

Nutzungskonzept für Social Media-Präsenzen der Hochschule für Musik Nürnberg¹

Inhalt

A. Nutzungskonzept für die Facebook-Seite(n) der Hochschule für Musik Nürnberg	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-Seite(n) der Hochschule für Musik Nürnberg	4
1. Allgemeines zu Instagram	4
2. Zweck der Nutzung von Instagram	5
3. Art und Umfang der Nutzung von Instagram	5
4. Verantwortlichkeiten für die redaktionelle/technische Betreuung	5
5. Alternative Informations- und Kontaktmöglichkeiten	6
6. Selbstverpflichtung	6
C. Nutzungskonzept für den YouTube-Kanal der Hochschule für Musik Nürnberg	6
1. Allgemeines zu YouTube	7
2. Zweck der Nutzung von YouTube	7
3. Art und Umfang der Nutzung von YouTube	8
4. Verantwortlichkeiten für die redaktionelle/technische Betreuung	8
5. Alternative Kontaktmöglichkeiten	8
6. Selbstverpflichtung	9
D. Quellen	9

¹ Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird bei Personenbezeichnungen und personenbezogenen Hauptwörtern in diesem Dokument die männliche Form verwendet. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung grundsätzlich für alle Geschlechter. Die verkürzte Sprachform hat nur redaktionelle Gründe und beinhaltet keine Wertung.

A. Nutzungskonzept für die Facebook-Seite(n) der Hochschule für Musik Nürnberg

Die Hochschule der Musik Nürnberg dient als Kunsthochschule vor allem der Pflege der Künste, der Entwicklung künstlerischer Fähigkeiten und der Vermittlung künstlerischer Kenntnisse und Fertigkeiten.

Art. 2 Abs. 6 BayHSchG verpflichtet die 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 Hochschule für Musik Nürnberg Auftritte in sozialen Medien.

Die Öffentlichkeitsarbeit für die Hochschule für Musik Nürnberg findet auch auf Facebook statt. Mit dem vorliegenden Nutzungskonzept übernimmt die Hochschule für Musik Nürnberg entsprechend der als öffentliche Stelle ihre Verantwortung und Vorbildfunktion zur Nutzung sozialer Medien. Bitte beachten Sie dazu auch unsere Datenschutzhinweise <https://www.hfm-nuernberg.de/zusatznavigation/datenschutzinformation/> und Abschätzung der Folgen der Facebook-Nutzung [https://www.hfm-nuernberg.de/zusatznavigation/impressum/?no_cache=1]

1. Allgemeines zu Facebook

Facebook ist ein soziales Netzwerk für Texte, Fotos, Videos und Live-Streams. Registrierte Nutzer können über diesen Dienst kostenlos ihre Inhalte veröffentlichen, sich mit anderen Nutzern 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 für den Nutzer. Inhalte von Fanpages können von Nutzern 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 die Facebook-Fanpage werden die bestehenden Kommunikationskanäle, wie Internetauftritt, Pressemitteilungen, Newsletter, Printprodukte und Veranstaltungen, sinnvoll ergänzt. Mit Hilfe der Facebook-Fanpage lässt sich ein vielfältiges Bild vom Lernen, Lehren, Forschen und Leben an der Hochschule für Musik Nürnberg zeichnen, das sowohl Studieninteressierte anspricht als auch die Identifikation der Studierenden wie der Alumnae und Alumni mit ihrer Hochschule steigert. Zudem können so der Öffentlichkeit Einblicke in Forschung und Lehre der Hochschule sowie in die Arbeit von Einrichtungen der Hochschule, studentischen Organen und Initiativen vermittelt werden.

Für einige Zielgruppen waren die „klassischen“ Instrumente allein (Print und Webseite) nicht mehr ausreichend. Gerade im Hinblick auf die Zielgruppe von Studieninteressierten, Studierenden und Mitarbeitern haben wir festgestellt, dass wir diese viel direkter und schneller über Facebook erreichen können, zumal interessierte Empfänger einfach unsere Fanpage abonnieren können. Die Facebook-Fanpage ermöglicht eine weitreichende Verbreitung unserer Meldungen, Stories und Impressionen und eine unmittelbare Reaktion auf das jeweilige Geschehen.

Zudem ist Facebook ein Kanal zur Kommunikation und zum Zuhören. Hier können sich Studierende und Studieninteressierte niederschwellig und unkompliziert mit Fragen, Anregungen oder auch Kritik an ihre

Hochschule wenden. So ermöglicht Facebook als „Zuhörmedium“ der Hochschule eine enge, direkte Kommunikation auf Augenhöhe mit ihren Zielgruppen. Facebook kann so insgesamt ein informatives, einladendes, menschliches Bild der Hochschule vermitteln.

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 Facebook

Die Facebook-Fanpage der Hochschule für Musik Nürnberg informiert die Nutzer über aktuelle Berichterstattung zu universitären Themen, Veranstaltungen, Nachrichten aus Wissenschaft, Forschung und Lehre, Serviceangeboten, Studierendenjobs sowie sonstiges Wissenswertes rund um den Campus. Wir nutzen Facebook hingegen nicht als Beratungskanal. Anfragen, die uns über den zur Seite gehörenden Facebook-Nachrichtenkanal erreichen, werden direkt an die zuständige Stelle weitervermittelt und auf Kommunikationskanäle wie Telefon und E-Mail verwiesen.

Regelmäßige Inhalte der Beiträge auf der Facebook-Fanpage der Hochschule für Musik Nürnberg sind:

- Fotos und Videos der Hochschule
- Hinweise auf und Berichte über Veranstaltungen und Events in der Hochschule und mit Hochschulbeteiligung
- Ankündigungen von Vorträgen in der Hochschule oder mit Hochschulbeteiligung
- Hinweise für Studierende zum Studium
- Erinnerungen an Fristen (etwa Prüfungsanmeldung, Semesterrückmeldung)
- Studienangebote der Hochschule für Musik Nürnberg (etwa Lehrinhalte und Studiengänge)
- Einblicke in aktuelle Studienarbeiten und Projekte
- Informationen zu Betreuungs- und Beratungsangeboten der Hochschule
- Berichte über das Engagement an der Hochschule in Initiativen
- Campus-Impressionen

4. Verantwortlichkeiten für die redaktionelle/technische Betreuung

Die Verantwortlichkeit für die redaktionelle Betreuung liegt bei der Leiterin des Sachgebiets Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Veranstaltungswesen und Fundraising sowie der dazugehörigen Abteilung Referat für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, insbesondere der Social-Media Redaktion.

5. Alternative Informations- und Kontaktmöglichkeiten

Wir weisen die Nutzer darauf hin, dass der Facebook-Kanal lediglich eine zusätzliche Option darstellt, um mit der Hochschule für Musik Nürnberg in Kontakt zu treten oder Informationen von dieser zu erhalten. Alternativ können die über Facebook angebotenen Informationen auch über die entsprechenden Verlinkungen auf unserem Internet-Angebot unter <https://www.hfm-nuernberg.de/home/> oder auf den weiteren verlinkten Webseiten abgerufen werden.

Weitere Kontaktmöglichkeiten:

- Mit allen Anfragen können Sie sich grundsätzlich an unseren zentralen Posteingang info@hfm-nuernberg.de wenden. Presseanfragen können Sie an presse@hfm-nuernberg.de richten. Das Social-Media-Team erreichen Sie unter presse@hfm-nuernberg.de.

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 Hochschule für Musik Nürnberg unter der Telefonnummer 0911 215 22 102.

- Postadresse:

Hochschule für Musik Nürnberg
Veilhofstraße 34
90489 Nürnberg

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.

B. Nutzungskonzept für die Instagram-Seite(n) der Hochschule für Musik Nürnberg

Die Hochschule für Musik Nürnberg dient als Kunsthochschule vor allem der Pflege der Künste, der Entwicklung künstlerischer Fähigkeiten und der Vermittlung künstlerischer Kenntnisse und Fertigkeiten.

Art. 2 Abs. 6 BayHSchG verpflichtet die 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 Hochschule für Musik Nürnberg Auftritte in sozialen Medien.

Die Öffentlichkeitsarbeit für die Hochschule für Musik Nürnberg findet auch auf Instagram statt. Mit dem vorliegenden Nutzungskonzept übernimmt die Hochschule für Musik Nürnberg entsprechend der als öffentliche Stelle ihre Verantwortung und Vorbildfunktion zur Nutzung sozialer Medien. Bitte beachten Sie dazu auch unsere Datenschutzhinweise <https://www.hfm-nuernberg.de/zusatznavigation/datenschutz-information/> und Abschätzung der Folgen der Instagram-Nutzung https://www.hfm-nuernberg.de/zusatznavigation/impressum/?no_cache=1

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 können über diesen Dienst kostenlos ihre Inhalte veröffentlichen, sich mit anderen Nutzern vernetzen, deren Beiträge kommentieren und „ liken“. Die Benutzer können Profile abonnieren, so dass sie deren Nachrichten im eigenen Instagram-Feed lesen können. Vorteile von Instagram sind seine große Reichweite 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 das Instagram-Profil werden die bestehenden Kommunikationskanäle, wie Internetauftritt, Pressemitteilungen, Newsletter, Printprodukte und Veranstaltungen, sinnvoll ergänzt. Mit Hilfe des Instagram-Profiles lässt sich ein vielfältiges Bild vom Lernen, Lehren, Forschen und Leben an der Hochschule für Musik Nürnberg zeichnen, das sowohl Studieninteressierte anspricht, als auch die Identifikation der Studierenden wie der Alumni mit ihrer Hochschule steigert.

Für einige Zielgruppen waren die „klassischen“ Instrumente allein (Print und Webseite) nicht mehr ausreichend. Gerade im Hinblick auf die Zielgruppe von Studieninteressierten und Studierenden haben wir festgestellt, dass wir diese viel direkter und schneller über Instagram erreichen können, zumal interessierte Empfänger einfach unser Profil abonnieren können. Das Instagram-Profil ermöglicht eine weitreichende Verbreitung unserer Fotos, Stories und Impressionen und eine unmittelbare Reaktion auf das jeweilige Geschehen.

Die Instagram-Seite 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 cross-medial transportiert, die Auffindbarkeit im Netz verbessert sowie die Marke positioniert und der Bekanntheitsgrad der Hochschule erhöht.

3. Art und Umfang der Nutzung von Instagram

Das Instagram-Profil der Hochschule für Musik Nürnberg informiert die Nutzer über Bunt und Wissenswertes rund um den Campus, aber auch über aktuelle universitäre Themen, Veranstaltungen und 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 Hochschule für Musik Nürnberg sind:

- Fotos und Videos der Hochschule
- Hinweise auf und Berichte über Veranstaltungen und Events in der Hochschule und mit Hochschulbeteiligung
- Ankündigungen von Vorträgen in der Hochschule oder mit Hochschulbeteiligung
- Hinweise für Studierende zum Studium
- Erinnerungen an Fristen (etwa Prüfungsanmeldung, Semesterrückmeldung)
- Studienangebote der Hochschule für Musik Nürnberg (etwa Lehrinhalte und Studiengänge)
- Einblicke in aktuelle Studienarbeiten und Projekte
- Informationen zu Betreuungs- und Beratungsangeboten der Hochschule
- Berichte über das Engagement an der Hochschule in Initiativen
- Campus-Impressionen

4. Verantwortlichkeiten für die redaktionelle/technische Betreuung

Die Verantwortlichkeit für die redaktionelle Betreuung liegt bei der Leiterin des Sachgebiets Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Veranstaltungswesen und Fundraising sowie der dazugehörigen Abteilung Referat für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, insbesondere der Social-Media Redaktion.

5. Alternative Informations- und Kontaktmöglichkeiten

Wir weisen die Nutzer darauf hin, dass das Instagram-Profil lediglich eine zusätzliche Option darstellt, um mit der Hochschule für Musik Nürnberg in Kontakt zu treten oder Informationen von dieser zu erhalten. Alternativ können die Informationen auch über die entsprechenden Verlinkungen auf unserem Internet-Angebot unter <https://www.hfm-nuernberg.de/home/> oder auf den weiteren verlinkten Webseiten abgerufen werden.

Weitere Kontaktmöglichkeiten:

- Mit allen Anfragen können Sie sich grundsätzlich an unseren zentralen Posteingang info@hfm-nuernberg.de wenden. Presseanfragen können Sie an presse@hfm-nuernberg.de richten. Das Social-Media-Team erreichen Sie unter presse@hfm-nuernberg.de.
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 Hochschule für Musik Nürnberg unter der Telefonnummer 0911 215 22 102.
- Postadresse:
Hochschule für Musik Nürnberg
Veilhofstraße 34
90489 Nürnberg

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.

C. Nutzungskonzept für den YouTube-Kanal der Hochschule für Musik Nürnberg

Die Hochschule für Musik Nürnberg dient als Kunsthochschule vor allem der Pflege der Künste, der Entwicklung künstlerischer Fähigkeiten und der Vermittlung künstlerischer Kenntnisse und Fertigkeiten.

Art. 2 Abs. 6 BayHSchG verpflichtet die 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 Hochschule für Musik Nürnberg Auftritte in sozialen Medien.

Daher ist die Nutzung von Social-Media-Kanälen Teil der Öffentlichkeitsarbeit der Hochschule für Musik Nürnberg und erfolgt auch über YouTube. Mit dem vorliegenden Nutzungskonzept übernimmt die Hochschule für Musik Nürnberg entsprechend der als öffentliche Stelle ihre Verantwortung und Vorbildfunktion zur Nutzung sozialer Medien. Bitte beachten Sie dazu auch unsere Datenschutzhinweise <https://www.hfm-nuernberg.de/zusatznavigation/datenschutzinformation/> und Abschätzung der Folgen der Youtube-Nutzung https://www.hfm-nuernberg.de/zusatznavigation/impressum/?no_cache=1.

1. Allgemeines zu YouTube

YouTube ist eine Online-Plattform zur Veröffentlichung und Verbreitung von Videos. Registrierte Nutzer 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 können anderen YouTube-Nutzern 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 Nutzer-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 mit eigenem YouTube-Account.

2. Zweck der Nutzung von YouTube

Mit der Einrichtung eines YouTube-Kanals werden die bestehenden Kommunikationskanäle der Hochschule für Musik Nürnberg 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. Der YouTube-Kanal informiert die Nutzer mit Videos in erster Linie über Forschung, Studium und Veranstaltungen.

Für einige Zielgruppen sind die bestehenden Instrumente nicht mehr ausreichend. Gerade im Hinblick auf die Zielgruppe von Studieninteressierten, haben wir festgestellt, dass wir diese teils viel direkter über YouTube erreichen können, zumal interessierte Empfänger unseren Kanal abonnieren können.

Der YouTube-Kanal ermöglicht eine weitreichende Verbreitung unseres Studienangebots, unserer Forschungsthemen und besonderer Veranstaltungen auf dem Campus.

Des Weiteren können wir über den direkten Dialog mit Studierenden, Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern sowie der interessierten Öffentlichkeit Meinungsbilder einholen und wertvolles Feedback erhalten, um unsere Aufgabenerfüllung zu optimieren.

Durch die Nutzung von YouTube soll die Öffentlichkeit noch besser am Hochschulgeschehen teilhaben können.

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 YouTube

Der YouTube-Account informiert die Nutzer über aktuelle Themen aus n Bereichen Studium, Studienangebote, Geschehen auf dem Campus und Veranstaltungen an der Hochschule für Musik Nürnberg

Inhalte der Video-Beiträge sind:

- Vorstellung von Studiengängen
- Berichterstattung von Veranstaltungen
- Darstellung des studentischen Lebens, Campus-Impressionen
- Interviews mit Beschäftigten oder Studierenden der Hochschule für Musik Nürnberg
- Imagefilme
- 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 Hochschule für Musik Nürnberg verwiesen.

4. Verantwortlichkeiten für die redaktionelle/technische Betreuung

Die Verantwortlichkeit für die redaktionelle Betreuung liegt bei der Leiterin des Sachgebiets Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Veranstaltungswesen und Fundraising sowie der dazugehörigen Abteilung Referat für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, insbesondere der Social-Media Redaktion.

5. Alternative Kontaktmöglichkeiten

Wir weisen die Nutzer darauf hin, dass der YouTube-Kanal lediglich eine weitere von verschiedenen Optionen darstellt, um mit der Hochschule für Musik Nürnberg in Kontakt zu treten oder Informationen über Forschung und Studium zu erhalten. Alternativ können die über diese Seite angebotenen Informationen bspw. auch auf unserem Internet-Angebot unter <https://www.hfm-nuernberg.de/home/> abgerufen werden.

Weitere Kontaktmöglichkeiten:

- Mit allen Anfragen können Sie sich grundsätzlich an unseren zentralen Posteingang info@hfm-nuernberg.de wenden. Presseanfragen können Sie an presse@hfm-nuernberg.de richten. Das Social-Media-Team erreichen Sie ebenfalls unter presse@hfm-nuernberg.de.
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 Hochschule für Musik Nürnberg unter der Telefonnummer 0911 215 22 102.
- Postadresse:
Hochschule für Musik Nürnberg
Veilhofstraße 34
90489 Nürnberg

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.

D. Quellen

BayLfD:

- Fanpages bayerischer öffentlicher Stellen in sozialen Netzwerken zum Zweck der Öffentlichkeitsarbeit (28.03.2013): https://www.datenschutz-bayern.de/technik/orient/oh_fanpages.html

LfDI BW:

- Broschüre „Wesentliche Anforderungen an die behördliche Nutzung Sozialer Netzwerke“:
<https://www.baden-wuerttemberg.datenschutz.de/wp-content/uploads/2020/02/Wesentliche-Anforderungen-an-die-beh%C3%B6rdliche-Nutzung-Sozialer-Netzwerke.pdf>