Social Media Guidelines Rheinland-Westfalen-Lippe[1]

Vom 30. Oktober 2013

(KABl. 2013 S. 252)

Einleitung

Sie engagieren sich haupt- oder ehrenamtlich im Bereich der Evangelischen Kirche im Rheinland, der Evangelischen Kirche von Westfalen oder der Lippischen Landeskirche? Sie nutzen für Ihre Arbeit Facebook und Co. oder haben vor, dies zu tun? Sie wünschen sich erste Hilfe beim Einstieg oder möchten Ihre Social-Media-Aktivitäten kritisch reflektieren?

Für alle, die Social Media nutzen (oder nutzen möchten) und als kirchliche Mitarbeitende identifizierbar sind, haben die drei Landeskirchen die hier vorliegenden Social Media Guidelines erarbeitet. Dabei handelt es sich um Empfehlungen, die Ihnen als Mitarbeitende Hilfe, Unterstützung und Anregungen bieten. Zugleich möchten wir Ihnen Mut machen, Social-Media-Kanäle aktiv für Ihre kirchliche Tätigkeit zu nutzen und sich sicher darin zu bewegen.

Die Landeskirchen bitten die Kirchengemeinden, Kirchenkreise, Ämter, Dienste, Werke und Einrichtungen, diejenigen Mitarbeitenden, die sich im Social Web engagieren, aktiv in ihrem Dienst zu unterstützen. Dies kann auf folgende Weise geschehen:

- erörtern Sie strategisch und konzeptionell, wie und in welchem Umfang Sie Social Media für Ihre Einrichtung verwenden möchten,
- klären Sie mit Ihren Mitarbeitenden, wie die Nutzung von Facebook und Co geschehen kann. Kommunikation im Social Web ist Teil des Verkündigungsauftrags der Kirche,
- geben Sie Ihren Mitarbeitenden die Chance, sich in diesem Bereich weiterzubilden,
- stehen Sie Ihren Mitarbeitenden zur Seite, auch wenn mal etwas schiefgeht.

Gliederung

Die folgenden Guidelines gliedern sich in die Punkte:

- Identifizierbarkeit und Transparenz
- Verlässlichkeit und Verantwortlichkeit

---

1 Redaktioneller Hinweis: Die Evangelische Kirche von Westfalen, die Evangelische Kirche im Rheinland und die Lippische Landeskirche haben gemeinsam Social Media Guidelines (SMG) erarbeitet. In der Sitzung vom 18. Juli 2013 hat die Kirchenleitung der Evangelischen Kirche von Westfalen die SMG zustimmend zur Kenntnis genommen. Die Guidelines sind inklusive Tipps und Beispielen auch online unter www.smg-rwl.de abrufbar.

- Relevanz
- Umgangsformen
- Datenschutz und Recht
- Teilhabe

Diese Social Media Guidelines sowie Praxis-Tipps und Beispiele finden Sie online unter www.smg-rwl.de.

Goldene Regeln (Das Wichtigste in Kürze)

Und wie ihr wollt, dass euch die Leute tun sollen, so tut ihnen auch! (Lukasevangelium Kapitel 6, Vers 31)

Als Mitarbeiterin oder Mitarbeiter sind Sie Botschafterin oder Botschafter der evangelischen Kirche. Das gilt online genauso wie offline. Soziale Netzwerke bieten viele spannende Möglichkeiten, die beste Botschaft der Welt weiterzusagen. Nutzen Sie diese Möglichkeiten! Sie sind das Gesicht Ihrer Kirche. Zeigen Sie es!

Achten Sie auf sich

Übernehmen Sie sich nicht. Sie müssen nicht immer alles machen. Agieren Sie – wenn möglich – als Team. Gehen Sie mit Bedacht vor. Lesen Sie sich ein zweites Mal durch, was Sie veröffentlichen möchten.

Achten Sie auf andere

Hören Sie zu und behandeln Sie Ihre Kommunikationspartnerinnen und Kommunikationspartner freundlich und mit Respekt. Reagieren Sie freundlich auf Kritik und verlieren Sie nicht die Nerven. Biedern Sie sich nicht an. Gehen Sie verantwortlich mit den Informationen um, die Sie erhalten.

Sprechen Sie für sich

Machen Sie deutlich, in welcher Funktion Sie sprechen. Kennzeichnen Sie persönliche Meinungsäußerungen. Erwecken Sie nicht den Anschein, offizielle Verlautbarungen wiederzugeben, wenn es sich um persönliche Meinungen handelt.

Seien Sie ehrlich

Verstellen Sie sich nicht. Informationen sind im Internet überprüfbar. Falsche Aussagen und Halbwahrheiten/Unwahrheiten schaden Ihrer Glaubwürdigkeit.

Halten Sie sich an geltendes Recht

Veröffentlichen Sie Texte, Fotos und Videos nur dann, wenn Sie dazu berechtigt sind. Unwissenheit schützt nicht vor Strafe! Veröffentlichen Sie keine beleidigenden, rechtswidrigen und verleumderischen Inhalte. Verlagern Sie seelsorgliche Kommunikation in datenschutzrechtlich unbedenkliche Kanäle.

Internes bleibt intern

Veröffentlichen Sie keine sensiblen Daten und keine internen Informationen.

Bringen Sie Kirche zur Sprache

Seien Sie Botschafter der Kirche und „sprechen" Sie über kirchliche Themen. Bringen Sie Ihr Fachwissen ein. Verbreiten Sie kirchliche Inhalte, indem Sie sie kommentieren, „Gefällt mir" klicken und teilen.

Haben Sie Spaß!

Machen Sie nichts, was Ihnen grundsätzlich unangenehm ist, aber bleiben Sie offen für Neues. Probieren Sie auch mal was aus. Nutzen Sie Ihre Gaben. Seien Sie authentisch.

Vorüberlegungen

- Warum sollte ich Social Media nutzen?
- Was sind die Risiken?
- Was muss ich im Vorfeld bedenken?

Chancen

Soziale Netzwerke wie Facebook, Twitter oder XING sind heute nicht mehr wegzudenken. In den vergangenen Jahren haben sie sich zu wichtigen Kommunikationskanälen entwickelt. Nicht ohne Grund: Sie bieten den Nutzerinnen und Nutzern die Chance, mit geringem Aufwand und ohne technisches Know-how Inhalte durch das Teilen von Texten, Fotos, Videos oder Links einer großen Öffentlichkeit zugänglich zu machen.

Im Gegensatz zur klassischen Internetseite ergibt sich so eine niedrigschwellige Kontaktfläche (Private Nachricht, Chat). Social Media bieten damit die Möglichkeit, die Mitglieder des jeweiligen sozialen Netzwerkes an der Kommunikation des Evangeliums aktiv zu beteiligen und diese auf eine breitere Basis zu stellen.

Über Facebook und Co. ist es möglich, Menschen zu erreichen, die von sich aus keine kirchliche Internetseite besuchen würden. Kirche geht also, wenn sie Social Media nutzt, dorthin, wo Menschen digital unterwegs sind anstatt zu warten, dass diese Menschen sich die Informationen auf der eigenen Internetseite holen.

Soziale Netzwerke stellen ein geeignetes Werkzeug dar, um den kirchlichen Auftrag zu erfüllen, und können ein großes Hilfsmittel sein, wenn sie dementsprechend eingesetzt werden. Um dieses Werkzeug zielführend einsetzen zu können, müssen jedoch auch die problematischen Punkte erwähnt werden.

Risiken

Soziale Netzwerke erwecken den Anschein kostenlos zu sein. Man sollte sich jedoch klarmachen, dass die Betreiber in der Regel kommerzielle Interessen verfolgen und hierzu die

Nutzerdaten (vollständige Benutzerprofile, Benutzerverhalten, Dokumente, Fotos usw.) verwerten, um Gewinne zu erzielen.

Des Weiteren sollte allen Nutzerinnen und Nutzern bewusst sein, dass die eingestellten Daten (bei entsprechenden Einstellungen) auch weltweit abrufbar und von anderen Nutzerinnen und Nutzern einsehbar sind.

Durch die Möglichkeit, Daten zu kopieren und/oder zu verknüpfen, können diese beliebig in andere Zusammenhänge eingebunden werden. Selbst wenn Daten auf der eigenen Seite gelöscht werden, sind sie unter Umständen an völlig anderer Stelle noch vorhanden („Das Netz vergisst nie“).

Deshalb sollten die Nutzungsbedingungen sozialer Netzwerke unbedingt vor dem Einstellen von Inhalten sorgfältig geprüft werden. In vielen Fällen nehmen sich die Betreiber sozialer Netzwerke das Recht heraus, Fotos, Dokumente usw. eigenständig zu verwerten.

Identifizierbarkeit und Transparenz

- Welche Informationen (beruflich, privat) gebe ich von mir preis?
- Als „wer“ (Privatperson, Mitarbeiter/in in Haupt- oder Ehrenamt, Mitglied in einem Leitungsorgan?) spreche ich?
- In welcher Funktion kommuniziere ich (privat, dienstlich, öffentlich)?

Soziale Netzwerke lassen dienstliche und private Nutzung nahe aneinanderrücken. Überlegen Sie deshalb vorher, ob Sie Social Media vorwiegend privat oder dienstlich nutzen möchten. Machen Sie deutlich, in welcher Eigenschaft und Funktion Sie über die verschiedenen Social-Media-Kanäle kommunizieren. Es ist sinnvoll, dies innerhalb der Einrichtung (mit Vorgesetzten bzw. dem Leitungsorgan und Kolleginnen und Kollegen) abzustimmen.

Wenn Sie in beruflichen Kontexten kommunizieren, geben Sie sich als Mitarbeiterin oder Mitarbeiter Ihrer Einrichtung zu erkennen und erläutern Sie wenn möglich Ihre Funktion in der Einrichtung. Achten Sie darauf, dass Sie Ihre Privatsphäre-Einstellungen angemessen einrichten. Social Media ist persönlich, muss aber nicht privat sein.

Persönliche Meinungen sollen als solche gekennzeichnet werden.

Kommunizieren Sie auf Institutionsseiten so weit wie möglich als Person.

Posten Sie offizielle Stellungnahmen und Positionen im Namen Ihrer Institution.

Verlässlichkeit und Verantwortlichkeit

- Welche Informationen verbreite ich (Auswahl)? Was kann, darf, soll öffentlich werden?

- Warum verbreite ich eine Information (Ziel) und welche Plattform ist dafür geeignet?
- Wie mache ich kenntlich, was Meinung, Einschätzung, Fakt ist?
- Was unterliegt der Verschwiegenheit?

Auch wenn das Netz schnelllebig ist: Ist ein Beitrag einmal online und wurde von anderen geteilt, lässt er sich nicht mehr zurückholen, um ihn zu korrigieren. Überlegen Sie deshalb vorher genau, was Sie für wen und in welcher Form kommunizieren möchten. Vor offensichtlichen Fehlern bewahrt oft ein zweites Lesen des Beitrags, bevor man auf „Absenden" klickt. Das gilt auch für das Liken, Kommentieren und Teilen von Beiträgen sowie die Angaben im eigenen Profil.

Auch wenn Sie Social Media primär privat nutzen, ist es trotzdem empfehlenswert, die Privatsphäre-Einstellungen sorgsam einzurichten. Je nachdem, was Sie für welche Personenkreise preisgeben, wird man Sie ggf. doch mit Ihrer Institution in Verbindung bringen.

Selbstverständlich gehören Dinge, die dem Beichtgeheimnis, der seelsorglichen Schweigepflicht und der Amtsverschwiegenheit unterliegen oder dem Wesen nach vertraulich sind, nicht in soziale Netzwerke. Dies gilt auch für indirekte Informationen, z. B. Statusupdates, die entsprechende Rückschlüsse zulassen.

Verhalten Sie sich im Social Web loyal gegenüber Ihrer Einrichtung/Institution/Organisation. Diffamierende Äußerungen, auch gegenüber anderen kirchlichen Stellen und deren Mitgliedern, gehören nicht in soziale Netzwerke. Interne Informationen bleiben intern. Wenn Sie Kritik üben: Bleiben Sie fair.

Auch wenn viele Nutzerinnen und Nutzer Social-Media-Kanäle rund um die Uhr nutzen: Machen Sie keine falschen Versprechungen mit Blick auf Ihre Erreichbarkeit. Überlegen Sie, was Sie wirklich leisten können und was nicht (Wochenende, Ferien, Feierabend).

Grundsätzlich gilt, dass Sie für Ihre eigenen Veröffentlichungen selbst verantwortlich sind.

Relevanz

- In welchen Bereichen bin ich Experte/Expertin? Welche Kompetenzen kann ich einbringen?
- Was interessiert die Nutzerinnen und Nutzer?
- Welche Inhalte ergeben sich aus meinem Arbeitsbereich, aus meiner Funktion, aus meiner Rolle?

Jeder Mensch hat Bereiche, in denen er besondere Kompetenz oder Wissen besitzt. Zugleich haben Menschen unterschiedliche Interessen. Sowohl Experten- als auch Erfahrungswissen lassen sich mit anderen in sozialen Netzwerken teilen, das gezielte, überlegte und ausgewählte Einbringen meiner Interessen macht „persönlich", ich zeige als Mensch Gesicht.

Überlegen Sie, welche Expertise Sie einbringen und welchen Mehrwert Sie den Nutzerinnen und Nutzern bieten können.

Überlegen Sie, wie Sie in sozialen Netzwerken dem Auftrag der Institution, für die Sie arbeiten, gerecht werden können.

Umgangsformen

- Wie kann ich anderen Menschen mit Respekt begegnen, auch wenn sie anderer Meinung sind als ich?
- Wie wahre ich die richtige Balance zwischen Nähe und Distanz? Wem biete ich „Freundschaft“ an, welche Kontaktanfragen bestätige ich?
- Wie äußere ich Humor unmissverständlich?
- Wie gehe ich mit Fehlern um?

In sozialen Netzwerken gelten die gleichen Regeln wie in der Face-to-Face-Begegnung: Gehen Sie achtsam und respektvoll miteinander um. Menschen haben unterschiedliche Meinungen zu Sachfragen. Lassen Sie andere Meinungen gelten. Das Gespräch, der Austausch, der Streit darüber darf nicht mit Bewertungen der anderen Person verbunden werden. In der Onlinewelt gilt es, hier noch größere Aufmerksamkeit walten zu lassen, weil die nonverbale Kommunikation (weitgehend) wegfällt. Weil Onlinekommunikation größtenteils über das geschriebene Wort funktioniert, muss man sich bewusst sein, dass die Leserinnen und Leser die eigenen Emotionen nicht jederzeit wahrnehmen können. Unter Umständen kann das Nutzen von Smileys hilfreich sein, um Emotionen auszudrücken. Besondere Vorsicht gilt im Umgang mit Ironie und Humor.

Bevor Sie loslegen: Hören und beobachten Sie, wie Kommunikation in dem von Ihnen gewählten Kanal funktioniert. Berücksichtigen Sie die ungeschriebenen Gesetze und die Gewohnheiten der Nutzerinnen und Nutzer.

Die Frage nach Nähe und Distanz stellt sich zum Beispiel im Bereich von „Freundschaften“ und „Freundschaftsanfragen“ bzw. Kontaktanfragen. „Freundschaften“ können gezielt zum Aufbau von Netzwerken genutzt werden (Reichweiten-Optimierung). Besondere Vorsicht ist allerdings beim Umgang mit Minderjährigen geboten. Vermeiden Sie Kontakte und Kommunikationsformen, die den Anschein von Übergriffigkeit erwecken könnten.

Zu Nähe und Distanz gehört auch die Frage nach der Häufigkeit von Beiträgen, Kommentaren und Gefällt-mir-Klicks. Hier gilt es, einen geeigneten Mittelwert zwischen Dauerpräsenz und langen Phasen des Schweigens zu finden.

Wo Menschen miteinander kommunizieren, geschehen auch Fehler. Fehler sollten schnell und offen zugegeben werden. Dies entspricht auch einer christlichen Grundhaltung. Fehler

zu vertuschen gelingt in sozialen Netzen meistens nicht, sondern führt zu Diskussionen über den Fehler. Kommunizieren Sie authentisch und wahrhaftig!

Soziale Netzwerke eignen sich nicht nur für die externe, sondern auch für die interne Kommunikation. Viele Plattformen bieten die Möglichkeit, „Gruppen" einzurichten. Sie erlauben die gezielte Kommunikation mit einem bestimmten Personenkreis.

Datenschutz und Recht

- Welche (kirchen-)gesetzlichen Bestimmungen gibt es, an die ich mich halten muss?
- Wie gehe ich verantwortungsvoll mit personenbezogenen Daten Dritter um?
- Welche Inhalte unterliegen dem Urheberrecht oder dem Persönlichkeitsrecht?

Die (kirchen-)rechtlichen Bestimmungen des Dienstrechtes und Datenschutzes gelten auch für soziale Netzwerke.

Achten Sie darauf, dass mögliche Grenzüberschreitungen in sozialen Netzen auch dienst- und arbeitsrechtliche Auswirkungen haben können.

Laden Sie nur Inhalte hoch, die Sie selbst erstellt haben oder die urheberrechtlich unbedenklich sind.

Respektieren Sie das Recht am eigenen Bild von abgebildeten Personen. Überlegen Sie im Vorfeld und mit Blick auf die Datensicherheit und die kommerziellen Interessen der Plattformbetreiber, welche Inhalte Sie veröffentlichen möchten.

Veröffentlichen Sie keine personenbezogenen Daten Dritter ohne deren Einwilligung. Gehen Sie mit den Informationen, die Sie über andere Personen haben, genauso sorgsam um wie mit Ihren eigenen Daten.

Verknüpfen Sie Ihre Social-Media-Aktivitäten mit Ihrer eigenen Website. Prüfen Sie, ob die von Plattformbetreibern zur Verfügung gestellten Plug-ins rechtskonform sind. Im Zweifelsfalle verwenden Sie sie nicht. Wenn Sie für Ihre Einrichtung (Kirchengemeinde, Kirchenkreis, Landeskirche etc.) eine Seite in einem sozialen Netzwerk betreiben, ist für diese auch ein Impressum erforderlich, das leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar ist.

Teilhabe

- Wie vermeide ich es, Menschen auf Grund fehlenden Zugangs zu (bestimmten) sozialen Netzwerken von Kommunikationsprozessen auszuschließen?

Nicht jeder hat Zugang zu sozialen Netzwerken. Es ist deshalb darauf zu achten, mehrere Kommunikationskanäle parallel zu nutzen, wenn z. B. zu Gottesdiensten und öffentlichen Veranstaltungen eingeladen wird.