

Stand: 16.03.2026

Hier können alle bestehenden Guidelines für den LinkedIn-Account der DGP₅ Fachgruppe Rechtspsychologie eingesehen werden. Diese sind für jeden eingereichten Post zu beachten, um eine einheitliche und professionelle Online-Präsenz beizubehalten. Die Fachgruppe behält sich vor, diese Richtlinien bei Bedarf zu verändern und zu ergänzen.

Bei Fragen und Anregungen zögern Sie bitte nicht das Social Media Team [fg-rechtspsy-socialmedia@psy.lmu.de] oder die Fachgruppenleitung zu kontaktieren!

ZIEL

Der LinkedIn-Account der DGP₅ Fachgruppe Rechtspsychologie verfolgt das Ziel, die Aktivitäten der Fachgruppe auf einer persönlichen und niedrigschwelligen Ebene sichtbar zu machen. Zu den wichtigsten Zielgruppen zählen andere Forschende, Forschungsinstitute, Studierende, in der rechtspsychologischen Praxis tätige Personen sowie die breite Öffentlichkeit.

AUTOR:INNEN FÜR POSTS

Die Einreichung von Posts erfolgt an folgende E-Mail-Adresse fg-rechtspsy@psy.lmu.de. Für den Inhalt der Beiträge sind die jeweiligen Autor:innen verantwortlich. Diese sind durch die Angabe einer Kontaktmöglichkeit (Taggen des LinkedIn-Accounts und/oder Angabe einer E-Mail-Adresse) kenntlich zu machen, um beispielsweise bei Rückfragen kontaktiert werden zu können.

Ein eigener LinkedIn-Account ist für die Einreichung von Posts nicht notwendig.

INHALTE

Folgende Inhalte können gepostet werden:

- Ankündigung von Konferenzen, Workshops und anderen Veranstaltungen
- Rückblicke auf entsprechende Veranstaltungen
- Kurzzusammenfassungen von/Hinweise auf eigene Publikationen aus der Wissenschaft und/oder Praxis
- Stellenausschreibungen für offene Positionen innerhalb der Rechtspsychologie

Folgende Inhalte können *nicht* gepostet werden bzw. werden im Einzelfall geprüft:

- Persönliche, nicht-wissenschaftliche Meinungen
- Politische, nicht-wissenschaftliche Meinungen
- Inhalte ohne Bezug zur Fachgruppe und ihrer Arbeit

SPRACHE & TON

- Die Standardsprache aller Beiträge ist **Deutsch** und sollte leicht verständlich sein – auch für Personen ohne fachlichen Hintergrund.
- Der Ton darf gerne etwas lockerer und informeller sein, sollte jedoch stets professionell bleiben.
- Bei der Erwähnung weiterer Personen (z. B. Co-Autor:innen etc.) ist der jeweilige Vor- und Nachname anzugeben.
- Emojis und Hashtags können genutzt werden, solange sie nicht die Beiträge dominieren oder die Professionalität der Posts beeinträchtigen.
- Die maximale Zeichenzahl auf LinkedIn beträgt **3.000 Zeichen**, wobei die optimale Zahl zwischen 1.200 - 2.000 liegt.

BILDER

Die Bilder müssen aus einer persönlichen Galerie stammen, um Urheberrechtsverletzungen zu vermeiden. Sollten auf den Fotos andere Personen zu erkennen sein, ist unbedingt sicherzustellen, dass diese der Veröffentlichung zugestimmt haben. Falls Bilder verwendet werden, die nicht selbst aufgenommen wurden (z. B. Symbolbilder), müssen die entsprechenden Nutzungsrechte vor der Veröffentlichung unbedingt geprüft werden, um sicherzustellen, dass das Bild für die öffentliche Nutzung freigegeben ist. **Sowohl für die Beachtung von Persönlichkeitsrechten als auch von Urheber- und Nutzungsrechten sind die jeweiligen Autor:innen verantwortlich.**

VERÖFFENTLICHUNG

Zeitliche Planung: Je nach Auslastung des Social-Media-Accounts ist mit einer gewissen Wartezeit bis zur Veröffentlichung zu rechnen. Falls ein konkretes Veröffentlichungsdatum gewünscht ist (z. B. vor einer geplanten Veranstaltung), muss dies im Betreff klar kenntlich gemacht werden. Es kann nicht garantiert werden, dass kurzfristige Einreichungen rechtzeitig gepostet werden.