

Social Media Policy des Bayerischen Jugendrotkreuzes



**Bayerisches Jugendrotkreuz
Landesgeschäftsstelle**

Garmischer Straße 19 - 21
81373 München

Tel.: 089 9241-1342

Fax: 089 9241-1210

E-Mail: info@jrk-bayern.de

www.jrk-bayern.de

Inhalt

01	Einleitung	1
02	Grundlagen	2
03	Privat, ehrenamtliches Engagement oder hauptberuflich?	2
04	Politisches Engagement	2
05	Eigene Geschäfte	3
07	Umgang mit Kritik, Umgangston und Netiquette	3
08	Einhalten der jeweiligen Richtlinien	3
09	Verwendung von Bildmaterial, Datenschutz und Urheberrecht.....	3
10	Zielgruppen.....	3
11	Tipps zur Kommunikation im Web 2.0.....	4

01 Einleitung

Soziale Medien (auch Soziale Netzwerke oder Web 2.0 genannt, engl. Social Media oder Social-Media-Networks) wie beispielsweise Facebook, YouTube oder Twitter veränderten innerhalb weniger Jahre die mediale Realität. Aus dem publizistischen Monopol der „Alten“ Medien wurde ein System von Communitys, Blogs und Online-Plattformen. Es macht aus den Nutzerinnen und Nutzern – die früher nur konsumiert haben – auch Informations-Produzentinnen und -Produzenten. Dabei werden in Sekundenschnelle multimediale Informationen erstellt, die der ganzen Welt zur Verfügung stehen.

Diese Veränderung des Produktions- und Konsumverhaltens erfordert auch für uns als Bayerisches Jugendrotkreuz eine Grundlage, wie mit derartigen Medien umgegangen wird. Einerseits, um den Mitgliedern, Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern eine Richtschnur zu geben, was sie in den Sozialen Medien tun können und was sie besser lassen sollten, andererseits für die Planung innerhalb des Bayerischen Jugendrotkreuzes, um diesen Medien auch eine angemessene Bedeutung zu geben. Denn während die Kommunikation in Sozialen Medien vor allem eine persönliche Angelegenheit ist, ist sie nicht zugleich „privat“. Denn Kommentare und Postings (Beiträge z.B. in sozialen Netzwerken und Blogs) innerhalb dieser Netzwerke können durch Suchmaschinen gefunden werden. Selbst für den Fall, dass nur eigene Kontakte diese Veröffentlichungen sehen können, besteht die Möglichkeit, dass einer von ihnen dies publiziert und so einem breiteren Publikum sichtbar macht. So sollten die Konversationen innerhalb von Sozialen Medien eher als „öffentlich“ statt als „privater Natur“ betrachtet werden.

Die vorliegende „Social Media Policy“ (Richtlinie für das Verhalten in Sozialen Medien) soll Chancen und Risiken erläutern und allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern – seien sie Ehren- oder Hauptamtliche – die Möglichkeiten aufzeigen, welche sich durch den adäquaten Einsatz dieser Medien für das Bayerische Jugendrotkreuz und seine Arbeitsfelder ergeben. Zudem möchten wir ausdrücklich dazu ermutigen, „neue“ Medien wahrzunehmen und die damit verbundene Verantwortung in der Innen- und Außendarstellung des Bayerischen Jugendrotkreuzes zu nutzen.

02 Grundlagen

Das Bayerische Jugendrotkreuz sieht große Chancen, die sich durch neue Medien ergeben. Der partizipative Charakter dieser Medien erlaubt es, durch die Feedbackkanäle auf alle verschiedenen Anspruchsgruppen unseres Verbandes einzugehen.

Grundlage jeglicher Kommunikation im Bayerischen Jugendrotkreuz sind die Grundsätze der Internationalen Rotkreuz- und Rothalbmond-Bewegung, die darauf aufbauende Vision des BJRK (<http://jrk-bayern.de/unsere-werte-ziele>) und der Verhaltenskodex zur Gewaltprävention im BJRK (<http://jrk-bayern.de/stop-augen-auf>).

Frei nach dem Grundsatz von Paul Watzlawick (www.bit.ly/2jA8B5) „Man kann nicht nicht kommunizieren“, wird jede Kommunikation einer/eines Jugendrotkreuzlerin/ Jugendrotkreuzlers in den Sozialen Medien auf die eine oder andere Weise dem Jugendrotkreuz und damit dem Roten Kreuz zugeschrieben werden.

Daher ist es auch nicht sinnvoll, für das Thema „Soziale Medien“ einzelne „Sprecherinnen oder Sprecher“ zu definieren, die für alle anderen kommunizieren. Wichtig ist in jedem Fall, die „offizielle Kommunikation“ der Organisation, die von den gewählten und bestimmten Vertreterinnen und Vertretern wahrgenommen wird (also JRK-Landesleitung, JRK-Geschäftsführer/in, Leiter/in der Jugendarbeit, Mitarbeiter/in für Öffentlichkeitsarbeit usw.) von der informellen Information – also der persönlichen Meinung Einzelner – zu trennen.

03 Privat, ehrenamtliches Engagement oder hauptberuflich?

Kommunikation im 21. Jahrhundert lässt die Grenzen zwischen beruflicher und privater Kommunikation verschwimmen. Noch unklarer ist die Situation im Bereich von Ehrenamtlichen. Wann bin ich Jugendrotkreuz-Mitglied, wann bin ich von meinem Engagement beeinflusst, wann bin ich ganz privat?

Daher ist immer der „gesunde Menschenverstand“ gefragt, wenn man in Sozialen Netzwerken auftritt. Umso mehr man sich selbst im Umfeld des Jugendrotkreuzes positioniert, umso mehr muss man auch auf die Interpretation der Aussagen achten.

Wenn das eigene Profilfoto beispielsweise in Jugendrotkreuz- oder Rotkreuzbekleidung aufgenommen wird, dann ist es nicht angebracht, parteipolitische Statements abzugeben oder sich in einen (partei)politischen Diskurs einzumischen.

04 Politisches Engagement

Selbstverständlich steht es allen Jugendrotkreuz-Mitgliedern 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 Engagement im Jugendrotkreuz von jeglichen politischen Meinungen zu trennen.

05 Eigene Geschäfte

Analog zum politischen Engagement ist auch die persönliche, geschäftliche oder berufliche Tätigkeit aller Engagierten im Jugendrotkreuz deren Privatsache und unterliegt keinen Einschränkungen. Im Rahmen des eigenen Social-Media-Auftritts gilt es allerdings, persönliche Geschäfte vom ehrenamtlichen Engagement beim Bayerischen Jugendrotkreuz zu unterscheiden. Speziell wenn die eigenen wirtschaftlichen Aktivitäten im Umfeld der Rotkreuz-Leistungsbereiche angesiedelt sind (z.B. medizinische Dienste, Referententätigkeit usw.) ist hier besondere Vorsicht angebracht, um Verwechslungen zu vermeiden.

07 Umgang mit Kritik, Umgangston und Netiquette

Gerade in verschiedenen öffentlichen Foren, in Medien, aber auch in Sozialen Netzwerken kann man 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.

Wenn man glaubt, selbst reagieren zu müssen, so empfiehlt sich ein freundlicher Umgangston. Andere Nutzer sollen so behandelt werden, wie man selbst behandelt werden möchte. Man sollte immer daran denken, dass Menschen das Gegenüber bilden. Argumentationen (z.B. auch beim Entfernen von Kommentaren und Postings, die gegen die Social Media Policy verstoßen) können „hart in der Sache“ verlaufen, sollten aber nie in Angriffe oder persönliche Argumentationen übergehen. Jeder hat das Recht auf seine eigene Meinung. Aus diesem Grund sollte die eigene Meinung anderen nie aufgezwungen werden.

08 Einhalten der jeweiligen Richtlinien

Die Richtlinien und Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Anbieter von Sozialen Netzwerken sind einzuhalten (z.B. sind Personen-Accounts für reale Personen vorgesehen und Fan-Pages für Gruppen usw.). Diese bilden den rechtlichen Rahmen der jeweiligen Netzwerke und können bei Nichteinhaltung ggf. zu einem Imageschaden für das Bayerische Jugendrotkreuz oder dem Gesamtverband führen.

09 Verwendung von Bildmaterial, Datenschutz und Urheberrecht

Soziale Netzwerke bilden einen Teil des Lebens ab und das Engagement im Bayerischen Jugendrotkreuz ist ein wichtiger Teil davon. Mit Bildmaterialien (Fotos, Videos usw.) zeigen wir in Sozialen Netzwerken, was wir tun und worauf wir stolz sind. Wichtig ist, bei diesen Bildmaterialien Grundregeln zu befolgen, die sich aus den rechtlichen Vorgaben und Grundsätzen des Roten Kreuzes ergeben. Dabei sind die Würde und Rechte jedes Menschen zu respektieren, manche Informationen unterliegen dem Datenschutz und die Rechte am eigenen Bildmaterial sind als Teil des Urheberrechts anzuerkennen (z.B. Bildmaterial von anderen JRK-Mitgliedern bei einem Zeltlager oder Lehrgang). Dies betrifft auch das Verwenden, Kopieren und Posten von fremden Bildmaterialien (z.B. Lehrgangsfotos, JRK-Logo usw.) oder Texten, welche oft nur nach vorheriger Genehmigung veröffentlicht werden dürfen.

10 Zielgruppen

Das Bayerische Jugendrotkreuz ist der eigenständige Jugendverband des Bayerischen Roten Kreuzes. Neben den zahlreichen Verbandsaktivitäten – die für alle Mitglieder ein wesentlicher Bestandteil des „Verbandslebens“ sind – gibt es gleichzeitig die

Informationsversorgung der verbandsexternen Öffentlichkeit. Vor jeder Veröffentlichung über das Bayerische Jugendrotkreuz gilt es zu überlegen, ob diese Fakten, Emotionen oder Bildmaterialien aus dem „Verbandsleben“ auch für die externe Öffentlichkeit dieselbe Bedeutung haben oder dort möglicherweise missverstanden werden könnten.

11 Tipps zur Kommunikation im Web 2.0

- **Selbstverständnis:** Das Bayerische Jugendrotkreuz versteht sich in der Interaktion im Bereich der Sozialen Netzwerken als Botschafter der Rotkreuz- und Rothalbmond-Idee und deren Idealen und Grundsätzen.
- **Eigenverantwortung:** Jedes Mitglied, jede Mitarbeiterin, jeder Mitarbeiter ist selbst für den Inhalt verantwortlich, den er/sie im Netz verbreitet. Diese digitalen Hinterlassenschaften bleiben noch für Jahre sichtbar und können oft den Autoren zugeordnet werden. Höflichkeit und Respekt sind daher im Eigeninteresse und im Interesse des Bayerischen Jugendrotkreuzes als Grundlagen dieser Kommunikation zu verstehen. Vor dem Senden ist es gut, die Frage ob man möglicherweise missverstanden werden könnte und die zu verbreitenden Inhalte zu überprüfen.
- **Offenheit:** Um Transparenz herzustellen, ist es hilfreich, den richtigen Namen und die Funktion im Bayerischen Jugendrotkreuz zu nennen. Wenn man eine persönliche Meinung wiedergibt, so sollte dies aus dem Zusammenhang hervorgehen oder als Haftungsausschluss geregelt sein: „Die Kommentare sind persönlicher Natur und geben nicht die Meinung des Bayerischen Jugendrotkreuzes wider.“)
- **Vertraulichkeit:** Geheimes bleibt geheim. Vertrauliche Informationen aus dem Verband, von anderen Mitgliedern oder Kolleginnen bzw. Kollegen sollten respektiert werden. Vertraulich heißt in jedem Fall, dass diese Informationen nicht publiziert werden.
- **Ruhe bewahren:** Zorn, Ärger oder Frust sind keine guten Motivationen, um Beiträge zu erstellen.
- **Respekt:** Zum korrekten Auftreten gehört auch der Respekt gegenüber unseren Mitmenschen gemäß den Grundsätze der Internationalen Rotkreuz- und Rothalbmond-Bewegung. Daher sollte auf negative Äußerungen über andere Personen, Organisationen, Funktionen, Nationalitäten usw. verzichtet werden.
- **Urheberrecht:** Das Urheberrecht ist zu akzeptieren. Bei Zitaten sind die Quellen anzugeben und bei Bildmaterial ist vor der Veröffentlichung die Zustimmung des Urhebers einzuholen.
- **Sicherheit:** In sozialen Netzwerken können verschiedene Sicherheitseinstellungen gewählt werden. Diese sollten korrekt eingestellt sein um die Zielgruppe der Veröffentlichungen festzulegen und den Datenschutz zu gewährleisten.
- **Unerlaubte Werbung:** Werbung (z.B. für eigene Geschäfte) oder Spam sind in jedem Fall zu unterlassen.
- **Feedback:** Konstruktive Kritik und Feedback sind selbstverständlich erlaubt und erwünscht, müssen aber intern bleiben.

Info: Diese Social Media Policy baut auf ähnliche Dokumente (z.B. ÖRK, IKRK, Bereitschaften München, IBM) auf und unterliegt durch den schnellen Wandel im Bereich des Web 2.0 Veränderungen.