



# Social Media Guidelines der Hochschule für Musik Carl Maria von Weber

Leitfaden für den Umgang mit Facebook, Instagram & Co.  
Stand: März 2024

## Inhalt

1. Social Media – Einführung und Zielsetzung.....	2
2. Social Media an der HfM Dresden.....	2
3. Verantwortlichkeiten für die bestehenden Social Media-Accounts der HfM Dresden .....	3
4. Planung von dezentralen Social Media-Accounts der HfM Dresden .....	3
5. Rechtliche Rahmenbedingungen .....	4
6. Netiquette .....	5
7. Hinweise zur dienstlichen Nutzung.....	6
8. Daten- und Informationssicherheit .....	7
9. Zuständigkeiten und Ansprechpersonen.....	7
Quellen.....	8
Schriftliche Bestätigung der Kenntnisnahme der Social Media-Guidelines der HfM Dresden .....	9



## 1. Social Media – Einführung und Zielsetzung

Die HfM Dresden will die Öffentlichkeit regelmäßig über die Erfüllung ihrer Aufgaben und die dabei erzielten Ergebnisse unterrichten. Durch Social Media wie Instagram, Facebook und Youtube kann der Austausch gestärkt und Wissen geteilt werden. Deshalb sind sie ein Bestandteil der Öffentlichkeitsarbeit und ergänzen die Website, den Newsletter und die klassische Pressearbeit.

Als Social Media bezeichnet werden Internetdienste, die es Nutzern und Nutzerinnen ermöglichen, sich miteinander auszutauschen und mediale Inhalte (Bilder, Videos etc.) zu teilen. Eigene Inhalte werden publiziert, fremde Inhalte kommentiert und weiterempfohlen, Netzwerke werden gebildet, Brücken zum direkten menschlichen Kontakt geschlagen.

Social Media bieten vor allem in der jungen Zielgruppe eine hohe Reichweite und die Möglichkeit, diese adäquat anzusprechen. Sie erlauben den Aufbau einer Community, verbessern die Vernetzung der Hochschulmitglieder und gestatten eine transparente und unmittelbare Kommunikation auf Augenhöhe. Social Media helfen, ein vielfältiges Bild vom Lernen, Lehren, Forschen und Leben an der HfM Dresden zu zeichnen, das sowohl Studieninteressierte anspricht als auch die Identifikation der Studierenden wie der Alumni mit der Hochschule steigert. Social Media bieten eine Alternative, falls klassische Kommunikationswege wie E-Mail nicht verfügbar sind.

Die hier vorliegenden Social Media Guidelines sollen den Mitgliedern und Angehörigen der HfM Dresden eine Orientierung bieten und bei ihren Aktivitäten in den sozialen Medien unterstützen. Ziel ist es, Konflikten vorzubeugen, rechtliche Fehler zu minimieren, kommunikative Krisen zu vermeiden und Synergien innerhalb der Hochschulkommunikation zu nutzen, um die Reichweite und den Erfolg der Öffentlichkeitsarbeit zu steigern.

Die vorliegende Handreichung soll im Rahmen der dienstlichen Nutzung (vgl. 7 Hinweise zur dienstlichen Nutzung) von Social Media angewendet werden.

## 2. Social Media an der HfM Dresden

Für die HfM Dresden sind die Kommunikationskanäle der Social Media Bestandteil der Öffentlichkeitsarbeit. Die HfM Dresden unterhält:

- seit 2017 einen zentralen **Facebook**-Account: <https://www.facebook.com/hfmd>
- seit 2018 einen **Instagram**-Account: [https://www.instagram.com/hfm\\_dresden/](https://www.instagram.com/hfm_dresden/)
- seit 2020 einen offiziellen **YouTube**-Videoaccount:  
<https://www.youtube.com/hochschulefürmusikdresden>

Es werden auf diesen **zentralen** Social Media-Accounts der HfM Dresden u.a. Informationen zu Studiengängen, Konzerten, Symposien und Workshops veröffentlicht, Termine rund um den Studienalltag, Erfolge und Engagements der Studierenden sowie Einblicke in Exkursionen, Meisterkurse und Proben. Die HfM Dresden nutzt ihre zentralen Social-Media-Accounts für den Dialog mit Studierenden, Studieninteressierten, Lehrenden, Mitarbeitenden, Ehemaligen und der interessierten Öffentlichkeit inklusive Veranstaltungsbesucherinnen und -besuchern sowie mit den Medien und weiteren Multiplikatoren.

In verschiedenen Bereichen der HfM Dresden werden von einzelnen Mitarbeiterinnen und



Mitarbeitern **dezentrale** Social Media-Accounts mit Inhalten zur HfM Dresden unterhalten. Auf Instagram sind z.B. vertreten: der StuRa, das Team International, die JRP-Gesangsklassen, die JRP Kompositionsklasse, die Posaunenklasse, der Hochschulchor und einige Lehrende. Sie alle tragen dazu bei, die Vielseitigkeit der Hochschule in Lehre und Forschung und im Bereich Veranstaltungen für die digitale Öffentlichkeit sichtbar zu machen.

### 3. Verantwortlichkeiten für die bestehenden Social Media-Accounts der HfM Dresden

Die zentralen Social Media-Accounts sind ein Instrument der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der HfM Dresden und werden von ihr betreut und inhaltlich verantwortet. Die Entscheidung über die Auswahl der Inhalte, die Koordination und die redaktionelle Verantwortung obliegt der Pressereferentin und Social-Media-Verantwortlichen. Die dezentralen Accounts werden von mindestens einer an der HfM Dresden angestellten Person inhaltlich verantwortet.

- Auf den zentralen Social Media-Accounts der HfM Dresden sind Informationen aus allen Bereichen erwünscht. Senden Sie mögliche Themen und Hinweise für Beiträge an [pressestelle@hfmdd.de](mailto:pressestelle@hfmdd.de).
- Die einzelnen Social Media-Dienste sind sinnvoll miteinander zu verknüpfen. Über die verwendeten Accounts hinweg sollten alle Kommunikationsinhalte mit Hilfe einer Leitidee zu einer schlüssigen „Story“ verbunden werden.
- Die zentralen HfM Dresden-Accounts und die dezentralen Accounts sollten sich am besten durch gegenseitiges „Teilen“ und „Gefallen“ unterstützen.
- Eine sachliche Verlinkung des dezentralen Accounts zur Website der HfM Dresden und/oder zum betreffenden Studiengang oder Institut wäre wünschenswert.
- Erzeugen Sie Aufmerksamkeit durch relevante Inhalte. Die Einbindung von Fotos und Videos gehört zu einem interessanten Account.
- Recherchieren Sie Ihre Quellen sorgfältig und gestehen Sie ggf. Fehler ein bzw. stellen Sie diese zeitnah richtig.
- Die Referentin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit muss über den Account und die zuständigen sowie betreuenden Personen informiert werden.
- Die Zugangsdaten zu den Accounts dürfen nur im Rahmen der dienstlichen Aufgaben (z.B. Vertretungen, Bereichsleitung) und nicht an sonstige Dritte weitergegeben werden. Beim Ausscheiden aus dem Dienstverhältnis bzw. der Exmatrikulation des betreuenden Studierenden besteht die Verpflichtung, die Administrationsrechte abzugeben und die Zugangsdaten zu ändern. Das Passwort sollte aus mindestens zwölf Zeichen (mit Groß- und Kleinbuchstaben, Zahlen und Sonderzeichen) bestehen.
- Alle Hochschulangehörigen, die zentrale und dezentrale Social Media-Accounts verantworten und/oder betreuen, sind verpflichtet, die Einhaltung dieser Social Media-Guidelines schriftlich zu bestätigen.

### 4. Planung von dezentralen Social Media-Accounts der HfM Dresden

Die HfM Dresden befürwortet das Engagement ihrer Mitglieder und Angehörigen in Social Media. Institute, Fachrichtungen, Projekte oder Klassen der HfM Dresden, die Social Media-Accounts einrichten und nutzen möchten, seien auf folgendes hingewiesen:



- Bevor Sie Ihren eigenen dezentralen Social Media-Account mit Hochschulkontext anlegen, prüfen Sie bitte, ob die Themen nicht besser auf zentralen Social Media-Accounts platziert werden können.
- Bevor Sie Ihren eigenen dezentralen Social Media-Account mit Hochschulkontext anlegen, prüfen Sie bitte, ob Sie ausreichend Inhalte sowie die zeitlichen und personellen/fachlichen Ressourcen bereitstellen können.
- Ein Social-Media-Account ist nur dann ein sinnvolles Kommunikationsinstrument, wenn es kontinuierlich gepflegt wird. Bedenken Sie, dass Ihre dezentralen Social-Media-Accounts nicht von der Referentin der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit befüllt werden.
- Sollte festgestellt werden, dass Accounts länger als zwölf Monate nicht aktiv waren, wird nach vorheriger Absprache mit dem Verantwortlichen um Löschung gebeten bzw. wird der Account zur Löschung bei der Plattform gemeldet.
- Die Entscheidung über die Einrichtung eines Social Media-Accounts mit Hochschulkontext trifft eine an der HfM Dresden angestellte Person. Sie/Er ist für die Inhalte verantwortlich und haftbar.
- Bevor Sie einen neuen Social Media-Account mit Inhalten, die sich überwiegend oder ausschließlich mit Themen der HfM Dresden befassen, eröffnen, stimmen Sie sich bitte mit der Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ab, um eine gute Vernetzung Ihres Accounts mit den zentralen Accounts der Hochschule zu erreichen.
- Das Hochschullogo darf nicht als Profilkennzeichnung dezentraler Accounts genutzt werden.
- Bei der Benennung dezentraler Social-Media-Accounts muss eine Verbindung zur HfM Dresden erkennbar sein, zum Beispiel im Namen des Accounts oder mindestens in der Profilbeschreibung.
- Informieren Sie sich über die aktuellen Nutzungsbedingungen und Richtlinien der Plattform, bevor Sie Ihren Account einrichten. Passen Sie die Einstellungen zur Privatsphäre an und seien Sie sich bewusst, dass Inhalte lange verfügbar, z.T. nicht löscherbar sind bzw. die Verbreitung einmal eingestellter Inhalte nachträglich nicht gestoppt werden kann.
- Stellen Sie sicher, dass Funktionen deaktiviert sind, die lokale Verzeichnisse auf dem Rechner freischalten oder Kontakt- und E-Mail-Adressen an den Dienstleister übertragen.

## 5. Rechtliche Rahmenbedingungen

Vor der Veröffentlichung klären Sie bitte, ob Sie berechtigt sind, das Ihnen vorliegende Material zu verwenden. Ein Hinweis auf das Urheberrecht zu den auf den Accounts verwendeten Bildern, Videos, Grafiken etc. ist zwingend erforderlich. Außerdem muss eine schriftliche Vereinbarung oder Freigabe von folgenden möglichen Rechteinhaberinnen oder Rechteinhabern vorliegen:

- Bei **Bildern, Fotos und Grafiken**: Fotografen, Bildagenturen, Künstler, Museen, (Grafik-) Designer, Illustratoren, Verwertungsgesellschaften, abgebildete Personen, Inhaber von Namens- und Markenrechten; das gilt auch für die Logos und Schriftzüge der HfM Dresden, die u.a. durch das Namens- und Markenrecht geschützt werden. **Achtung**: Bilder aus dem Internet sind in aller Regel indiziert, so dass Rechtsverletzungen sehr gut und effektiv verfolgt werden können.
- Bei **Texten**: Autor, Übersetzer, Verlage, Verwertungsgesellschaften



- Bei **Musik** und **Audio-Material**: Texte, Komponisten, Musikverlage, Künstler, Produzenten (Tonträgerhersteller), Verwertungsgesellschaften wie GEMA
- Bei **Filmen** und **Videos**: insbesondere Titel, Datum, Ort, Mitwirkende, Regie, Herausgeber, Produzent, Filmhersteller, Verwertungsgesellschaften etc. sollten als Text in die Angaben zum Film oder Video bzw. im Abspann eingefügt werden. Siehe auch weitere Beteiligte bei Texten, Bildern, Musik, Kennzeichen etc..

Wenn Sie Inhalte von Dritten nutzen, die diese im Internet (kostenlos oder kostenpflichtig) zum Download zur Verfügung stellen, achten Sie auf die Lizenzbestimmungen. Was die Lizenzbestimmungen nicht ausdrücklich erlauben, dürfen Sie in aller Regel auch nicht tun. Achten Sie auf Beschränkungen in den Lizenzbedingungen. Gesetze, die bei der Veröffentlichung von Text-, Bild- und Tonmaterial im Bereich Social Media zu beachten 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. Das Künstlerische Betriebsbüro stellt für diesen Fall das Formular „Erklärung der Einwilligung in die Verarbeitung und Veröffentlichung von persönlichen Bild- und Tondaten sowie von (Live-)Streaming-Aufnahmen“ bereit.
- **Allgemeines Persönlichkeitsrecht**: Art. 1 Abs. 1, Art. 2 Abs. 1 GG, Schutz der Persönlichkeit, Schutz der Identität, Schutz der (informationellen) Selbstbestimmung, Schutz der Ehre
- **Datenschutz**: DSGVO, SächsHSG, SächsDSDG
- **Gewerbliche Schutzrechte**: MarkenG (Markenschutz, Unternehmenskennzeichen, Werktitel, Logos)
- **Urheberrechte & Leistungsschutzrechte**: UrhG
- **Wettbewerbsrecht**: UWG, PAngV

Wenn bei Social Media-Angeboten **personenbezogene Daten** verarbeitet werden, sind gesetzlich zwingend notwendig: Eine Information der Betroffenen über die Datenverarbeitung und eine (formularhafte) Dokumentation der Verarbeitung (sog. VVT). Falls Dienstleister für die Hochschule beauftragt werden und dabei an der Datenverarbeitung beteiligt sind, ist ein Vertrag zu deren Datenschutz-Pflichten zwingend verlangt (sog. AVV).

Die entsprechenden Paragraphen und deren Inhalte finden Sie z.B. unter: [www.gesetze-im-internet.de](http://www.gesetze-im-internet.de) (Bundesrecht) und [www.revosax.sachsen.de](http://www.revosax.sachsen.de) (Landesrecht) [www.gesetze-im-internet.de/](http://www.gesetze-im-internet.de/)

## 6. Netiquette

Netiquette beschreibt die Verhaltensregeln auf Social Media, die den Rahmen für einen offenen und gemeinschaftlichen Dialog bilden. Wenn diese auf den Social Media-Accounts der HfM Dresden nicht eingehalten werden, behält sich die HfM Dresden das Recht vor, Inhalte ohne Angaben von Gründen ggf. zu löschen, an den jeweiligen Plattformbetreiber zu melden und Nutzende zu blockieren.

- **Respektvoller Umgang**: Achten Sie bitte auf einen fairen und höflichen Ton und bleiben Sie sachlich. Beleidigungen, Obszönitäten, persönliche Angriffe, Anfeindungen,



rassistische, antisemitische, homo- und transphobe, sexistische oder anderweitig diskriminierende Äußerungen werden nicht geduldet. Gewaltverherrlichende, verfassungsfeindliche sowie pornografische Inhalte sind nicht akzeptabel.

- **Themenbezug beachten:** Diskussionsbeiträge sollten das jeweilige Thema betreffen.
- **Fragen beantworten:** Gehen Sie auf Anregungen ein und beantworten Sie gestellte Fragen oder verweisen auf jemanden, der weiterhelfen kann.
- **Missbräuchliche Nutzung:** Die HfM Dresden ist als Körperschaft des öffentlichen Rechts **nicht berechtigt, Werbeanzeigen** von Drittanbietern zu schalten. Das bedeutet, die Social Media-Accounts dürfen nicht als Werbeflächen für andere Webseiten oder Dienste sowie für kommerzielle Angebote von Waren und Dienstleistungen genutzt werden.
- **Bilder:** Bitten nennen Sie stets den Urheber bzw. die Urheberin von Zitaten und Bildern, die nicht Ihre eigenen sind. Fragen Sie die abgebildeten Personen mindestens mündlich, am besten schriftlich, ob Sie mit der Veröffentlichung des Fotos via Social Media einverstanden sind. Das Künstlerische Betriebsbüro stellt für diesen Fall das Formular „Erklärung der Einwilligung in die Verarbeitung und Veröffentlichung von persönlichen Bild- und Tondaten sowie von (Live-) Streaming-Aufnahmen“ bereit.
- **Quellenangabe:** Medien, die nicht von der Person selbst erstellt wurden, sollten über Verlinkungen und Retweets verfügbar gemacht werden. Für Verlautbarungen im Kontext der Wissenschaft gehören zudem Angaben von Quellen zur guten Praxis.
- **Verantwortung:** Die Verantwortung für den Inhalt der Beiträge liegt bei den Nutzenden selbst. Die Verfasserin bzw. der Verfasser der Beiträge gibt der HfM Dresden mit dem Einstellen des Beitrags das Recht, den Beitrag dauerhaft auf dem Social Media-Account zu speichern.

## 7. Hinweise zur dienstlichen Nutzung

- Nach aktueller Rechtslage benötigt jeder Social Media-Account ein **Impressum** (Telemediengesetz TMG) und einen Datenschutzhinweis (Art. 13 DSGVO), die direkt mit einem Klick von der Startseite erreichbar sind und die Verantwortlichen ausweisen.
- Die Nutzung von sozialen Netzwerken während der Arbeitszeit ist grundsätzlich nur im Rahmen von dienstlichen Aufgaben vorgesehen. Sie ist freiwillig, sofern die Social-Media-Arbeit nicht explizit zu den Dienstaufgaben gehört.
- Bitte beachten Sie, dass das Internet kein rechtsfreier Raum ist und dass Rechtsverstöße sowie Verstöße gegen die vorliegenden Guidelines arbeitsrechtliche Konsequenzen haben können.
- Dienstgeheimnisse sowie vertrauliche Informationen über die Hochschule und ihre (ehemaligen) Mitglieder müssen im Internet und auch gegenüber Bekannten und Familienangehörigen vertraulich behandelt werden. Nicht der Geheimhaltung bedürfen nur solche Angaben, die mit der Hochschule im Zusammenhang stehen und die für jedermann offenkundig sind, z. B. weil in den Medien bereits darüber berichtet worden ist. Achten Sie auch darauf, keine Informationen vorab preiszugeben, die für wissenschaftliche Publikationen (potenziell) relevant sein können.
- Jeder ist für sein Handeln im Internet – ob beruflich oder privat – verantwortlich. Eine persönliche Haftung kann nicht ausgeschlossen werden.
- Authentizität statt Anonymität. Schreiben und kommentieren Sie Beiträge stets unter Ihrem echten Namen (privater Account) bzw. im Namen Ihrer Einrichtung (dezentraler Account). Dabei ist die korrekte Schreibweise des Hochschulnamens zu beachten: Hochschule für Musik Dresden bzw. abgekürzt: HfM Dresden oder HfMDD.
- Wenn Sie Social Media-Accounts privat nutzen, machen Sie kenntlich, dass es sich um private Äußerungen und ihre persönliche Meinung handelt, falls Sie sich zu



Hochschulthemen äußern, z.B. durch einen Hinweis im betreffenden Beitrag selbst: „Die Inhalte auf diesem Account sind meine persönliche Meinung und repräsentieren nicht die Position der HfM Dresden.“

- Die HfM Dresden ist zur Neutralität verpflichtet. Bei der dienstlichen Verwendung von sozialen Netzwerken sollte auf persönliche Meinungsäußerungen verzichtet werden – bleiben Sie neutral. Auch parteipolitische und bekenntnisbezogene Äußerungen sind unangebracht. Provokationen werden am besten ignoriert.
- Das Hochschullogo sowie Piktogramme oder Submarken dürfen nicht für den privaten Gebrauch sowie zur Bewerbung von Personen oder Produkten genutzt werden.
- Die vorliegenden Guidelines werden bei Anpassungsbedarf fortgeschrieben. Der jeweilige aktuelle Stand der Guidelines ist hochschulintern abrufbar.

## 8. Daten- und Informationssicherheit

Die Sicherheit personenbezogener Daten dient nicht nur dazu, dass dem geltenden Datenschutzrecht genügt wird, sondern schützt auch die dienstlichen Interessen der HfM Dresden. Informationen, Daten und Geschäftsgeheimnisse müssen vor unberechtigten Zugriffen Dritter geschützt werden. Dies wird nahezu unmöglich, wenn diese Dritten sich Ihrer Profile bedienen und damit vortäuschen, Sie zu sein. Deshalb sollten Sie stets sichere Passwörter verwenden und bei Bedarf Ihre Passwörter abändern. Sie sollten niemals darauf vertrauen, dass sich hinter einem Profil, mit dem Sie gerade z.B. chatten, tatsächlich auch die Ihnen persönliche bekannte Person steckt. Denn auch dessen Profil könnte von einem Dritten missbraucht werden. Tauschen Sie sich deshalb niemals mittels Social Media über vertrauliche Themen aus, auch dann nicht, wenn Sie glauben, ihr Gegenüber würde die Information ja ohnehin selbst auch kennen.

## 9. Zuständigkeiten und Ansprechpersonen

Für Fragen rund um das Thema Social Media an der HfM Dresden steht die Referentin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit gerne zur Verfügung:

### **Stefanie Pilz**

Pressereferentin & Social Media

Telefon 0351 4923 686

Mobil 0173 2473455

[stefanie.pilz@hfmdd.de](mailto:stefanie.pilz@hfmdd.de)

Für Fragen rund um das Thema Daten- und Informationssicherheit steht der Datenschutzbeauftragte zur Verfügung:

DID-Dresdner Institut für Datenschutz

### **Alexander Weidenhammer**

Rechtsanwalt

[a.weidenhammer@dids.de](mailto:a.weidenhammer@dids.de) oder [zentrale@dids.de](mailto:zentrale@dids.de)

[www.dids.de](http://www.dids.de)

In diesem Dokument wird eine gendergerechte Sprache genutzt. Sind genderneutrale Formulierungen nicht möglich, werden die männliche und die weibliche Form verwendet. Diese Formulierungen gelten jedoch für Personen jeglicher Geschlechtsidentität gleichermaßen.



## Quellen

Bundesverband Hochschulkommunikation: **Tipps und Tricks für den Umgang mit dezentralen Social-Media-Accounts an Hochschulen**, Empfehlungen und Materialien der IQ\_HKOM – Initiative Qualität für Hochschulkommunikation, o.O., Mai 2021 (Publikationen zur Hochschul-PR Bd. 8).

Bundesverband Hochschulkommunikation: **Vorlage zur Erstellung von Social Media Guidelines**, Empfehlungen und Materialien der IQ\_HKOM – Initiative Qualität für Hochschulkommunikation, o.O., August 2017 (Publikationen zur Hochschul-PR Bd.7).

Hochschule der Bildenden Künste Saar: **Social Media-Richtlinien der HBK Saar**, Saarbrücken 2022,  
[https://www.hbksaar.de/files/hbksaar/download/hochschulrecht/Verordnungen%20Richtlinien/HBKsaar%20Richtlinien%20Sozial%20Media,\\_Stand%2013.04.2022.pdf](https://www.hbksaar.de/files/hbksaar/download/hochschulrecht/Verordnungen%20Richtlinien/HBKsaar%20Richtlinien%20Sozial%20Media,_Stand%2013.04.2022.pdf) [Abruf 25.08.23].

Hochschule für Musik Nürnberg: **Nutzungskonzept für Social Media-Präsenzen der Hochschule für Musik Nürnberg**, Nürnberg o.J., [https://www.hfm-nuernberg.de/fileadmin/website/Dokumente/Social\\_Media/Nutzungskonzept\\_Social\\_Media.pdf](https://www.hfm-nuernberg.de/fileadmin/website/Dokumente/Social_Media/Nutzungskonzept_Social_Media.pdf) [Abruf 25.08.23].

Hochschule für Musik und Theater München: **Netiquette für die Social Media-Präsenzen der Hochschule für Musik und Theater München**, München 2021, [https://hmtm.de/wp-content/uploads/PDF/datenschutz/Social\\_Media\\_Praesenzen\\_der\\_HMTM\\_Netiquette.pdf](https://hmtm.de/wp-content/uploads/PDF/datenschutz/Social_Media_Praesenzen_der_HMTM_Netiquette.pdf) [Abruf 25.08.23].

Hochschule für Musik und Theater Rostock: **Social Media Guidelines der Hochschule für Musik und Theater Rostock**, Rostock 2017, <https://www.hmt-rostock.de/index.php?eID=dumpFile&t=f&f=283111&token=8cc7fca8b9177753dc21d431392c6e827d39cb97> [Abruf 25.08.23].



## Schriftliche Bestätigung der Kenntnisnahme der Social Media-Guidelines der HfM Dresden

Die Social Media-Guidelines der HfM Dresden (Stand: März 2024) habe ich zur Kenntnis genommen.

Name, Vorname: .....

Funktion, Bereich: .....

Ich betreue/verantworte einen Social Media-Account:  ja  nein

Wenn ja, bitte Link angeben: .....

.....  
Datum

.....  
Unterschrift