

Empfehlungen zum Umgang mit den
Sozialen Medien
im DRK-Landesverband Westfalen-Lippe

Zehn Regeln zum sicheren und erfolgreichen Umgang mit Sozialen Medien

1. Sorgen Sie für positive Nachrichten, tun Sie Gutes und berichten Sie darüber.
2. Achten Sie die Grundsätze des Roten Kreuzes, das Leitbild sowie das Erscheinungsbild des Deutschen Roten Kreuzes.
3. Trennen Sie die offizielle Kommunikation von Ihrer persönlichen Meinung.
4. Verwenden Sie das DRK-Logo nur zur offiziellen Darstellung des Verbandes.
5. Trennen Sie Dienstliches von Privatem und lassen Sie Ihren gesunden Menschenverstand walten.
6. Seien Sie sich Ihrer Verantwortung und möglicher Folgen eines unüberlegten Beitrages stets bewusst.
7. Respektieren Sie vertrauliche Informationen.
8. Trennen Sie Ihr persönliches Rotkreuz-Engagement von privatem, politischem Statement.
9. Zeigen Sie Respekt gegenüber anderen, bewahren Sie Ruhe und vermeiden Sie negative Emotionen.
10. Achten Sie stets die rechtlichen Bestimmungen (Urheberrecht, Datenschutz, Nutzungs- und Geschäftsbedingungen).

1. Einleitung

Soziale Medien wie zum Beispiel Facebook, YouTube oder Flickr haben in nur wenigen Jahren die mediale Realität verändert. Sie haben das Monopol der „alten“ Medien durchbrochen: Nutzerinnen und Nutzer haben nun die Möglichkeit, Informationen über Filme, Fotos, Beiträge, Audio-Streams etc. in Sekundenschnelle als multimediale Informationen der gesamten Welt zur Verfügung zu stellen.

Die Veränderung des Kommunikationsverhaltens erfordert von jeder Gliederung des Deutschen Roten Kreuzes, Vereinbarungen zu treffen, wie sie sich in den Sozialen Medien positionieren und mit ihnen umgehen möchte. Dazu gehört es, den ehrenamtlich Tätigen und den hauptamtlichen Mitarbeitern Richtlinien an die Hand zu geben, was sie in den Sozialen Medien tun können und was sie besser lassen sollten.

2. Grundlagen

Zu den Grundlagen der Kommunikation im DRK-Landesverband Westfalen-Lippe gehören die Grundsätze des Roten Kreuzes und das Leitbild des Deutschen Roten Kreuzes, u.a. zu finden auf der Homepage des Landesverbandes unter: <http://DRK-Westfalen.de/ueber-uns/grundsaeetze.html>

3. Wer kommuniziert

Genau genommen ist jede Kommunikation einer (identifizierbaren) Rotkreuz-Mitarbeiterin oder eines (identifizierbaren) Rotkreuz-Mitarbeiters in den Sozialen Medien ein Beitrag, der dem Roten Kreuz zugeschrieben werden kann. Daher ist es auch nicht sinnvoll, für den Bereich „Soziale Medien“ einzelne Sprecherinnen und Sprecher zu bestimmen, die für alle anderen kommunizieren. Wichtig ist jedoch, die offizielle Kommunikation, die von den gewählten und bestimmten Vertreterinnen und Vertretern wahrgenommen wird (also von Präsidenten, Geschäftsführern, Leitern der Öffentlichkeitsarbeit etc.), von der persönlichen Meinung einzelner Personen zu trennen.

4. Verwendung des DRK-Logos

Die Verwendung des DRK-Logos ist nur für ein offizielles Medienprofil möglich, welches von einer DRK-Gliederung gepflegt wird. Der Name der Gliederung muss ersichtlich sein. Es gelten die im DRK-Erscheinungshandbuch festgehaltenen Regeln (Das Erscheinungsbild des Deutschen Roten Kreuzes, 4. überarb. u. erg. Auflage, Deutsches Rotes Kreuz e.V., Berlin 2010).

5. Privat, Beruflich, Dienstlich?

Die Kommunikation in den Sozialen Medien lässt die Grenzen zwischen beruflicher und privater Kommunikation verschwimmen. Noch unklarer ist die Situation im Bereich von ehrenamtlich Tätigen. Wann spricht man für das Rote Kreuz, wann ist man nur von seinem Engagement mitbeeinflusst, wann ist man ganz privat? Daher ist immer auch der „gesunde Menschenverstand“ gefragt, wenn man in sozialen Netzwerken auftritt. Je mehr man sich selbst im Umfeld des Roten Kreuzes positioniert, umso mehr werden „persönliche“ Aussagen dem Roten Kreuz zugeschrieben. Wir alle sind selbst für die Inhalte verantwortlich, die wir im Netz verbreiten. Unsere digitalen Hinterlassenschaften bleiben auf unbestimmte Zeit sichtbar und bleiben den Autoren zugeordnet.

6. Vertraulichkeit

Vertrauliches bleibt vertraulich. Respektieren Sie vertrauliche Informationen, die Sie zum Beispiel aus der Organisation oder von Ihren Kolleginnen und Kollegen etc. haben. Vertraulich heißt in jedem Fall, dass Sie diese Informationen nicht publizieren dürfen. Interne Kritik ist erlaubt und erwünscht, muss aber intern bleiben.

7. Politisches Engagement

Selbstverständlich steht es allen beim Roten Kreuz ehrenamtlich bzw. hauptamtlich Tätigen frei, politische Einstellungen zu haben und sich im demokratischen Diskurs auch politisch zu engagieren. Im Rahmen des eigenen Social-Media-Auftritts sollte aber darauf geachtet werden, das persönliche Rotkreuz-Engagement von jeglichem politischen Statement zu trennen.

8. Eigene Geschäfte

Genau wie das politische Engagement ist auch die persönliche geschäftliche oder berufliche Tätigkeit der beim Roten Kreuz engagierten / beschäftigten Personen deren Privatsache. Im Rahmen des eigenen Social-Media-Auftritts gilt es allerdings, persönliche Geschäfte vom ehrenamtlichen bzw. beruflichen Engagement zu unterscheiden. Speziell dann, wenn Ihre eigenen wirtschaftlichen Aktivitäten im Umfeld der Rotkreuz-Leistungsbereiche angesiedelt sind, sollten Sie hier besondere Sensibilität und Vorsicht walten lassen, um Verwechslungen zu vermeiden.

9. Respekt

Zum korrekten Auftritt gehört immer auch der Respekt gegenüber Mitbewerbern, gegenüber anderen Organisationen etc. Daher schreiben Sie bitte keine negativen Beiträge über andere Organisationen, Berufsgruppen, Nationalitäten usw. Gerade in öffentlichen Foren, in Medien, aber auch auf sozialen Plattformen kann man auch Kritik an der Arbeit des Roten Kreuzes, an der Organisation selbst oder an verschiedenen Inhalten finden, die nicht immer objektiv, förmlich und wertschätzend formuliert ist. Bei einer Reaktion darauf muss man aufpassen, nicht in dieselbe Tonart zu verfallen. Wenn man meint, selbst reagieren zu müssen, so empfiehlt sich ein freundlicher Umgangston. Behandeln wir die Mitmenschen in den Sozialen Medien so, wie wir selbst behandelt werden möchten.

10. Urheberrechtliche und datenschutzrechtliche Bestimmungen

Das Copyright ist unbedingt einzuhalten. Dieses schützt u.a. Werke der Literatur, Wissenschaft und Kunst. Dazu zählen u.a. Schriftwerke (z.B. journalistische Beiträge), Fotos, Werke der Musik oder des Films. Erkundigen Sie sich, wer bezüglich eines Fotos, eines Beitrages etc. offiziell berechtigt ist, das Nutzungsrecht (am besten schriftlich) zu erteilen. Wurde Ihnen das Nutzungsrecht nicht erteilt, müssen Sie auf die Verwendung von z.B. Zeitungsartikeln, Fotos etc. verzichten. Kenntlich gemachte Zitate (mit Quellenabgabe) sind erlaubt, sofern es sich um kurze Auszüge (wenige Zeilen) des ursprünglichen Werks handelt.

Bei Fotos ist nicht nur die Einwilligung der Fotografen maßgeblich, um das Foto nutzen zu dürfen (Nutzungsrechte). Auch das Einverständnis der Fotografierten muss eingeholt werden bzw. vorliegen. Fotos dürfen nur mit Einwilligung der Abgebildeten veröffentlicht werden („Recht am eigenen Bild“).

Einzuhalten ist auch das Gesetz über den Schutz von Marken und anderen Kennzeichen.

Datenschutzrechtliche Bestimmungen sind ebenfalls zu beachten. Bei der Auswahl der Sozialen Medien sollten zunächst die Datenschutzbestimmungen sowie die Allgemeinen Geschäftsbedingungen geprüft werden. Es ist unter anderem darauf zu achten, dass Nutzern die Möglichkeit eingeräumt wird, selbst darüber zu entscheiden, welche persönlichen Angaben innerhalb des Mediums freigegeben und an Dritte weitergegeben werden. Auf Werbemaßnahmen sollten Nutzer ebenfalls eine Einwirkungsmöglichkeit haben. In diesem Zusammenhang ist klarzustellen, dass das derzeit wohl populärste Soziale Netzwerk „Facebook“ die deutschen Anforderungen an den Datenschutz nur unzureichend gewährleistet. Beim Umgang mit Sozialen Medien sollten generell nur so wenige Daten wie möglich preisgegeben werden. Auf jeden Fall sollte immer auch der zuständige Datenschutzbeauftragte hinzugezogen werden. Bedenken Sie, dass Verstöße kostspielige rechtliche Folgen (z.B. Abmahnungen, Schadensersatz) oder strafrechtliche Konsequenzen nach sich ziehen können.

11. Sicherheit

Auf sozialen Plattformen können Sie verschiedene Sicherheitseinstellungen wählen. Überprüfen Sie, ob Ihre Sicherheitseinstellungen korrekt sind, damit Sie selbst bestimmen können, wer Ihre Beiträge lesen kann und wer nicht.

Vor jedem Senden oder Posten ist es immer ratsam, dies noch einmal zu überprüfen. Auch sollten Sie das Posting vorher noch einmal sorgfältig lesen bzw. überprüfen, um zu vermeiden, dass Sie möglicherweise missverstanden werden.

Herausgeber:
DRK-Landesverband
Westfalen-Lippe e.V.
Sperlichstraße 25
48151 Münster

verantwortlich für den Inhalt:
Vorstand Ludger Jutkeit

Redaktion:
Claudia Zebandt (Stabsstelle Öffentlichkeitsarbeit)
Christian Schuh (Servicestelle Ehrenamt)

Diese Empfehlungen sind angelehnt an die bzw. teilweise übernommen von der Rotkreuz-Social-Media-Policy des Österreichischen Roten Kreuzes, 2010.

Obwohl diese Empfehlungen mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurden, besteht kein Anspruch auf Rechtsverbindlichkeit. Eine Verwendung liegt daher in der eigenen Verantwortung der Leser.