

GRUNDSÄTZE ZU DEN SOCIAL MEDIA-ANGEBOTEN IN DER ARBEIT DER KLJB-BUNDESSTELLE

1. ZIELE UND ZIELGRUPPEN UNSERER AKTIVITÄTEN IN SOCIAL MEDIA

Soziale Medien sind ein wichtiger Teil der Lebenswelt junger Menschen. Als KLJB wollen wir dort sein, wo junge Menschen sind und sich selbst organisieren. Die sozialen Netzwerke sind ein Organisations- und Kommunikationsmittel, das uns in vielen Zielen unserer Jugendverbandsarbeit unterstützt: in der Vernetzung, im konstruktiven Dialog, in der Mobilisierung und im persönlichen Kontakt. Social Media bieten Chancen für neue Formen von Teilhabe, Transparenz und Verbandsidentität und die Möglichkeit, Verbandsdimension sichtbar zu machen.

Unsere Zielgruppen

Unsere vorrangigen Zielgruppen sind: KLJBlerInnen, MultiplikatorInnen, Ehemalige, Interessierte, Kooperationspartner, öffentliche Entscheidungsträger und Medien. Um diese Zielgruppen zu erreichen, nutzen wir folgende Social Media-Kanäle: die Facebook-Seite „KLJB Katholische Landjugendbewegung“, das Twitter-Profil „KLJB Bundesverband @KLJB_bund“ und den YouTube-Kanal „KLJBbund“.

Inhalte

Mit ihrer Präsenz in den sozialen Netzwerken will die KLJB ihr eigenes Profil schärfen, Meinungsbildungsprozesse stärken, Feedback bekommen, ihre medienpädagogische Kompetenz zeigen und gleichzeitig ihre Mitglieder für den kritischen Umgang mit sozialen Medien sensibilisieren. Die Social Web-Profile ergänzen die Kommunikation über Angebote und Themen, die auf kljb.org präsent sind. Zusätzlich weisen wir in sozialen Netzwerken auf Themen und Veranstaltungen der verbandlichen Gliederungen der KLJB hin. Zudem machen wir auf Interessantes im Bereich unserer Profilt Themen (Ländliche Entwicklung, Jugendverbandsarbeit, Kirche, Internationale Entwicklung, Ökologie, Geschlechtergerechtigkeit, Jugendpolitik) sowie die unserer KooperationspartnerInnen aufmerksam. Auf den Profilen und Seiten steht stets die KLJB als Organisation im Vordergrund. Veröffentlichte Positionen stimmen mit der Beschlusslage des Verbandes überein. Neuigkeiten beziehen sich auf die Schwerpunktthemen des Verbandes.

2. GRUNDSÄTZE UND ARBEITSWEISE

Anfragen

Anfragen werden innerhalb des Teams an die richtige Stelle weitergeleitet und der/die Fragende darüber informiert. Koordiniert werden diese vom Referat für Öffentlichkeitsarbeit. Wir versuchen, uns an eine Reaktionszeit innerhalb von 48 Stunden zu halten. Wir prüfen im Betrieb, ob dazu künftig einE EhrenamtlerIn oder eine Honorarkraft eingestellt wird, um dies zu gewährleisten.

Ansprache

Da unsere Hauptzielgruppe junge Menschen im Kontext katholischer Jugend(verbands)arbeit sind, duzen wir in unseren Auftritten. Wir bemühen uns um eine klare und verständliche Sprache und achten auf eine geschlechtergerechte Sprache.

Rolle der AdministratorInnen

Social Media lebt vom Netzwerken, von echten Menschen und persönlichen Meinungen. Jugendarbeit ist Beziehungsarbeit. Wenn KLJB-Mitarbeitende sich mit ihrem Klarnamen im Social Web bewegen, ist eine strikte Trennung verbandlicher und privater Inhalte nicht möglich. Wann spricht man für den Verband, wann ist man nur von der verbandlichen Arbeit beeinflusst und wann ist man ganz privat? Die Kommunikation im Bereich Social Media kann nicht ausschließlich über festgelegte Sprecherinnen und Sprecher funktionieren. Deshalb stimmen die verbandlich Tätigen folgenden Grundsätzen und Empfehlungen für ihre Social Media-Aktivitäten zu:

Institutionelle Präsenz

Verbandliche Präsenz im Social Media Bereich erhöht die Transparenz. Deshalb wird bei Profilen und Seiten des Verbands die/der AbsenderIn der Posts klar benannt (ausgenommen: reine Newsfeeds). Dafür werden AdministratorInnen bestimmt, die sich mit einem klaren Auftrag im Namen des Verbands äußern. Wenn mehrere Personen die Profile pflegen, werden die einzelnen Personen durch Kürzel kenntlich gemacht (Beispiel im Info- oder „About“-Bereich: Für den KLJB-Bundesverband twittern Max Mustermann (mm) und Nicole Namenlos (nn)).

Persönliche Präsenz und Dienstzugang zu Facebook

Es ist grundsätzlich möglich, auch ohne persönlichen Account mit den Zielgruppen zu kommunizieren, authentischer ist es aber, auch im Social Media Bereich als Person sicht- und ansprechbar zu sein. Es gibt die Möglichkeit, sich einen Dienstzugang beispielsweise bei Facebook zuzulegen.

Trennung verbandlicher und privater Inhalte

Grundsätzlich können private Accounts auch für verbandliche Aufgaben und Themen genutzt werden. Wichtig ist eine möglichst genaue Trennung offizieller Verbandskommunikation von der informellen Information durch einzelne Menschen. Die saubere Trennung ist gegeben, wenn ein Dienstaccount geführt wird.

Offizielle Verbandskommunikation findet ausschließlich über die offiziellen Profile und Seiten des Verbandes statt. Verbandliche Tätige können Neuigkeiten und Positionen aus dem Verband auch über ihre privaten Profile weiterverbreiten. Auf privaten Profilen kann zusätzlich aus persönlicher Sicht von den öffentlichen Aktivitäten des Verbandes berichtet werden. Hierbei ist zu beachten, dass die persönlichen Äußerungen nicht der offiziellen Haltung des Verbandes widersprechen. Für die private Kommunikation verbandlicher Inhalte sollte das private Profil genutzt werden. Über die Privatsphäre-Einstellungen wird gesteuert, welche Postings für welche Gruppen sichtbar sind.

Eigenverantwortung

Jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter (ob ehren- und hauptamtlich/-beruflich) ist selbst für den Inhalt verantwortlich, den sie oder er im Netz verbreitet. Das Netz vergisst nichts! Gesunder Menschenverstand ist gefragt: Wenn die/der MitarbeiterIn sich im Umfeld ihres Verbands positioniert, ist besondere Umsicht geboten. Es empfiehlt sich, vor jedem Senden/Posten das Posting/den Status noch einmal darauf hin zu überprüfen, ob man vielleicht missverstanden werden könnte, ob die Äußerung zu Spekulationen oder Gerüchten beitragen kann. Gleiches gilt für verwendetes Bildmaterial:

Wenn das Profilfoto beispielsweise mit einem Verbands-PicBadge¹ versehen ist, wirft es ein fragwürdiges Bild auf den Verband, wenn in regelmäßigen Abständen Fotos von feucht-fröhlichen Kneipenrunden gepostet werden. Vertrauliche und verbandsinterne Informationen gehören nicht in öffentliche Netzwerke. Die Mitarbeitenden sind angehalten zu überprüfen, ob ihre Privatsphäre-Einstellungen korrekt sind, um steuern zu können, wer ihre Postings lesen kann.

Politische und wirtschaftliche Interessen

Selbstverständlich steht es allen ehren- und hauptamtlich/-beruflich im Verband Tätigen frei, politische Einstellungen zu haben und sich im demokratischen Umfeld politisch zu engagieren. Im Rahmen der Verbandsarbeit (und damit auch im Social Web) sollten Mitarbeitende darauf achten, politisches und verbandliches Engagement voneinander zu trennen. Dies gilt in besonderem Maße für Inhalte, die mit den Verbandsgrundsätzen nicht in Einklang zu bringen sind. Auch die (neben-)berufliche/geschäftliche Betätigung der ehren- und hauptamtlich/-beruflich im Verband Tätigen unterliegt selbstverständlich keinen Einschränkungen. Es gilt jedoch, persönliche Geschäfte vom ehrenamtlichen Engagement zu trennen. Dies gilt in besonderem Maße für wirtschaftliche Aktivitäten, die eng am verbandlichen Leistungsbereich angesiedelt sind.

Im Zweifel: Lieber fragen.

Wenn Mitarbeitende Zweifel haben, ob verbandliche und private Belange ausreichend getrennt sind oder wie Informationen einzustufen sind, fragen sie jemanden aus dem Forumsteam bzw. eine verantwortliche Person aus dem Referat Öffentlichkeitsarbeit.

3. UMGANG MIT KRITIK

Mit ihrem Verbandsverständnis steht die KLJB für Offenheit, Transparenz, Meinungsvielfalt und Partizipation. Mit Kritik gehen wir professionell um und lassen uns gern auf Diskussion ein. Für konstruktiv kritische Posts gilt der respektvolle und wertschätzende Umgang miteinander, so wie wir ihn auch in unserer täglichen Arbeit pflegen. Grundsätzlich wollen wir lieber mehr Diskussion zulassen als weniger. Im Normalfall gehen wir von den Selbstregulierungskräften der Community aus und vertrauen darauf, dass im Dialog auf Kritik angemessen reagiert wird – erst nach bestimmter Zeit reagiert der Verband selbst. In der Moderation bemühen wir uns um eine reflektierte Auseinandersetzung mit der Kritik. Um diese zu gewährleisten, wenden wir nach Möglichkeit das Vier-Augen-Prinzip an. Inwiefern man in den sozialen Medien in eine tiefere Diskussion einsteigt und wann Grenzen erreicht sind und man etwa auf zuständige Gremien verweist, muss im Einzelfall geklärt werden. Wenn sich jemand dauerhaft respektlos und unsachgemäß verhält, suchen wir den direkten Kontakt. Erst der letzte Schritt ist der Ausschluss eines Mitgliedes.

Wann werden Einträge gelöscht?

Inhalte, Kommentare oder Posts, die gegen geltendes Recht verstoßen (etwa pornografische, rechtsradikale, gewaltverherrlichende oder diskriminierende Inhalte) werden gelöscht. Ebenso werden Spam, kommerzielle Werbung und personalisierte, diffamierende Äußerungen oder Beleidigungen entfernt. Auch Werbung von KooperationspartnerInnen kann nach Ermessen gelöscht werden. Es liegt im Ermessen der Administratorin oder des Administrators, die Angelegenheit mit der/dem Absenderin persönlich zu klären.

¹ In diesem Fall ist gemeint, wenn man sich auf einem Foto als KLJB-Mitglied zu erkennen gibt in Social Media.

4. DATENSCHUTZ UND RECHT

Die KLJB ist sich bewusst, dass ein 100-prozentiger Schutz persönlicher Daten in sozialen Netzwerken nicht immer gewährleistet werden kann. Deshalb halten wir unsere Mitarbeitenden und Mitglieder dazu an, mit ihren persönlichen Daten sensibel umzugehen und beispielsweise Telefonnummern, Geburtsdaten, Familienstand oder Kontodaten nicht öffentlich zu machen. Wir setzen uns dafür ein, dass Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene medienpädagogisch geschult werden und über die Gefahren und Risiken sozialer Medien aufgeklärt werden. Die Informationen der KLJB-Bundesstelle in sozialen Netzwerken sind niemals exklusiv zu bekommen, alle Infos und Angebote sind immer auch auf kljb.org zur Verfügung gestellt. Die Bildung von Persönlichkeitsprofilen wird von Seiten der KLJB nicht aktiv unterstützt, ein Communityzwang soll verhindert werden.

Umgang mit personenbezogenen Daten

Soziale Netzwerke sind ein öffentlicher Raum mit allen Chancen, Gefahren und Risiken. Die KLJB hält sich an die rechtlichen Vorgaben bezüglich des Urheberrechtes und der Persönlichkeitsrechte bei Bildern, Musik und Videos, sammelt keine persönlichen Daten und gibt sie nicht für Werbezwecke o.ä. an unbefugte Dritte weiter. Persönliche Informationen veröffentlichen wir nicht ohne die Zustimmung der betreffenden Personen. Grundsätzlich werden Fotos von Veranstaltungen o.ä. in den Bildergalerien auf kljb.org eingestellt so dass in den sozialen Netzwerken darauf verlinkt werden kann. Wir stellen grundsätzlich keine Fotos oder Videos von anderen Personen in soziale Netzwerke ein. Ausnahmen bestehen bei ausdrücklicher Zustimmung und beim KLJB-Bundesvorstand. Von Fotomarkierungen sehen wir ab.

Datenschutzbeauftragte

Die KLJB-Bundesstelle hat Cornelia Hansen und Julia Meyer als Datenschutzbeauftragte benannt, an die oder den UserInnen sich bei Fragen oder Zweifeln wenden können.

Zu beachten

- Bei Veranstaltungen der Bundesstelle fragen wir unter den Regularien ab, ob jemand nicht damit einverstanden ist, wenn ein Foto, auf dem er oder sie zu sehen ist, auf Facebook gestellt wird.
- Medienpädagogik: Wir bringen uns auf den neuesten Stand und unterstützen unsere DV und LV.
- Dienstaccount vs. Persönlicher Account