



SOCIAL MEDIA RICHTLINIEN

Leitfaden zum Umgang mit Social Media
Empfehlungen und Anleitungen
für Mitarbeiter der Stadt Bad Wimpfen

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	2
Einleitung	3
Begriffserklärungen	3
Relevante Kanäle für die Stadt Bad Wimpfen.....	4
Ansprechpartner für Social Media	9
Richtlinien für den Umgang mit sozialen Medien für Mitarbeiter der Stadt Bad Wimpfen	9
Allgemeine Richtlinien für alle Mitarbeiter der Stadt Bad Wimpfen.....	9
Richtlinien für das Verhalten auf den offiziellen Plattformen der Stadt Bad Wimpfen.....	10
Richtlinien für die aktive Bearbeitung von sozialen Plattformen im Namen der..... Stadt Bad Wimpfen	10
Wann wird kommuniziert?	11
Verhalten in Problemfällen	11
Fragen.....	12

Einleitung

Die steigende Präsenz sozialer Netzwerke wie Facebook, Twitter und YouTube hat die Kommunikation nachhaltig verändert. Sie beeinflussen aber nicht nur die Art und Weise, wie wir privat kommunizieren, sondern haben auch Auswirkungen auf die tägliche Kommunikation im Unternehmen.

Der Tourismus & der Kulturbereich sind besonders kommunikationsintensive Branchen. Die sozialen Netzwerke eröffnen Bad Wimpfen neue Kommunikationswege, um mit seinen Kunden sowie Partnern in Dialog zu treten bzw. um neue Zielgruppen zu finden und anzusprechen.

Auf Facebook, Twitter, Google +, Qype, Flickr und YouTube wurden bereits Bad Wimpfen-Seiten eingerichtet. Diese neue Form der Online-Kommunikation der Stadt Bad Wimpfen auf sozialen Plattformen verlangt aber auch Regeln für den Umgang mit sozialen Netzwerken. Um Ihnen Tipps und Hilfestellungen zu geben und zum besseren Verständnis der sozialen Netzwerke wurden die vorliegenden Social Media Guides erstellt. Diese sollen Sicherheit im Umgang mit dieser neuen Form der Kommunikation geben.

Begriffserklärungen

Social Media (auch **soziale Medien**) ist ein Schlagwort, für soziale Netzwerke & Plattformen, die dem gegenseitigen Austausch von Meinungen, Eindrücken und Erfahrungen dienen. Die Interaktionen zwischen Nutzern in sozialen Netzwerken wandeln mediale Monologe (one to many) in sozial-mediale Dialoge (many to many). Zudem unterstützt es die „Demokratisierung“ von Wissen und Information (z. B. Wikipedia). Die Benutzer werden von Konsumenten von Inhalten zu deren Produzenten. Die Nutzer nehmen durch Kommentare, Bewertungen und Empfehlungen aktiv auf die Inhalte Bezug und bauen auf diese Weise eine soziale Beziehung untereinander auf.

Web 2.0

Web 2.0 wird oftmals synonym zu den Begriffen Social Media und soziale Medien verwendet. Mit Web 2.0 bezeichnet man hauptsächlich die technischen Möglichkeiten des Internets, welche die Grundlagen für Plattformen wie Facebook bilden und somit die schnelle und dialogorientierte Kommunikation zwischen Menschen ermöglichen. Den Wandel des Nutzungs- und Kommunikationsverhalten der Internetnutzer bezeichnet man als Social Media.

Relevante Kanäle für die Stadt Bad Wimpfen

Facebook

Mit über 800 Mio. aktiven Usern (Stand Oktober 2011) ist Facebook der Marktführer unter den sozialen Netzwerken. In Deutschland besitzt jeder zweite Internetnutzer über ein Facebook-Profil (Stand November 2011). Jeder Benutzer verfügt über eine Profilseite, auf der er sich vorstellen und Fotos und Videos hochladen kann. Auf der Pinnwand des Profils können Besucher öffentlich sichtbare Nachrichten hinterlassen oder Notizen/Blogs veröffentlichen. Alternativ zu öffentlichen Nachrichten können sich Benutzer persönliche Nachrichten schicken oder chatten. Freunde können zu Gruppen und Events eingeladen werden. Durch eine Beobachtungsliste wird man über Neuigkeiten, z.B. neue Pinnwandeinträge auf den Profilseiten von Freunden, informiert.

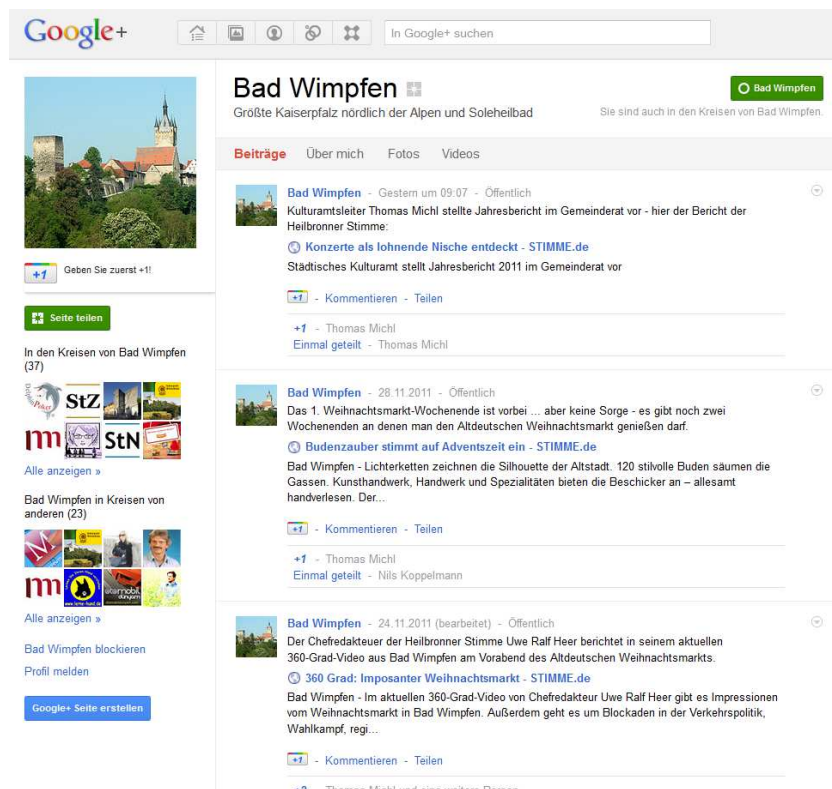


<https://www.facebook.com/#!/pages/Bad-Wimpfen/177037249406>

Google plus

Dies ist ein soziales Netzwerk von der Suchmaschine Google. In vielen Funktionen ähnelt es Facebook. Ein Unterschied ist die Art, wie die Nutzer ihr Gefallen einer Seite äußern können: bei Facebook bringen Fans durch drücken des „Gefällt mir“-Buttons zum Ausdruck,

dass sie einen Beitrag oder eine Unternehmensseite mögen. Google plus hat an Stelle des „Gefällt mir“- Buttons einen „+1“ – Knopf. Da das Netzwerk erst im Juni 2011 an den Start ging, gilt es dessen Entwicklung und Mitgliederzuspruch zu beobachten.



<https://plus.google.com/103932969884943259998/posts>

Twitter

Twitter ist eine Anwendung zum Mikroblogging. Unternehmen und Pressemedien nutzen Twitter zunehmend als Plattform zur Verbreitung von Nachrichten.

Angemeldete Benutzer (Twitterer) können eigene Textnachrichten (Tweets) mit maximal 140 Zeichen eingeben. Diese Textnachrichten werden allen Benutzern angezeigt, die diesem Benutzer folgen (Follower). Das Medium dient sowohl dem Austausch von Informationen, Gedanken und Erfahrungen als auch der privaten Kommunikation – z.B. in Form von Direktnachrichten.

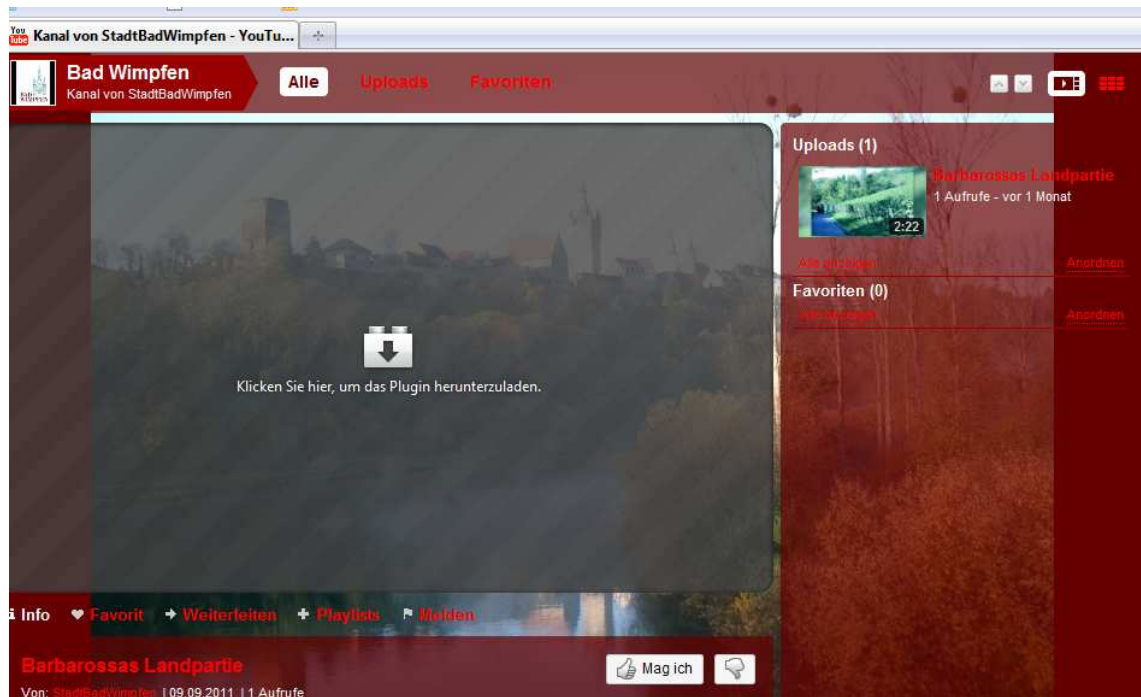
Das Wiederholen eines Beitrages einer anderen Person wird als „Retweet“ bezeichnet. Das soziale Netzwerk, welches oft auch als Nachrichtendienst bezeichnet wird, beruht darauf, dass man die Nachrichten anderer Benutzer abonnieren kann. Die Beiträge der Personen, denen man folgt, werden in einem Log, einer abwärts chronologisch sortierten Liste von Einträgen, dargestellt. Der Absender kann entscheiden, ob er seine Nachrichten allen zur Verfügung stellen oder den Zugang auf eine Freundesgruppe beschränken will.



<http://twitter.com/BadWimpfen>

YouTube

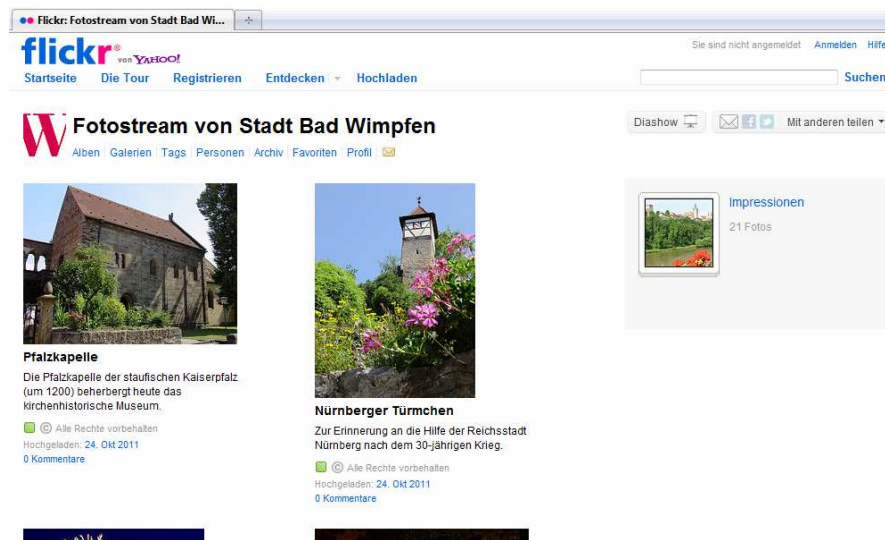
YouTube ist ein Internet-Videoportal, auf dem die Benutzer kostenlos Video-Clips ansehen und hochladen können. Auf YouTube befinden sich Film- und Fernsehausschnitte, Musikvideos sowie selbstgedrehte Filme. Sogenannte „Video-Feeds“ können in Blogs gepostet oder auch einfach auf Webseiten über eine Programmierschnittstelle (API) eingebunden werden. YouTube ist das führende Video-Portal der Welt. Nach eigenen Angaben hat YouTube mittlerweile eine geschätzte Nutzerzahl von ca. 100 Mio. YouTube wird auch oft als zweitgrößte Suchmaschine nach Google bezeichnet.



<http://www.youtube.com/user/StadtBadWimpfen>

FlickrR

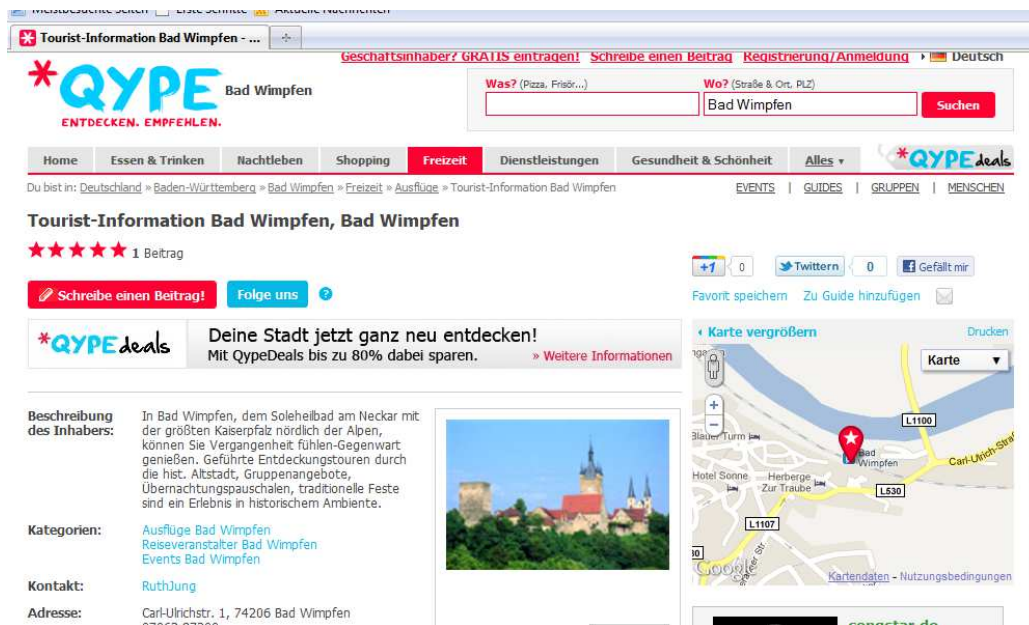
FlickrR ist ein Fotoportal, das es seinen Nutzern ermöglicht kostenlos Bilder hochzuladen. Jeder Nutzer hat ein eigenes Profil auf dem er seine Fotos präsentiert. Die Bilder anderer Nutzer können kommentiert oder es kann sich in Gruppen zu bestimmten Themen ausgetauscht werden. Die einzelnen Bilder können zu einem Album zusammengefasst werden. Neben einem Bildtitel können die Bilder mit einer Beschreibung und Tags (Stichpunkte, z.B. „Kaiserpfalz“) versehen werden, damit sie bei einer Suchanfrage auffindbar sind.



<http://www.flickr.com/photos/badwimpfen/>

Qype

Qype ist ein, vor allem in Deutschland, sehr beliebtes Empfehlungsportal, das 2006 an den Start ging und mittlerweile auch in anderen europäischen Ländern bekannt ist. Es listet mögliche Anlaufpunkte des täglichen Lebens in vielen deutschen Städten, von Arzt bis Zoo, auf. Die User bekommen die Gelegenheit, diese zu bewerten und ihre Meinung zu äußern. Unternehmen können sich dort einen kostenlosen Account anlegen, der Informationen über das Unternehmen, die Kontaktdaten, die Öffnungszeiten und Fotos enthält. User, die ein Unternehmen auf Qype bewerten möchten, können sich wie in anderen sozialen Netzwerken auch, ein Profil anlegen.



<http://www.qype.com/place/1618267-Tourist-Information-Bad-Wimpfen-Bad-Wimpfen>

Weitere Portale können nach Absprache mit den beiden Amtsleitern des Kulturrates und der Tourist-Information angelegt werden (z.B. Picasa und Vimeo).

Ansprechpartner für Social Media

Die Social Media Kanäle der Stadt werden von Mitarbeitern der Tourist-Information und des Kulturamtes bearbeitet. Frau Ellen Kern ist für FlickrR, YouTube und Facebook zuständig. Herr Thomas Michl betreut unseren Twitter-Account und ebenfalls Facebook. Frau Ruth Jung ist für die Bewertungsplattform Qype verantwortlich. Bei Fragen stehen die jeweiligen Verantwortlichen gerne zur Verfügung.

T-Info: Frau Ellen Kern, Ellen.Kern@badwimpfen.org, Tel. 97200

Frau Ruth Jung, Ruth.Jung@badwimpfen.org, Tel. 972021

Kulturamt: Herr Thomas Michl, Thomas.Michl@badwimpfen.org, Tel. 950314

Richtlinien für den Umgang mit sozialen Medien für Mitarbeiter der Stadt Bad Wimpfen

Die vorliegenden Richtlinien sind für alle Mitarbeiter der Stadt Bad Wimpfen gültig und bindend. Es gibt allgemeine Richtlinien für alle Mitarbeiter und Richtlinien, die zusätzlich für Mitarbeiter gelten, die soziale Plattformen im Namen der Stadt Bad Wimpfen bearbeiten. Die aktive Bearbeitung der Social Media Kanäle auf Facebook, Google +, Twitter, FlickrR, Qype und YouTube ist einer definierten Gruppe von Mitarbeitern der Stadt Bad Wimpfen vorbehalten (s. Punkt Ansprechpartner). Sofern Mitarbeiter sich als Privatpersonen in diesem Medien bewegen, müssen Kommentare, Posting oder Retweets als private Meinung erkenntlich sein.

Allgemeine Richtlinien für alle Mitarbeiter der Stadt Bad Wimpfen

Die private Nutzung sozialer Netzwerke ist jedem Mitarbeiter freigestellt. Während der Arbeitszeit dürfen Soziale Netzwerke jedoch ausschließlich zu geschäftlichen Zwecken eingesetzt werden.

Für Mitarbeiter, die privat und in ihrer Freizeit auf sozialen Plattformen kommunizieren, gelten folgende Richtlinien:

- Jeder Mitarbeiter handelt eigenverantwortlich.
- Kennzeichnung der Inhalte als private Meinung; als Privatperson nicht im Namen der Stadt Bad Wimpfen sprechen.
- Keine Weitergabe von vertraulichen Informationen des Unternehmens und der Kunden; Beachtung der Geheimhaltungspflicht
- Respektieren Sie die Marke Bad Wimpfen auch im Social Web, keine Öffentliche Kritik am Unternehmen. Probleme werden intern geklärt.
- Der Respekt vor Dritten, insbesondere vor Mitbewerbern und Kunden muss gewahrt bleiben; die Meinungsfreiheit im Social Web wird akzeptiert

- Bei allen Veröffentlichungen wird das geltende Recht berücksichtigt, v.a. Urheber-, Persönlichkeits- und Markenrechte.
- Schutz der eigene Privatsphäre – im Web hinterlässt jeder digitale Spuren

Richtlinien für das Verhalten auf den offiziellen Plattformen der Stadt Bad Wimpfen

Für Mitarbeiter, die privat auf den offiziellen Plattformen Bad Wimpfens kommunizieren, gelten zusätzlich zu den o.g. Punkten auch noch folgende Richtlinien:

- Trennung von privat und beruflich. Auch auf diesen Plattformen nicht im Namen der Stadt Bad Wimpfen sprechen, sondern die eigene Meinung als privat deklarieren.
- Verfassen Sie keine eigenen Postings/Tweets mit Inhalten der Stadt Bad Wimpfen, diese Postings/Tweets sind jenen Mitarbeitern vorbehalten, die mit der aktiven Bearbeitung der Plattformen beauftragt wurden (siehe Punkt „Ansprechpartner“).
- Teilen und retweeten der Bad Wimpfen Posts und Tweets ist erlaubt und auch gewünscht.

Richtlinien für die aktive Bearbeitung von sozialen Plattformen im Namen der Stadt Bad Wimpfen

Authentizität und Transparenz sind wichtige Voraussetzungen bei der Bearbeitung sozialer Netzwerke. Bad Wimpfen kommuniziert offen und deklariert sich auf allen seinen Kanälen als Betreiber. Für Mitarbeiter, die die Social-Media-Kanäle im Namen der Stadt Bad Wimpfen bearbeiten, gelten neben den allgemeinen Richtlinien zusätzlich folgende Richtlinien:

- Die Kommunikation seitens der Stadt beschränkt sich auf die Hauptthemen Tourismus, Kultur und Bürgerschaftliches Engagement. Meldungen aus anderen Bereichen (z.B. Straßensperrungen) werden nur veröffentlicht, wenn diese für die Kernthemen relevant sind.
- Bei Fragen, seitens der Fans zu anderen Themen, wird an das zuständige Amt verwiesen.
- Die Verantwortung und Zuständigkeit für Social Media, im Namen der Stadt Bad Wimpfen, ist der im Punkt Ansprechpartner benannten Personengruppe vorbehalten.
- Diese Mitarbeiter treten mit dem Profil der Stadt Bad Wimpfen auf.
- Die Formulierung der Postings/Tweets erfolgt in Eigenverantwortung und unter Einhaltung der festgelegten Richtlinien.
- Denken Sie daran, dass Sie die Stadt Bad Wimpfen und die Marke Bad Wimpfen repräsentieren und kommunizieren Sie entsprechend verantwortungsvoll.
- Auf Formulierung der Postings/Tweets in zielgruppengerechter Sprache achten.
- Die Fans und Follower der Bad Wimpfen-Seiten werden mit Du angesprochen.

- Die Planung der Themen für YouTube und Flickr werden in einem Redaktionsplan festgelegt.
- Die Themen für Facebook sind in der Social Media Strategie festgelegt.
- Kritische und fehlerhafte Posts werden nicht kommentarlos gelöscht, sondern richtig gestellt.
- Fehler und Irrtümer werden zugegeben und umgehend korrigiert.
- Rechtswidrige Kommentare, wie rassistische oder beleidigende Posts, sowie Spam-Posts werden umgehend gelöscht.
- Auf den veröffentlichten Fotos der Stadt Bad Wimpfen dürfen keine Personen zu erkennen sein. Es sei denn es liegt eine schriftliche Einverständniserklärung der betreffenden Personen, zur Nutzung des Bildes für Social Media, vor.
- Kundendaten / Kundeninformationen dürfen nicht preisgegeben werden.
- Auf den Social Media Kanälen werden keine Personen namentlich erwähnt, außer sie wurden vorher um Erlaubnis gefragt.

Wann wird kommuniziert?

- Auf Twitter findet die Kommunikation so oft es geht statt. Auch mehrmals täglich.
- Für Facebook gilt: montags & donnerstags werden die Themen des Kulturamtes gepostet, dienstags und freitags die der Tourist-Information. Jedoch nie mehr als zwei Posts pro Tag.
- Posts bei Facebook erfolgen am Nachmittag / Abend
- Auf Flickr wird jährlich mind. 1 neues Fotoalbum bis März des Jahres erstellt.
- Zwei Mal jährlich (Juli & Dezember) sollten Videos auf YouTube eingestellt werden
- Fragen von Usern müssen so rasch wie möglich, aber in jedem Fall innerhalb von 2 Stunden (während den Öffnungszeiten der T-Info und des Kulturamts) beantwortet werden. Eine Frage, die außerhalb den Öffnungszeiten der beiden Ämter auftritt, sollte 2 Stunden nach Öffnung der beiden Ämter beantwortet werden.
- Der in der Social Media Strategie festgelegte tägliche Zeitbedarf für Social Media darf trotzdem nicht überschritten werden.

Verhalten in Problemfällen

Die Positionierung eines Unternehmens im Social Web gibt Usern die Möglichkeit, ihre Meinung zu kommunizieren. Diese kann auch kritisch oder negativ sein. Derartige Kommentare dürfen nur von Mitarbeitern beantwortet oder kommentiert werden, die im Namen der Stadt Bad Wimpfen auf diesen Plattformen tätig sind. Hierbei sind folgende Richtlinien zu beachten:

- Kundenorientiertes Denken und professionelles Widerlegen von falschen Behauptungen.
- Denken Sie daran, dass der Dialog auch für andere User sichtbar ist.
- Die Antworten sind sachlich und respektvoll, begeben Sie sich nicht auf ein möglicherweise beleidigendes Niveau, auch wenn das ursprüngliche Posting auf einem solchen verfasst wurde.
- Mitarbeiter melden einen negativen Eintrag dem zuständigen Amtsleiter. Dieser entscheidet ob und wie der zuständige Mitarbeiter auf den negativen Eintrag reagiert. Der Bürgermeister wird über den Fall informiert und bei schwerwiegenden Sachverhalten herangezogen, um über Inhalt und das weitere Vorgehen zu entscheiden.

Fragen

Für Fragen zu den Social Media Richtlinien stehen Ihnen Herr Thomas Michl und Frau Ruth Jung zur Verfügung.