit dem vorliegenden Nutzungskonzept übernimmt die HMTM entsprechend ihrer institutionellen Rolle als öffentliche Stelle ihre Verantwortung und Vorbildfunktion zur Nutzung sozialer Medien. Bitte beachten Sie dazu auch unsere Datenschutzhinweise und Abschätzung der Folgen der Social Media-Nutzung auf unserer Webseite: <https://hmtm.de/de/5-deutsch/aktuelles/datenschutz>.

1. Allgemeines zu Twitter

Twitter (englisch für „Gezwitscher“) ist ein soziales Netzwerk für Kurznachrichten (Mikroblogs). Registrierte Nutzer*innen können über diesen Dienst kostenlos kurze Nachrichten veröffentlichen, liken, kommentieren und teilen. Diese Tweets haben eine begrenzte Länge und sind in der Regel für jedermann sichtbar.

Die Nutzer*innen können sich bei anderen als „Follower“ registrieren, so dass sie deren Textnachrichten empfangen.

Mehr Informationen zu Twitter finden Sie hier: <https://about.twitter.com/de.html>

Vorteile von Twitter sind seine große Reichweite und – im Gegensatz zu manch anderen sozialen Netzwerken – seine Lesbarkeit ohne die Notwendigkeit einer eigenen Anmeldung, sowie die Nutzbarkeit ohne Verwendung eines Klarnamens.

2. Zweck der Nutzung von Twitter

Durch den Twitter-Kanal des Ben-Haim-Forschungszentrums der HMTM werden die bestehenden Kommunikationskanäle, wie Internetauftritt, Pressemitteilungen, Newsletter, Printprodukte und Veranstaltungen, sinnvoll ergänzt.

Für einige Zielgruppen sind die bestehenden Instrumente nicht mehr ausreichend. Gerade im Hinblick auf die Zielgruppe von Interessierten im Bereich Wissenschaft und Forschung sowie Vertreter*innen aus Presse und Politik haben wir festgestellt, dass wir diese direkter über Twitter erreichen

können, zumal interessierte Empfänger*innen entsprechende Tweets abonnieren können. Der Twitter-Kanal des Ben-Haim-Forschungszentrums der HMTM ermöglicht der Hochschule eine weitreichende Verbreitung der Meldungen und Impressionen, insbesondere mit in Bezug auf Forschungsergebnisse und Vernetzung in der entsprechenden Wissenschaftscommunity des Ben-Haim-Forschungszentrums, eine allgemein bessere Vernetzung zu anderen Institutionen und Informationsquellen sowie eine unmittelbare Reaktion auf das jeweilige Geschehen.

Durch diesen Kanal werden die Inhalte der Hochschule außerdem crossmedial transportiert, die Auffindbarkeit im Netz verbessert sowie die Marke positioniert und der Bekanntheitsgrad der Hochschule erhöht.

3. Art und Umfang der Nutzung von Twitter

Der Twitter-Kanal des Ben-Haim-Forschungszentrums der HMTM informiert die Nutzer*innen über Aktivitäten des Forschungszentrums und die Berichterstattung zu Themen rund um dessen Arbeitsschwerpunkte.

Regelmäßige Inhalte der Beiträge auf Twitter-Kanal des Ben-Haim-Forschungszentrums der HMTM sind:

- Hinweise auf eigene Forschungsaktivitäten
- Hinweise auf neue Veröffentlichungen des Forschungszentrums
- Veranstaltungsmeldungen des Forschungszentrums
- Hinweise auf Berichterstattung über das Forschungszentrum (Presseartikel, Veranstaltungskritiken, Rezensionen, Interviews, etc.)
- Retweets von Inhalten über das Forschungszentrum oder mit Relevanz für dessen Arbeitsgebiet

4. Verantwortlichkeiten für die redaktionelle/technische Betreuung

Die redaktionelle Betreuung des Twitter-Kanals des Ben-Haim-Forschungszentrums der HMTM liegt bei dessen Leitung. Die Verantwortlichkeit für den Kanal liegt bei der Abteilung Kommunikation.

5. Alternative Informations- und Kontaktmöglichkeiten

Wir weisen die Nutzer*innen darauf hin, dass die Twitter-Seite der HMTM lediglich eine zusätzliche Option darstellt, um mit der HMTM in Kontakt zu treten oder Informationen von dieser zu erhalten. Alternativ können die über Twitter angebotenen Informationen auch über die entsprechenden Verlinkungen auf unserer Website unter www.hmtm.de oder bestehenden Microsites abgerufen werden.

Weitere Kontaktmöglichkeiten:

- Mit allen Anfragen können Sie sich grundsätzlich an unseren zentralen Posteingang presse@hmtm.de wenden. Auch Presseanfragen und Fragen rund um Social Media können Sie an presse@hmtm.de richten.

Hinweis: Die Kommunikation per E-Mail erfolgt standardmäßig unverschlüsselt. Dabei ist nicht auszuschließen, dass an der Übertragung beteiligte Stellen Inhalte einer E-Mail zur Kenntnis nehmen können.

- Telefonisch erreichen Sie die HMTM unter der Telefonnummer 089-289-27450 (Pforte) bzw. - 27867 (zu Veranstaltungen sowie der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit)
- Postadresse: Arcisstraße 12, 80333 München

6. Selbstverpflichtung

Dieses Nutzungskonzept wird einmal im Jahr von uns hinsichtlich des Ob und Wie der Nutzung evaluiert. Diese Evaluierung des Nutzungskonzepts berücksichtigt die Nutzungszahlen und Reichweiten sowie die Zielgruppenstruktur der Netzwerke.

E. Nutzungskonzept für die Xing-Seite der HMTM

Die HMTM dient als Kunsthochschule vor allem der Pflege der Künste, der Entwicklung künstlerischer Fähigkeiten und der Vermittlung künstlerischer Kenntnisse und Fertigkeiten mit dem Schwerpunkt auf der Ausbildung in den Bereichen Musik, Tanz und Theater.

Art. 2 Abs. 6 BayHSchG verpflichtet die bayerischen Hochschulen dazu, die Öffentlichkeit regelmäßig über die Erfüllung ihrer Aufgaben und die dabei erzielten Ergebnisse zu unterrichten. Um diese gesetzlichen Aufträge bestmöglich und zeitgemäß zu erfüllen, unterhält und pflegt die HMTM Auftritte in sozialen Medien. Die verwendeten Kanäle verschiedener Plattformen der sozialen Medien sind damit ein wichtiges Mittel der Öffentlichkeitsarbeit der HMTM.

Mit dem vorliegenden Nutzungskonzept übernimmt die HMTM entsprechend ihrer institutionellen Rolle als öffentliche Stelle ihre Verantwortung und Vorbildfunktion zur Nutzung sozialer Medien. Bitte beachten Sie dazu auch unsere Datenschutzhinweise und Abschätzung der Folgen der Social Media-Nutzung auf unserer Webseite: <https://hmtm.de/de/5-deutsch/aktuelles/datenschutz>.

1. Allgemeines zu Xing

Xing ist ein soziales Netzwerk für Texte und Fotos, das in erster Linie zu beruflichen Zwecken genutzt wird. Registrierte Nutzer*innen können über diesen Dienst kostenlos ihre Inhalte sowie ein Arbeitnehmer*innen-Profil veröffentlichen, sich mit anderen Nutzer*innen oder mit Unternehmensseiten vernetzen, deren Beiträge kommentieren, „liken“ und teilen. Die Benutzer*innen können Unternehmensseiten empfehlen, bewerten, als Wunscharbeitgeber markieren oder abonnieren, so dass sie deren Nachrichten im eigenen News-Feed lesen können.

Vorteile von Xing sind seine große Reichweite und – im Gegensatz zu manch anderen sozialen Netzwerken – seine teilweise Lesbarkeit ohne die Notwendigkeit einer eigenen Anmeldung für den/die Nutzer*in. Inhalte von Unternehmensseiten können von Nutzer*innen auch ohne Anmeldung bei Xing gelesen werden. In der Regel wird Xing aber vor allem von Personen genutzt, die auch einen Account haben, da nur so die meisten Anwendungen nutzbar sind. Darüber hinaus handelt es sich bei der New Work SE um eine Firma mit Sitz in Deutschland, die vergleichsweise hohe Anforderungen an den eigenen Datenschutz stellt.

Mehr Informationen zu Xing finden Sie hier: <https://corporate.xing.com/de/unternehmen>

2. Zweck der Nutzung von Xing

Durch die Xing-Unternehmensseite werden die bestehenden Kommunikationskanäle, wie Internetauftritt, Pressemitteilungen, Newsletter, Printprodukte und Veranstaltungen, sinnvoll ergänzt. Mit Hilfe der Xing-Unternehmensseite lässt sich ein vielfältiges Bild vom Lernen, Lehren und Arbeiten an der HMTM zeichnen, das sowohl zukünftige Absolventen*innen und Mitarbeiter*innen anspricht als auch die Identifikation der aktuellen Beschäftigten sowie den Alumni*ae mit ihrer Hochschule steigert. Zudem können so der Öffentlichkeit Einblicke in Forschung und Lehre der Hochschule sowie in die Arbeit von Einrichtungen der Hochschule vermittelt werden.

Für einige Zielgruppen waren die „klassischen“ Instrumente allein (Print und Webseite) nicht mehr ausreichend. Gerade im Hinblick auf die Zielgruppe von Absolventen*innen, Mitarbeiter*innen sowie

Alumni*ae haben wir festgestellt, dass wir diese viel direkter und schneller über Xing erreichen können, zumal interessierte Empfänger einfach unsere Unternehmensseite abonnieren können. Die

Xing-Unternehmensseite ermöglicht eine weitreichende Verbreitung unserer Meldungen und Stories und eine unmittelbare Reaktion auf das jeweilige Geschehen.

3. Art und Umfang der Nutzung von Xing

Die Xing-Unternehmensseite der HMTM informiert die Nutzer*innen über die aktuelle Berichterstattung zur Hochschule, Nachrichten aus Forschung und Lehre sowie über aktuelle Stellenangebote. Wir nutzen Xing hingegen nicht als Beratungskanal. Anfragen, die uns über die Kommentarfunktion erreichen, werden direkt an die zuständige Stelle weitervermittelt und auf Kommunikationskanäle wie Telefon und E-Mail verwiesen.

Regelmäßige Inhalte der Beiträge auf der Xing-Unternehmensseite der HMTM sind:

- Stellenausschreibungen der Hochschule
- Ausgewählte aktuelle Nachrichten
- Weitere für die Zielgruppe „Absolventen“ und „Alumni*ae“ relevante Themen

4. Verantwortlichkeiten für die redaktionelle/technische Betreuung

Die Verantwortlichkeit für die redaktionelle Betreuung liegt bei der Abteilung Hochschulkommunikation.

5. Alternative Informations- und Kontaktmöglichkeiten

Wir weisen die Nutzer*innen darauf hin, dass die Xing-Seite der HMTM lediglich eine zusätzliche Option darstellt, um mit der HMTM in Kontakt zu treten oder Informationen von dieser zu erhalten. Alternativ können die über Xing angebotenen Informationen auch über die entsprechenden Verlinkungen auf unserer Website unter www.hmtm.de oder bestehenden Microsites abgerufen werden.

Weitere Kontaktmöglichkeiten:

- Mit allen Anfragen können Sie sich grundsätzlich an unseren zentralen Posteingang presse@hmtm.de wenden. Auch Presseanfragen und Fragen rund um Social Media können Sie an presse@hmtm.de richten.

Hinweis: Die Kommunikation per E-Mail erfolgt standardmäßig unverschlüsselt. Dabei ist nicht auszuschließen, dass an der Übertragung beteiligte Stellen Inhalte einer E-Mail zur Kenntnis nehmen können.

- Telefonisch erreichen Sie die HMTM unter der Telefonnummer 089-289-27450 (Pforte) bzw. - 27867 (zu Veranstaltungen sowie der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit)
- Postadresse: Arcisstraße 12, 80333 München

6. Selbstverpflichtung

Dieses Nutzungskonzept wird einmal im Jahr hinsichtlich des Ob und Wie der Nutzung evaluiert. Diese Evaluierung des Nutzungskonzepts berücksichtigt die Nutzungszahlen und Reichweiten sowie die Zielgruppenstruktur der Netzwerke.

F. Nutzungskonzept für die Youtube-Nutzung durch die HMTM

Die HMTM dient als Kunsthochschule vor allem der Pflege der Künste, der Entwicklung künstlerischer Fähigkeiten und der Vermittlung künstlerischer Kenntnisse und Fertigkeiten mit dem Schwerpunkt auf der Ausbildung in den Bereichen Musik, Tanz und Theater.

Art. 2 Abs. 6 BayHSchG verpflichtet die bayerischen Hochschulen dazu, die Öffentlichkeit regelmäßig über die Erfüllung ihrer Aufgaben und die dabei erzielten Ergebnisse zu unterrichten. Um diese gesetzlichen Aufträge bestmöglich und zeitgemäß zu erfüllen, unterhält und pflegt die HMTM Auftritte in sozialen Medien. Die verwendeten Kanäle verschiedener Plattformen der sozialen Medien sind damit ein wichtiges Mittel der Öffentlichkeitsarbeit der HMTM.

Mit dem vorliegenden Nutzungskonzept übernimmt die HMTM entsprechend ihrer institutionellen Rolle als öffentliche Stelle ihre Verantwortung und Vorbildfunktion zur Nutzung sozialer Medien. Bitte beachten Sie dazu auch unsere Datenschutzhinweise und Abschätzung der Folgen der Social Media-Nutzung auf unserer Webseite: <https://hmtm.de/de/5-deutsch/aktuelles/datenschutz>.

1. Allgemeines zu Youtube

Youtube ist eine Online-Plattform zur Veröffentlichung und Verbreitung von Videos. Registrierte Nutzer*innen können über diesen Dienst kostenlos Videos veröffentlichen. Diese Videos werden in der Regel so bereitgestellt, dass sie öffentlich sichtbar sind. Alternativ ist es möglich, Videos nur für einen bestimmten Personenkreis („Privat“) oder nur über eine URL zugänglich zu machen („Nicht gelistet“). In letzterer Variante erscheint das Video nicht öffentlich in der Videoliste des Kanals, sondern ist nur über einen Link erreichbar, den die Betreiber des Kanals z.B. per E-Mail gezielt bestimmten Personen zur Verfügung stellen.

Die Youtube, LLC, ist ein Tochterunternehmen der Google, LLC. Um sich bei Youtube registrieren zu können, ist ein Google-Konto nötig.

Registrierte Youtube-Nutzer*innen können anderen Youtube-Nutzer*innen folgen, deren Videos bewerten und die Videos innerhalb von Youtube aber auch auf anderen Online-Plattformen und Webseiten teilen. Das reine Betrachten von Videobeiträgen ist auch ohne eigenen Account möglich.

Mehr Informationen zu Youtube finden Sie hier: <https://www.youtube.com/yt/about/>

Vorteile von Youtube sind seine große Reichweite und – im Gegensatz zu manch anderen sozialen Netzwerken – die Nutzbarkeit der Videos ohne die Notwendigkeit einer eigenen Anmeldung für den Nutzer. Youtube zählt weltweit zu den am meisten genutzten Suchmaschinen.

Ein weiterer Vorteil ist die Nutzbarkeit ohne Verwendung eines Klarnamens für Nutzer*innen mit eigenem Youtube-Account.

2. Zweck der Nutzung von Youtube

Durch die Youtube-Kanäle der Hochschule (der zentrale Kanal, der Kanal des Jazz Instituts, der Kanal des ensemble oktopus und der Kanal des Madrigalchores), werden die bestehenden Kommunikationskanäle der HMTM in die Öffentlichkeit wie Webseite, Pressemitteilungen, Printmedien und Informationsveranstaltungen sinnvoll ergänzt. Die Bedeutung von Videos zur Weitergabe von Informationen hat in den letzten zehn Jahren stark zugenommen. Die Youtube-Präsenz gewährt den Nutzer*innen mit Videos in erster Linie Einblick in den Veranstaltungsbetrieb der HMTM und in bestimmte Serviceangebote und Studieninhalte.

Für einige Zielgruppen sind die bestehenden Instrumente nicht mehr ausreichend. Gerade im Hinblick auf die Zielgruppen der Studieninteressierten, Studierenden, und Lehrenden haben wir festgestellt, dass wir diese teils direkter über Youtube erreichen können, zumal interessierte Empfänger*innen unseren Kanal abonnieren können.

Die Youtube-Präsenz ermöglicht eine weitreichende Verbreitung unseres Studienangebots und die Präsentation unserer Studierenden durch Veranstaltungsmitschnitte. Sie verbreitert auch den Zugang zu teils selten aufgeführter Musik.

Durch die Nutzung von Youtube kann die Öffentlichkeit noch besser am Hochschulgeschehen teilhaben. Die Hochschule als Kulturinstitution erhöht ihre Sichtbarkeit und fördert ihre Studierenden

durch eine hohe Präsenz ihrer Aufführungen. Insgesamt trägt auch die Youtube-Präsenz dazu bei, die Inhalte der Hochschule crossmedial zu transportieren, die Auffindbarkeit im Netz zu verbessern und den Bekanntheitsgrad der Hochschule zu erhöhen.

3. Art und Umfang der Nutzung von YouTube

Die HMTM präsentiert ihren Nutzer*innen über Youtube Einblicke in den Veranstaltungsbetrieb und stellt bestimmte Serviceangebote und Studienbereiche dar.

Inhalte der Video-Beiträge sind:

- Mitschnitte von Konzerten, Musiktheaterproduktionen, Ballett-Aufführungen und Wort-Veranstaltungen der Hochschule oder mit Hochschulbeteiligung
- Interviews mit Beschäftigten oder Studierenden der HMTM
- Imagefilme
- Tutorials zum Studienalltag
- Videobeiträge zu studienrelevanten Themen (Lernplattformen, Lernorte etc.)
- Videos zu aktuellen Themen (Ansprachen des Präsidenten etc.)

Konkrete Verwaltungsleistungen wie eine Beratung im Einzelfall werden dagegen über Youtube nicht angeboten. Hier wird bei entsprechenden Anfragen auf die klassischen Kommunikationskanäle per Telefon oder E-Mail der jeweils zuständigen Abteilungen der HMTM verwiesen.

4. Verantwortlichkeiten für die redaktionelle/technische Betreuung

Die Verantwortlichkeit für die redaktionelle Betreuung des zentralen YouTube-Kanals liegt bei der Abteilung Kommunikation. Dezentrale Kanäle werden in Abstimmung mit der Abteilung Kommunikation geführt und eingerichtet.

5. Alternative Kontaktmöglichkeiten

Wir weisen die Nutzer*innen darauf hin, dass die Youtube-Kanäle der HMTM lediglich eine zusätzliche Option darstellen, um mit der HMTM in Kontakt zu treten oder Informationen von dieser zu erhalten. Alternativ können die über Youtube angebotenen Informationen auch über die entsprechenden Verlinkungen auf unserer Website unter www.hmtm.de oder bestehenden Microsites abgerufen werden.

Weitere Kontaktmöglichkeiten:

- Mit allen Anfragen können Sie sich grundsätzlich an unseren zentralen Posteingang presse@hmtm.de wenden. Auch Presseanfragen und Fragen rund um Social Media können Sie an presse@hmtm.de richten.

Hinweis: Die Kommunikation per E-Mail erfolgt standardmäßig unverschlüsselt. Dabei ist nicht auszuschließen, dass an der Übertragung beteiligte Stellen Inhalte einer E-Mail zur Kenntnis nehmen können.

- Telefonisch erreichen Sie die HMTM unter der Telefonnummer 089-289-27450 (Pforte) bzw. - 27867 (zu Veranstaltungen sowie der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit)
- Postadresse: Arcisstraße 12, 80333 München

6. Selbstverpflichtung

Dieses Nutzungskonzept wird einmal im Jahr hinsichtlich des Ob und Wie der Nutzung evaluiert. Diese Evaluierung des Nutzungskonzepts berücksichtigt die Nutzungszahlen und Reichweiten sowie die Zielgruppenstruktur der Netzwerke.