

**Social Media-Leitfaden des
DRK Kreisverband Groß-Gerau e. V.
und seiner Betriebe**

Inhalt

1. Vorwort.....	3
2. Verhalten in sozialen Netzwerken.....	4
2.1. Privates Verhalten.....	4
2.2. Dienstliches Verhalten.....	5
3. DRK-Präsenz im Internet	6
3.1. DRK-Kreisverband	6
3.2. DRK-Ortsvereine	6
3.3. Umsetzung in der Praxis	6
3.4. Social Media Monitoring	8
4. Inkrafttreten.....	8

1. Vorwort

Die sozialen Netzwerke haben unser Denken und Handeln grundlegend verändert – positiv und negativ. Heute sind wir mit Freunden und Familie weltweit vernetzt und tauschen uns schnell aus bzw. verbreiten persönliche Inhalte. Auf der anderen Seite bleiben Kundenkritik und negative Bilder dauerhaft im Netz gespeichert und schaden dem Ansinnen des Roten Kreuzes.

Jeder Beitrag von ehren- oder hauptamtlichen Rotkreuzlerinnen und Rotkreuzlern kann in den verschiedenen Netzwerken als Beitrag angesehen werden, der dem DRK zugeschrieben wird. Daher gilt es, auch in sozialen Netzwerken stets auf die zu veröffentlichten Inhalte zu achten. Dieser Leitfaden soll daher eine Handreichung und eine Leitlinie für Beschäftigte, Helferinnen und Helfer und DRK-Verbände/-Gliederungen im Kreis Groß-Gerau sein.

Groß-Gerau, den 01.04.2018

Präsidium

Geschäftsführung

Betriebsrat

2. Verhalten in sozialen Netzwerken

Grundsatz:

Freundlich und professionell, respektvoll und authentisch und im Zeichen der Werte und Grundsätze des DRK.

2.1. Privates Verhalten

Viele ehrenamtliche und hauptamtliche Mitarbeiter¹ des DRK kommunizieren täglich im Internet mit anderen Menschen oder verbreitet persönliche Ansichten. In diesem Sinne ist stets darauf zu achten, dass deutlich wird, ob es sich um eine Meinung des DRK oder eine persönliche Meinung handelt. Denn jedes private Verhalten kann mit dem DRK in Verbindung gebracht werden und die Reputation der Organisation schädigen. Dies hat im schlimmsten Fall negative mediale Auswirkungen bzw. einen Vertrauensverlust in der Gesellschaft bis hin zum Fördermitgliederverlust und somit auch finanzielle Auswirkungen auf den Verband. Negative Kommentare über das DRK oder seine Kooperationspartner und Mitbewerber sind zu unterlassen.

Die Veröffentlichung von DRK-Logos, ist auf dem privaten Profil nicht gestattet (Ausnahme: Das Verbreiten („teilen“) von Inhalten einer DRK-Gliederung). Wenn in privaten Profilen Bilder mit DRK-Dienstbekleidung veröffentlicht werden, ist sicherzustellen, dass die persönlichen Inhalte des Profils den Vorgaben unter Punkt 2.2 entsprechen!

Bei laufenden Einsätzen ist keine Verbreitung von Einsatzinformationen und –bildern über private Profile erlaubt. Einsatzbilder mit Kennzeichen, personenbezogenen Daten, betroffenen und verletzten Personen dürfen nicht veröffentlicht werden. **Weder private noch dienstliche Geheimnisse dürfen weiterverbreitet oder verletzt werden.**

Die Vorgehensweise in Bezug auf das private Verhalten gilt auch nach Ausscheiden aus der DRK-Gliederung.

1. Es sind stets Personen männlichen und weiblichen Geschlechts gleichermaßen gemeint; aus Gründen der einfacheren Lesbarkeit wird im Folgenden nur die männliche Form verwendet.

2.2. Dienstliches Verhalten

Kreisverband und Ortsvereine unterhalten eigene Homepages und Plattformen, um für die Arbeit des DRK zu werben, neue Zielgruppen anzusprechen, in Dialog mit den Bürgern zu treten sowie sich untereinander besser zu vernetzen. Bei jeder Veröffentlichung sind daher folgende Prüfkriterien im Vorfeld wichtig zu betrachten:

- Besteht die absolute Notwendigkeit bzw. ein Interesse zur Veröffentlichung dieses Beitrags?
- Entspricht oder fördert der Inhalt die Ziele des DRK?
- Ist dieser Beitrag informativ und für die allgemeine Öffentlichkeit gedacht?
- Sind die Urheber- und Nutzungsrechte an Texten, Bildern, Videos etc. geklärt?
- Verstoße ich mit meinem Beitrag gegen die DRK-Grundsätze, äußere ich eine politische Meinung oder begehe ich strafbare Handlungen?
- Vertrete ich mit meinem Beitrag meine persönliche Meinung oder die Meinung der DRK-Gliederung?
- Ist mein Beitrag im Hinblick auf Orthographie und Syntax korrekt?

Die Verbreitung von rassistischen, pornografischen oder politisch extremen Inhalten ist nicht erlaubt. Weder private noch dienstliche Geheimnisse dürfen weiterverbreitet oder verletzt werden.

Für eine qualitative Öffentlichkeitsarbeit sollten die Rechte eingeschränkt vergeben werden. Insbesondere die Nutzung des Vier-Augen-Prinzips ist sinnvoll, um negative Reaktionen zu vermeiden.

Auch bei Kritik oder Beleidigungen auf den DRK-Plattformen ist ein freundliches, professionelles und respektvolles Verhalten angebracht. Auf Kritik – gerechtfertigt oder nicht – sollte weder zornig noch rechthaberisch geantwortet werden. Kritisches Feedback sollte eher zur eigenen Prozessoptimierung genutzt werden. Bedanken Sie sich für das Feedback und versprechen Sie eine Klärung. Geben Sie dem Feedbackgeber eine Rückmeldung über die Klärung. Beiträge sind nie zu löschen; es sein denn sie sind mit rassistischen, pornografischen oder anderen extremistischen Inhalten gefüllt.

3. DRK-Präsenz im Internet

Der Bundesverband hat einen eigenen Leitfaden für soziale Netzwerke ausgegeben (Anlage 1), welcher mitgeltender Bestandteil dieses Leitfadens ist.

3.1. DRK-Kreisverband

Der Kreisverband unterhält eine Homepage sowie weitere Plattformen in den sozialen Netzwerken. Neben der Veröffentlichung von aktuellen Berichten aus dem Kreisverband und den Betrieben, können auch alle Ortsvereine Texte und Bilder zur Veröffentlichung einreichen. Ziel ist, die vielfältige Rotkreuz-Arbeit im Kreis Groß-Gerau darzustellen.

Der Kreisverband betreibt nur eine Plattform. Für die Betriebe sowie einzelne hauptamtliche DRK-Standorte werden keine separaten internetbasierten Plattformen eingerichtet.

3.2. DRK-Ortsvereine

Alle DRK-Ortsvereine werden aktiv aufgefordert, sofern ausreichende Ressourcen zur Verfügung stehen, eine internetbasierte Plattform (bspw. Homepage) zu erstellen und kontinuierlich zu pflegen. Für den Ortsverein und seine Gemeinschaften bzw. Gruppen ist nur eine zentrale Plattform aufzubauen. Gemeinschaften und Gruppen dürfen keine separaten Plattformen nutzen.

3.3. Umsetzung in der Praxis

Der Erfolg einer Plattform ist maßgeblich abhängig von den Inhalten und der Aktualität. Eine Homepage (und/oder andere Plattformen) ist die Visitenkarte des Ortsvereins und sollte daher stets informativ und ansprechend gestaltet sein.

Folgende Checkliste beinhaltet einige Rahmenparameter:

Inhalt

- Ist der Inhalt auch für Nicht-DRK-Mitglieder interessant? Erreiche ich mit dieser Plattform meine Zielgruppe?
- Wird der Text mit aussagekräftigen Bildern und Kurzvideos unterstützt?
- Harmonisieren Homepage und soziale Netzwerke (Crossposten) miteinander?

Hinweis: Auch für öffentliche Social Media-Plattformen gilt eine Impressumspflicht. Verlinken Sie ggf. direkt auf das Impressum Ihrer Homepage, wenn dort der Hinweis ist, dass dieses Impressum auch für andere Plattformen gilt.

Rechtliches:

- Wer darf etwas veröffentlichen? Mit wem muss es abgestimmt werden? Wer hat welche Rechte?
- Kontrollieren wir unsere Inhalte, Bilder und Verlinkungen mindestens zwei Mal im Jahr auf Aktualität?
- Liegen uns die Nutzungsrechte zur Veröffentlichung vor? Haben meine Mitglieder mir das Einverständnis zur Veröffentlichung von Bildern und Namen gegeben?

Hinweis

Bei der Veröffentlichung von DRK-Bildern und DRK-Logos ist folgendes zu beachten:

- Die Veröffentlichung von Einsatzbildern während des noch laufenden Einsatzes ist nicht erlaubt
- Die Veröffentlichung von Bildern mit Betroffenen und Verletzten ist nicht erlaubt

- Das Fotografieren an Einsatzstellen ist nur von der Einsatzleitung autorisierten Personen erlaubt (Ausnahme medizinische Notwendigkeiten). Bilder sind ggfs. vor der Veröffentlichung von der Einsatzleitung freizugeben.
- Die Verwendung von DRK-Logos muss den DRK-Richtlinien und den Vorgaben des Erscheinungshandbuchs entsprechen
- Das Corporate Design des DRK ist zwingend einzuhalten

Für die Inhalte und Einhaltung aller gesetzlichen/juristischen Vorgaben ist der Vorstand der jeweiligen DRK-Gliederung verantwortlich. Im Falle einer Abmahnung trägt die Gliederung auch die Kosten bzw. kommt für mögliche Schadensforderungen auf.

3.4. Social Media Monitoring

Durch soziale Netzwerke ist das Kommunikationsverhalten immer schneller geworden. Daher ist es notwendig, dass die eigenen Social Media-Plattformen regelmäßig auf neue Nachrichten, Fragen und Kommentaren hin überprüft werden und eine schnelle Antwort stattfindet. Eine Überprüfung sollte mindestens ein bis zwei Mal täglich erfolgen.

Bei einzelnen sozialen Netzwerken werden automatisch DRK-Profile angelegt, wenn Nutzer einen Ort („Ich bin hier“) posten. Kontrollieren Sie daher regelmäßig, ob Profile für Ihre DRK-Gliederung vorhanden sind. Ist dieses der Fall, so holen Sie sich die Eigentümerschaft zur Optimierung/zum Ausbau oder zur Löschung des Profils.

Um einen objektiven Blick auf die eigenen sozialen Netzwerkprofile zu bekommen und dadurch Optimierungen anzustreben, gibt es externe Analysesoftware.

Facebook: <https://likealyzer.com/?lang=en>

4. Inkrafttreten

Dieser Leitfaden tritt am 01.04.2018 in Kraft.