

# Social-Media-Guidelines für die Stadtverwaltung Worms



Stand: 03/2024

Genderneutralität - Wir meinen alle!

# Social-Media-Guidelines für die Stadtverwaltung Worms

## Inhaltsverzeichnis:

1. Präambel
2. Warum nutzen wir Social Media?
3. Welche Plattformen nutzen wir?
4. Was sind unsere Ziele?
5. Das Social-Media-Team
6. Interne Grundregeln für die Nutzung von Social Media bei der Stadtverwaltung Worms
7. Weitere Social-Media-Accounts im städtischen Kontext
8. Social Media für Stadtteile
9. Private Accounts von Mitarbeitern
10. Monitoring/Analyse

## 1. Präambel

### Unsere Anforderungen an Social-Media-Guidelines

Die Social-Media-Guidelines der Stadtverwaltung Worms sollen allen Mitarbeitern als Verhaltensleitfaden für den Umgang mit Social Media dienen. Wir haben uns daher um eine einfache und nachvollziehbare Formulierung bemüht.

Sollten Ihnen Passagen unklar sein oder Inhalte fehlen, dann wenden Sie sich bitte vertrauensvoll an unser Social-Media-Team unter [pressestelle@worms.de](mailto:pressestelle@worms.de).

### Was sind Social-Media?

Unter Social Media - oder sozialen Medien - versteht man Internetplattformen, die darauf ausgelegt sind, soziale Interaktion und Kommunikation zwischen den Nutzern zu ermöglichen. Die bekanntesten Plattformen sind Facebook, Twitter, YouTube, XING, LinkedIn, Instagram, Pinterest, WhatsApp etc., wobei LinkedIn vornehmlich auf Business-Kommunikation/Vernetzung ausgerichtet ist und XING weitgehend abgelöst hat. Twitter, das inzwischen unter dem Namen X firmiert, wird meist zur schnellen Nachrichtenübermittlung genutzt und erfreut sich bei Unternehmen, Politikern und staatlichen Institutionen/Behörden (z.B. Polizei) besonderer Beliebtheit. WhatsApp, das ebenso wie Facebook und Instagram zum Unternehmen Meta gehört, wurde bisher überwiegend als Instant-Messaging-Dienst verwendet (wie etwa SMS), bietet inzwischen jedoch weitere Möglichkeiten.

## 2. Warum nutzen wir Social Media?

### Viele Bürger nutzen bereits Social Media

Soziale Netzwerke werden heute von großen Teilen der Bevölkerung genutzt. Insbesondere Facebook und Instagram haben eine hohe Verbreitung. Auch die Wormser Bürger sind zu einem großen Teil bei sozialen Netzwerken angemeldet und aktiv. Für viele Menschen sind soziale Medien ein wichtiges Informations- und Kommunikationsinstrument geworden. In der Vergangenheit nutzten die Bürger soziale Medien bereits aktiv, um sich über kommunale Themen auszutauschen und zu informieren.

## Viele Institutionen in Worms nutzen bereits Social Media

Auch viele Vereine, Unternehmen, Verbände, Kultureinrichtungen und andere Institutionen in und um Worms haben bereits eine Präsenz bei Facebook, Instagram und anderen Social-Media-Plattformen.

## Erwartungen der Bürger erfüllen

Die Bürger erwarten zunehmend, dass auch kommunale Verwaltungen im so genannten Social Web vertreten sind. Deshalb hat sich auch die Stadtverwaltung Worms an die gesellschaftliche Entwicklung angepasst und nutzt soziale Netzwerke, um den Bürgern neue Kommunikationskanäle zur Verfügung zu stellen. Im Prinzip funktioniert die digitale Welt so (vereinfacht dargestellt): Wer sich dort nicht präsentiert, existiert nicht. Im Umkehrschluss bedeutet dies: Wir verlieren wichtige Zielgruppen, wenn wir diese Entwicklungen ignorieren.

## 3. Welche Plattformen nutzen wir (Stand 02/2024)?

**Facebook:** Facebook ist das beliebteste soziale Netzwerk in Deutschland mit den höchsten Nutzerzahlen. Deshalb nutzt die Stadt Worms diesen Kanal, um zusätzlich über Neuigkeiten und wichtige (Service-)Meldungen sowie Projekte und Veranstaltungen der Stadt zu informieren. Wir erreichen damit überwiegend mittlere bis höhere Alterskohorten.

**Instagram:** Der nach Facebook meistgenutzte Onlinedienst „Instagram“ zum Teilen von Fotos und Videos wird ergänzend zu Facebook ebenso als Kanal zur Verbreitung von Informationen, Veranstaltungen etc. rund um die Stadt genutzt. Zielgruppe waren längere Zeit überwiegend Jugendliche, doch auch immer mehr Menschen aus mittleren Altersgruppen nutzen inzwischen diese Plattform.

**YouTube:** Auf YouTube ist die Stadtverwaltung Worms mit ihren Videos (keine Reels!) präsent.

**LinkedIn:** Das berufliche Netzwerk nutzt die Stadt Worms zur Darstellung der Stadtverwaltung als moderner, familienfreundlicher Arbeitgeber und zur Personalgewinnung.

**TikTok:** Der Großteil der Nutzer des sozialen Netzwerks TikTok gehören der Altersgruppe der 14- bis 24-Jährigen an. Hier ist die Stadtverwaltung mit Kurzclips präsent, um sich als Ausbildungsbetrieb bekannter zu machen und Nachwuchskräfte für die eigenen Ausbildungs- und dualen Studiengänge zu gewinnen.

## Accounts

Aktuell ist die Stadt Worms mit zahlreichen Accounts auf Social Media vertreten. Hier eine Übersicht:

### Accounts der Stadtverwaltung und ihrer Gesellschaften

#### Facebook-Seiten der Kernverwaltung:

- Stadtverwaltung Worms (Kommunikation und Marketing/Bereich 1)
- Feuerwehr Worms (Kommunikation und Marketing/Bereich 1)
- Touristik Worms (Tourist Information/Bereich 7)
- Museum der Stadt Worms im Andreasstift (Museen/Bereich 9)
- Lucie-Kölsch-Musikschule der Stadt Worms (Musikschule/Bereich 4)
- Kinder- und Jugendbüro Worms (Kijub/Bereich 5)
- Umwelt Klima Worms (Umweltabteilung/Bereich 3)
- Grüne Schiene (ESF-Bundesprogramm BIWAQ/Bereich 5)
- Adolf Kessel, Oberbürgermeister der Stadt Worms (Kommunikation und Marketing/Bereich 1)

#### Facebook-Seiten der Gesellschaften:

- Tiergarten Worms (Tiergarten Worms gGmbH)
- Wormser Sportbäder (Freizeitbetriebe Worms GmbH)
- Backfischfest (Kultur und Veranstaltungen GmbH Worms, kurz: KVG)
- Das Wormser (KVG)
- Nibelungen-Festspiele Worms (KVG)
- Worms: Jazz & Joy (KVG)
- Spectaculum Worms (KVG)
- Nibelungenmuseum Worms (KVG)
- Worms Verlag (KVG)

#### Instagram-Seiten der Kernverwaltung:

- Stadtverwaltung Worms (Kommunikation und Marketing/Bereich 1)
- Touristik Worms (Tourist Information/Bereich 7)
- Museum der Stadt Worms im Andreasstift (Museen/Bereich 9)
- Lucie-Kölsch-Musikschule der Stadt Worms (Musikschule/Bereich 4)
- Volkshochschule Worms (Volkshochschule/Bereich 4)

- Grüne Schiene (ESF-Bundesprogramm BIWAQ/Bereich 5)
- Umwelt Klima Worms (Klimaschutzmanagement/Bereich 7)
- MOJA Worms (Mobile Jugendarbeit Worms/Kinder- und Jugendbüro/Bereich 5)
- Haus der Jugend Worms (Kinder- und Jugendbüro/Bereich 5)

#### Instagram-Seiten der Gesellschaften:

- Tiergarten Worms (Tiergarten Worms gGmbH)
- Wormser Sportbäder (Freizeitbetriebe Worms GmbH)
- Das Wormser (KVG)
- Nibelungen-Festspiele Worms (KVG)
- Worms: Jazz & Joy (KVG)
- Backfischfest (KVG)
- Spectaculum Worms (KVG)

#### Berufliche Netzwerk-Seiten der Kernverwaltung:

- LinkedIn Stadt Worms (Kommunikation und Marketing/Bereich 1)

#### TikTok-Seiten der Kernverwaltung:

- Ausbildung Stadt Worms (Kommunikation und Marketing/Bereich 1)

## 4. Was sind unsere Ziele?

Die vorrangigen Ziele unserer Social-Media-Präsenzen sind zusammengefasst:

- Bereitstellen eines breiten Themenmix aus der Verwaltung
- Über wichtige und relevante rund um das Stadtgeschehen informieren
- Transparenz zeigen
- Der Verwaltung ein Gesicht bzw. viele Gesichter (Mitarbeiterschaft) geben
- Einblicke in die Arbeit der Verwaltung
- Mehr Bürgernähe durch direkten Austausch und Interaktion
- Außenwahrnehmung positiv prägen
- Bekanntheitsgrad und Reichweite steigern
- Personalgewinnung
- Instrument der Krisenkommunikation

- Bessere Vermarktung eigener Angebote
- Digitalisierung in der Verwaltung fördern

Konkret definieren wir unsere Ziele wie folgt:

#### a) Transparenz erhöhen

Wir möchten unsere Transparenz für Bürger weiter erhöhen. Wir sehen soziale Medien als einen weiteren wichtigen Kanal, um möglichst viele Bürger auf den von ihnen bevorzugten Wegen zu erreichen. Wir wollen den Bedürfnissen der Bürger entgegenkommen und auch im Social Web für den Dialog zur Verfügung zu stehen. Wir stellen fest, dass der direkte Dialog zwischen Bürgern und Verwaltung über das Social Web mit weitaus weniger Hürden verbunden ist: Menschen wenden sich über die Social-Media-Kanäle mit unterschiedlichsten Belangen an uns, weil sich diese Form der Kontaktaufnahme weniger förmlich und offiziell anfühlt. Deshalb ist es umso wichtiger, dass wir darauf zeitnah und wertschätzend reagieren.

#### b) Attraktivität, Bürgerorientierung und Identifikation verbessern

Wir möchten die Attraktivität der Stadtverwaltung steigern, unsere Bürgerorientierung verbessern und so die Identifikation und den Grad der Zufriedenheit der Bürger mit der Stadtverwaltung erhöhen. Wir glauben, dass das wechselseitige Verständnis zwischen den Bürgern und der Stadtverwaltung Worms durch den Dialog im Netz verbessert werden kann.

#### c) Fragen und Anregungen der Bürger aufnehmen

Unser Ziel ist, auf Fragen und Anregungen der Bürger auch im Social Web schneller zu reagieren. Wir möchten uns dabei an einer modernen Dienstleistungskultur orientieren.

#### d) Bekanntheit städtischer Leistungen steigern

Wir möchten die Dienstleistungen der Stadtverwaltung und die damit verbundenen Vorteile für die Bürger bekannter machen. Soziale Medien sind dafür ein wichtiger Kommunikationskanal.

#### e) Inhalte besser verbreiten

Wir möchten Social-Media nutzen, um Inhalte der Stadtverwaltung direkt an die Bürger zu kommunizieren (B2C-Kommunikation) und das Potential sozialer Medien auszuschöpfen.

## f) In die Diskussion mit Bürgern einbringen

Wir möchten uns initiativ in die Diskussion mit Bürgern einbringen. Da diese Diskussionen auch (oder sogar besonders) im Social Web stattfinden, ist eine entsprechende offizielle Präsenz unerlässlich.

## g) Interne und externe Wahrnehmung der Ämter

Wir möchten sowohl die externe als auch die interne Wahrnehmung der unterschiedlichen Abteilungen und Bereiche fördern. Da auch viele Mitarbeiter der Stadtverwaltung private Profile auf Social-Media-Plattformen führen, kann eine Präsenz der Stadtverwaltung hier einen niederschweligen Beitrag zur besseren Wahrnehmung leisten.

## 5. Das Social-Media-Team

Für die redaktionellen Inhalte der Kern-Social-Media-Seiten (alle mit dem Namen „Stadtverwaltung Worms“ und „Feuerwehr Worms“) ist die Abteilung 1.02 - Kommunikation und Marketing verantwortlich.

Für weitere städtische Accounts und deren Inhalte sind die jeweiligen Redakteure verantwortlich. Bitte beachten Sie dabei: Der Gesamtauftritt der Stadt obliegt den Dezernenten sowie der Abteilung 1.02 (siehe S. 14). Social-Media-Inhalte städtischer Seiten dürfen nie dem gesamtstädtischen Marketing schaden.

Haupt-Ansprechpartnerin für sämtliche Thematiken rund um Social Media ist die Social-Media-Managerin der Stadt, Margaretha Mohr:

[margaretha.mohr@worms.de](mailto:margaretha.mohr@worms.de).

Ihr obliegt die Gesamtverantwortung für alle Social-Media-Aktivitäten der Stadt Worms.

In den Aufgabenbereich des Social-Media-Teams fallen folgende Punkte:

1. Themenrecherche
2. Begleiten von internen/externen Terminen
3. Generieren eigener Inhalte (Videos, Fotos, Grafiken etc.)
4. Planen und Posten der Inhalte für die Social-Media-Accounts der Stadtverwaltung Worms
5. Kommunikation mit Bürgern → Community Management
6. Begleitende Werbemaßnahmen für Veranstaltungen, Beiträge der Stadt Worms
7. Koordination der Social-Media-Aktivitäten der Stadt Worms



8. Regelmäßige Abstimmung mit weiteren Social-Media-Akteuren der Stadt Worms
9. Städtische Mitarbeiter in Sachen Social Media beraten
10. Monitoring der relevanten Social-Media-Plattformen
11. Analyse der Social-Media-Aktivitäten
12. Weiterentwicklung der Social-Media-Strategie

## 6. Interne Grundregeln für die Nutzung von Social Media bei der Stadtverwaltung Worms

### a) Posten von Inhalten

Wir sehen unsere Social-Media-Inhalte vor allem als Angebote für unsere Bürger. Daher achten wir darauf, nur Inhalte zu posten, die für die Bürger interessant, relevant und wichtig sind. Zudem möchten wir unsere Verwaltung mit all ihren Bereichen möglichst breit abbilden.

#### 1. Verwaltungsthemen

- a. Aktuelles aus den Abteilungen
- b. Stadtinformationen
- c. Wahlen
- d. Stellenangebote & Ausbildung
- e. Aktuelles aus dem Bereich Bürgerservice/Dienstleistungen der Verwaltung
- f. Bürgerbeteiligungen
- g. Verkehrsinformationen
- h. Tourismus
- i. Wirtschaft
- j. Soziales
- k. Umwelt
- l. etc.

#### 2. Aktivitäten und Veranstaltungen im Umfeld der Stadtverwaltung

- a. Veranstaltungskalender
- b. Kulturelles (Theater/Feste/Konzerte/Demos/Kino etc.)

#### 3. E-Government Angebote

- a. Onlinebeteiligungen, Online-Dienstleistungen, Mängelmelder etc.

#### 4. Weitere Themenfelder

- a. Echtzeitposts (Bilder, Videos von Veranstaltungen und Presseterminen)

- b. Links von Wormser Institutionen (Sportvereine etc.)
- c. Historisches (Stadtgeschichte)
- d. Freizeitangebote
- e. Sport (Events/Möglichkeiten)
- f. Worms vorstellen (Schöne Orte, Möglichkeiten, was ist wo etc.)

## b) Inhalte, die nicht gepostet werden dürfen

Nicht gepostet werden Inhalte, auf die eine der folgenden Aspekte zutrifft:

1. Beiträge mit diskriminierendem Inhalt  
(z.B.: Fremdenfeindlichkeit, Rassismus, Sexismus, Pornographie etc.)
2. Beiträge, die dem Ansehen der Stadt Worms schaden:
  - a. Rechtlich unzulässige Äußerungen
  - b. Vorsätzlich geschäfts- oder rufschädigende Äußerungen
  - c. Drohungen und Beleidigungen
  - d. Falsche Tatsachenbehauptungen
  - e. Äußerungen, die den Betriebsfrieden gefährden
  - f. Äußerungen, die die Zusammenarbeit mit dem Arbeitgeber und den Kollegen unzumutbar machen
3. Inhalte, die Urheber- oder Persönlichkeitsrechte verletzen, gegen Gesetze, den Datenschutz oder andere Verwaltungsvorschriften verstoßen oder die sittenwidrig sind.
  - a. Wir posten niemals personenbezogene Daten.
  - b. Wir posten niemals Interna.
  - c. Wir posten niemals Bilder ohne das ausdrückliche Einverständnis der abgebildeten Personen und der Urheberin bzw. dem Urheber.
  - d. Sofern bei Fotos (z.B. bei Aufnahmen aus der Öffentlichkeit) kein Einverständnis der abgebildeten Personen eingeholt werden muss, handeln wir hier trotzdem sensibel und holen, wenn möglich ggf. auch dann das Einverständnis der abgebildeten Personen ein.
  - e. Wir posten niemals gewaltverherrlichende oder -verharmlosende Inhalte.
  - f. Wir achten auf die Einhaltung des Jugendschutzes.
4. Politische Inhalte

Wir empfehlen, nicht nur auf parteipolitische Inhalte zu verzichten (hier gilt ohnehin: Finger weg!), sondern weisen auch auf den Umgang mit politisch und/oder gesellschaftlich aufgeheizten Themen hin. Sollte es unumgänglich sein, ein solches Thema in den sozialen Medien zu veröffentlichen, muss zwingend eine lückenlose (auch am Wochenende und in den späten Abendstunden) Moderation des Beitrags gewährleistet

sein, damit auf Kommentare, die gegen die Regularien verstoßen, umgehend reagiert werden kann.

### c) Inhalte empfehlen

Die Mitarbeiter der Stadt Worms sind ganz nah am Geschehen dran und daher herzlich dazu aufgerufen, Inhalte und Themen, die aus ihrer Sicht für unsere Haupt-Social-Media-Präsenzen interessant sind, an das Social-Media-Team weiterzuleiten. Das Social-Media-Team ist auf die Mithilfe aller Mitarbeiter angewiesen und freut sich über Hinweise zu möglichen Inhalten. So kann die Attraktivität der Social-Media-Plattformen erheblich gesteigert werden. Wir freuen uns auf Ihre Vorschläge!

Wir bitten zu beachten, dass nicht jedes Thema, das bei uns landet, automatisch auch gepostet werden kann. Wir sehen unsere Social-Media-Inhalte vor allem als Angebote für unsere Bürger. Daher achten wir darauf, nur Inhalte zu posten, die für die Bürger interessant, relevant und wichtig sind und behalten uns deshalb vor, eine Auswahl zu treffen. Welche Inhalte je nach Relevanz, Mehrwert und Redaktionsplan auf den städtischen Kanälen veröffentlicht werden, entscheidet abschließend die Abteilung 1.02.

Bitte beachten Sie: Diese Hinweise gelten ausschließlich für die Haupt-Social-Media-Seiten der Stadt Worms.

### d) Zu beachten

Im Sinne einer sachlichen Kommunikation und einem respektvollen Miteinander in den sozialen Medien bitten wir Social-Media-User, einige Punkte zum Thema Netiquette und Kommentar-Richtlinien zu beachten. Diese finden Sie im Impressum auf [www.worms.de](http://www.worms.de). Dort sind auch ausführliche Datenschutzinformationen aufgeführt, die besonders beachtet werden müssen.

Bei den Posts ist folgendes zu beachten:

1. Einhalten der Netiquette.
2. Die Wahl einer leicht verständlichen Sprache.
3. Die Beiträge sind wohl überlegt und entsprechen den aktuellen Social-Media-Guidelines der Stadtverwaltung.
4. Die Texte sind kurz und prägnant und animieren zur Interaktion („Call to Action“ z.B. „Klicken Sie hier“, „besuchen Sie diesen Link“, eine Frage stellen etc.).
5. Die Inhalte sind stets aktuell.

## e) Im Dialog mit den Bürgern

Beim Kontakt mit den Bürgern ist auf folgende Punkte zu achten:

1. Einhaltung der Netiquette.
2. Nutzung einer leicht verständlichen Sprache ohne umständliche Satzstrukturen.
3. Wertschätzung der Bürger durch Verwendung der förmlichen Anrede (Sie-Form; Ausnahmen können kontextbezogen gemacht werden).
4. Auf Anfragen, Lob und Kritik antworten wir grundsätzlich immer, es sei denn:
  - a. aus Kapazitätsgründen ist es nicht möglich, jeden Beitrag zu beantworten.
  - b. die verantwortliche Person hält eine Antwort im Kontext der konkreten Kommunikation für nicht angebracht (Abwägungsspielraum).
  - c. es stehen Bedenken in Bezug auf Datenschutz entgegen.
    - i. In diesem Fall wird der anfragende Bürger auf eine alternative Kontaktmöglichkeit verwiesen. Der Empfänger sollte dabei über die Anfrage auf Facebook vorab informiert werden (Begründung bitte immer angeben).
5. In Diskussionen unter Bürgern (auf Plattformen der Stadtverwaltung oder bei anderen Profilen von anderen Akteuren in Worms) bringt sich die Stadtverwaltung mit dem offiziellen Account nur ein, um falsche Sachverhalte oder Darstellungen faktisch richtigzustellen oder wenn der/die Social-Media-Verantwortliche dies für sinnvoll hält (Spielraum) oder um die Diskussion auf eine sachliche Ebene zu führen, wenn wiederholt gegen die Netiquette verstoßen wird. Ein kleines Dankeschön für lobende Worte ist immer eine nette Geste.
6. Wir äußern keine persönlichen oder politischen Meinungen. Wir verhalten uns jederzeit neutral!
7. Die Antwortzeiten sollten innerhalb eines Arbeitstages liegen (Mo-Fr.).

## f) Das Löschen von Inhalten

Grundsätzlich werden die Beiträge von Nutzern nicht gelöscht. Ausnahmen:

1. Wenn diese strafrechtlich relevant sind oder gegen allgemein gültige Verhaltensnormen verstoßen.
2. Wenn es sich um rechts- bzw. sittenwidrige Inhalte handelt, die zur Volksverhetzung aufrufen, Gewalt verherrlichen oder verharmlosen, pornografisch sind oder die Persönlichkeitsrechte Einzelner verletzen.
3. Wenn die Bestimmungen des Jugendmedienschutzes verletzt werden.

4. Bei wiederholten Verstößen gegen die Netiquette können auch solche Beiträge gelöscht werden.

## g) Umgang mit Kritik/Krisen (Shitstorms)

Sachliche Kritik ist ausdrücklich erwünscht und wird von uns begrüßt. Kritisch sehen wir jedoch folgende Aspekte:

1. Als kritisch betrachten wir Inhalte, die unsachlich oder unwahr sind oder eine beleidigende Form haben.
2. Bei Verdacht auf strafrechtlich relevante Inhalte (Beleidigung, Volksverhetzung, Bedrohung etc.) müssen wir eine Prüfung von rechtlichen Schritten einleiten und eine Meldung an die zuständigen Stellen machen. Bitte kontaktieren Sie in solchen Fällen immer die Abteilung 1.02!
3. Bei emotionalen Postings und Formulierungen, die unterhalb der o.g. Grenzen liegen, arbeiten wir darauf hin, im Dialog Sachlichkeit herzustellen.
4. Auch bei Reaktionen auf kritische Postings bleiben wir stets sachlich und nehmen unseren Gesprächspartner immer ernst.
5. Gerade bei kritischen Postings stellen wir eine möglichst zügige Reaktion sicher.
6. Mitarbeiter, die auf kritische Postings aufmerksam werden, werden darum gebeten, diese zeitnah unter [pressestelle@worms.de](mailto:pressestelle@worms.de) zu melden.
7. Ein Krisenfall ist zu konstatieren, wenn städtisches Vorgehen oder Personen massiv in Volumen und Tonalität angegriffen werden (Shitstorm). In diesem Fall müssen weitere städtische Akteure informiert und einbezogen werden (je nach Sachverhalt und Tragweite, in jedem Fall jedoch Fachkraft, Abteilungsleitung, Social-Media-Managerin und Abteilungsleitung Kommunikation).
8. Reaktionen erfolgen dann nur noch in Absprache mit den zuständigen Vorgesetzten und der Abteilung 1.02.

## 7. Weitere Social-Media-Accounts im städtischen Kontext

Abteilungen, Bereiche und andere Organisationseinheiten der Stadtverwaltung, die im Rahmen der städtischen Richtlinie für soziale Medien diese aktiv nutzen möchten, müssen dies zwingend mit der zuständigen Bereichsleitung und/oder der Dezernatsleitung sowie mit der Abteilung 1.02 – Kommunikation und Marketing abstimmen (Vgl. Allgemeine Geschäftsweisung).

Für eine Zustimmung bedarf es triftiger Gründe für die aktive Nutzung sozialer Medien, die Vorlage eines an der Richtlinie orientierten Redaktionskonzeptes sowie eines gesicherten Qualitätsmanagements (dazu gehört beispielsweise die Sicherstellung einer lückenlosen Moderation, ein Konzept zum Umgang mit „Shit Storms“, die Benennung eines redaktionell Verantwortlichen etc.).

Die abschließende Entscheidung obliegt der/dem Social-Media-Gesamtverantwortlichen der Verwaltung und der Leitung der städtischen Kommunikation. Welche Daten, Informationen, Meinungen und Medien im Rahmen der dienstlichen Kommunikation mittels sozialer Medien veröffentlicht werden können, muss zuvor unter Berücksichtigung der Besonderheiten dieser Kommunikationsform durch die Kommunikationsabteilung geprüft werden. Social-Media-Redakteure werden demnach obligatorisch geschult, bevor sie tätig werden können.

Sollte solch einem Account zugestimmt werden, gelten Richtlinien, die den zuständigen Redakteuren ausgehändigt und erläutert werden. Bei der Umsetzung unterstützt die Abteilung 1.02 gerne.

Bei bereits bestehenden Accounts sind folgende Nutzungsbedingungen und Vorgaben zu erfüllen bzw. nachzureichen:

1. Erstellen einer so genannten Erforderlichkeitsprüfung (Orientierung hierfür finden Sie unter: <https://datenschutz.worms.de>, unter dem Reiter „Soziale Medien (Facebook, Instagram u.a.)“)
2. Erstellen eines an der Richtlinie orientierten umfassenden Nutzungs- und Redaktionskonzeptes
3. Sicherstellen eines Qualitätsmanagements (auch hier gilt neben den bereits genannten Aspekten: Politische Inhalte, Werbung für Parteien oder Veranstaltungen von Parteien sind tabu)
4. Regelmäßiger Dialog mit dem städtischen Social-Media-Team, um gemeinsame Synergien zu fördern und einheitlichen Standards zu sichern
5. Einhaltung des Datenschutzes und der Impressumspflicht

Bitte beachten Sie: Die genannten Vorgaben dienen Ihrem persönlichen Schutz! Die Außendarstellung unserer Verwaltung obliegt den Dezernenten und der Abteilung 1.02 – Kommunikation und Marketing. Wer Inhalte veröffentlicht, die nicht abgestimmt sind und den Interessen der Stadt schaden, trägt dafür die Verantwortung. Insofern ist es uns ein wichtiges Anliegen, Social-Media-

Redakteure zu schützen und sie für einen sorgsamem Umgang mit den Sozialen Medien zu sensibilisieren.

## 8. Social Media für Stadtteile

Wie zu Beginn bereits erwähnt, erwarten die Bürger zunehmend, dass auch kommunale Verwaltungen in den sozialen Medien vertreten sind. Für die Bürger in den einzelnen Stadtteilen ist es von Vorteil, wenn sie schnell und direkt über relevante stadtteilspezifische Meldungen informiert werden. Soziale Medien können hier einen ergänzenden Informations- und Kommunikationskanal darstellen.

Allerdings müssen einige wichtige Aspekte beachtet werden, wenn es darum geht, unsere Stadt gemeinsam auf Social Media positiv und sicher zu repräsentieren. Das gilt für jegliche Art von Social-Media-Plattformen und Netzwerken. Eine Auswahl dieser Plattformen finden Sie weiter oben. Wenn Sie unsicher sind, was auf Sie zutrifft, wenden Sie sich gerne an die Abteilung 1.02.

So sind auch die einzelnen Stadtteile dazu angehalten - anknüpfend an den vorangegangenen Punkt - die Nutzung von sozialen Medien mit der Abteilung 1.02 – Kommunikation und Marketing abzustimmen, sofern sie als Seite mit offiziellem Charakter betrieben werden (Bsp. Name „Büro des Ortsvorstehers“, Kategorie „öffentliche Dienstleistungen“).

Möchte ein Stadtteil einen solchen offiziellen Account betreiben, sind folgende Nutzungsbedingungen und Vorgaben zu erfüllen:

1. Erstellen einer so genannten Erforderlichkeitsprüfung (Orientierung hierfür finden Sie unter: <https://datenschutz.worms.de>, unter dem Reiter „Soziale Medien (Facebook, Instagram u.a.)“)
2. Erstellen eines an der Richtlinie orientierten umfassenden Nutzungs- und Redaktionskonzeptes
3. Sicherstellen eines Qualitätsmanagements (auch hier gilt neben den bereits genannten Aspekten: Politische Inhalte, Werbung für Parteien oder Veranstaltungen von Parteien sind tabu)
4. Regelmäßiger Dialog mit dem städtischen Social-Media-Team, um gemeinsame Synergien zu fördern und einheitlichen Standards zu sichern
5. Einhaltung des Datenschutzes

Die Unterlagen sind gesammelt zur Prüfung bei der Social-Media-Gesamtverantwortlichen der Verwaltung und der Leitung der städtischen Kommunikation vorzulegen. Danach treffen diese eine abschließende Entscheidung. Sollte der Bedarf bestehen, unterstützen wir Sie hierbei gerne.

Dieses aufwendige Verfahren ist erforderlich, um rechtlichen Vorgaben nachzukommen und eine bestmögliche Präsentation der gesamten Stadt Worms in der Öffentlichkeit sicherzustellen. Somit ist das Prozedere auch als Schutz für die städtischen Mitarbeiter zu verstehen (siehe S. 14). Sollten die Richtlinien nicht umgesetzt werden (können), obliegt es der Verwaltung, über das weitere Vorgehen zu entscheiden.

Können Mitarbeiter, die an einer offiziellen Social-Media-Präsenz interessiert sind, die Vorgaben nicht umsetzen, wird gemeinsam mit den Verantwortlichen von 1.02 nach einer anderen Möglichkeit der Social-Media-Nutzung bzw. Kommunikation gesucht. Gleiches gilt für die Optimierung bereits bestehender offizieller Accounts mit Bezug zur Stadt Worms.

Nachfolgend stellen wir eine kurze Beschreibung zur Verfügung, wie bereits bestehende Accounts optimal genutzt bzw. umgewandelt werden können. Dabei gehen wir genauer auf die Anwendungen Facebook und Instagram ein, da diese zu den beliebtesten und meistgenutzten Plattformen in Deutschland zählen.

## Facebook

Für Facebook gibt es aus unserer Sicht drei Alternativen zu offiziellen Seiten, die problemlos und schnell umzusetzen sind. Dazu gehören etwa Facebook-Gruppen. Hier gibt es zwei Privatsphäre-Einstellungen und somit gleich zwei mögliche Varianten.

**Öffentlich:** Jeder auf und außerhalb von Facebook kann sehen, wer Mitglied der Gruppe ist und was dort gepostet wird.

**Privat:** Nur Mitglieder können sehen, wer in der Gruppe ist und was dort gepostet wird. Bei geschlossenen Gruppen ist die Privatsphäre also etwas hochgeschraubt. Hier kann zwar jeder die Gruppe finden und ihre Mitglieder sehen, doch die Beiträge sind nur für diejenigen sichtbar, die auch wirklich der Gruppe beigetreten sind und aufgenommen wurden. Je nach Wunsch können die Administratoren der Gruppe festlegen, ob nur sie posten oder auch Gruppenmitglieder Beiträge einstellen dürfen. Die letztere Variante ermöglicht einen intensiveren Dialog untereinander und fördert dadurch ein stärkeres Gemeinschaftsgefühl. Außerdem wird ein geschützter Raum für einen offenen Austausch geschaffen, Inhalte können freier gestaltet werden.

Offizielle Facebook-Seiten können mit nur wenigen Klicks in geschlossene oder öffentliche Gruppen umgewandelt werden. Eine Anleitung hierfür können Sie gerne bei der Abteilung 1.02 erfragen.



Als dritte Möglichkeit kommt die Umwandlung des Accounts in eine nicht-offizielle Seite in Frage. Als Kategorisierung empfehlen wir mangels geeigneter Alternativen „lokaler Dienstleister/Dienstleistungen“ (NICHT „öffentliche Verwaltung“, „Regierungsbehörde“ o.ä.). Die Seite könnte also so (oder so ähnlich) deklariert sein: Infos aus NAME STADTTEIL, Kategorie „lokaler Dienstleister“, Intro: „Willkommen auf der Infoseite des Stadtteils xy“, und ganz wichtig: Impressum nicht vergessen! Nicht-offizielle Seiten sollten nicht in Bezug zur Stadt Worms stehen und damit auch nicht als solche zu erkennen sein. Das heißt: Die Stadt Worms wird nicht im Impressum genannt und das städtische Logo wird nicht verwendet.

Ergänzend dazu steht es natürlich jedem Ortsvorsteher frei, eigene, private Accounts zu betreiben und dort als Privatpersonen zu posten und zu teilen. Um ausreichend erkenntlich zu machen, dass es sich um ein privates Profil handelt, ist folgender Claim auf offiziellen Profilen von Ortsvorstehern zu ergänzen: „Es handelt sich hierbei ausdrücklich um meine rein persönliche Meinung. Diese repräsentiert nicht die Positionen, Strategien oder die Meinung der Stadt Worms.“

Bitte beachten Sie dabei auch die Hinweise zur Nutzung privater Accounts in diesem Dokument.

## Instagram

Instagram bietet keine Gruppenfunktion. Stadtteile können ein privates Profil erstellen, um die Inhalte nur mit einer ausgewählten Gemeinschaft zu teilen. Für ein öffentliches/offizielles Profil auf Instagram sind die o.g. Nutzungsbedingungen und Vorgaben in die Wege zu leiten.

Auch hier gilt: Namen wie „Ortsverwaltung xy“, Kategorie „öffentliche Verwaltung“ sind hier nicht möglich. Alternativ kommen Namen wie „Stadtteil xy“ in Frage.

Auch für Instagram gibt es diese Option: Jedem Ortsvorsteher steht es frei, eigene, private Accounts zu betreiben und dort als Privatpersonen zu posten und zu teilen. Um ausreichend erkenntlich zu machen, dass es sich um ein privates Profil handelt, ist folgender Claim auf offiziellen Profilen von Ortsvorstehern zu ergänzen: „Es handelt sich hierbei ausdrücklich um meine rein persönliche Meinung. Diese repräsentiert nicht die Positionen, Strategien oder

die Meinung der Stadt Worms.“ Bitte beachten Sie dabei außerdem die Hinweise zur Nutzung privater Accounts in diesem Dokument.

Sowohl für Facebook als auch für Instagram gilt: Bitte teilen Sie die jeweiligen Gruppen-Administratoren und Seiten-Inhaber samt Kontaktdaten dem städtischen Kommunikationsteam mit: [pressestelle@worms.de](mailto:pressestelle@worms.de), damit ein Austausch angeregt werden kann.

Sollten Sie Fragen zu den Punkten haben, melden Sie sich gerne bei der städtischen Social-Media-Managerin: [margaretha.mohr@worms.de](mailto:margaretha.mohr@worms.de).

Haben Sie Fragen zu weiteren Social-Media-Plattformen und/oder möchten dort sogar einen Account erstellen? Wenden Sie sich vorher bitte an die Abteilung 1.02!

## 9. Private Accounts von Mitarbeitern

Postings auf offiziellen Seiten der Stadtverwaltung Worms von Mitarbeitern mit privaten Accounts und ohne dienstlichen Auftrag, aber auch auf nicht-städtischen Seiten sollten nur dann erfolgen, wenn klar erkennbar ist, dass es sich um eine rein private Äußerung handelt. Für eine entsprechende Kenntlichmachung sind die Mitarbeiter selbst verantwortlich. Dies kann zum Beispiel geschehen, indem dem Posting eine Signatur beigefügt wird („Es handelt sich hierbei ausdrücklich um meine rein persönliche Meinung, und repräsentieren nicht die Positionen, Strategien oder die Meinung der Stadt Worms.“).

Dabei ist aber stets zu beachten, dass die private Meinungsäußerung möglicherweise mit den individuellen Pflichten aus dem Arbeitsvertrag oder dem Beamtenverhältnis kollidieren kann. Die Kollision wiederum kann zu arbeits- oder dienstrechtlichen Konsequenzen führen. Eine Weitergabe von vertraulichen Informationen und das Missachten der Geheimhaltungspflicht sind unzulässig. Bei der Nutzung von Social-Media-Angeboten sind also stets die allgemeinen beamten- und arbeitsrechtlichen Grundsätze zu beachten.

Wenn in den Profilvereinerungen privater Accounts der Arbeitgeber „Stadtverwaltung Worms“ erkennbar ist oder die Mitarbeiter leicht mit einer offiziellen Funktion bei der Stadtverwaltung Worms in Verbindung gebracht werden können (z.B. weil der Name und die Position öffentlich bekannt sind), wird empfohlen, einen Hinweis hinzuzufügen, dass dieses Profil einer rein privaten Nutzung dient.

Wenn einem Mitarbeiter im Social Web negative Beiträge, Anschuldigungen etc. in Bezug auf die Stadt Worms auffallen, bitten wir darum, die städtische Kommunikationsabteilung darüber zu informieren, damit diese ggf. Maßnahmen einleiten kann. Dafür können z.B. Screenshots der entsprechenden Kommentare gemacht werden.

Argumentieren Sie auch im privaten Kontext möglichst mit Besonnenheit und widerstehen Sie den Impuls, sich zu äußern, auch wenn Sie sich im Recht fühlen. Argumentieren Sie also sowohl beruflich als auch privat immer sachlich, beleidigen Sie niemanden und seien Sie respektvoll im Umgang mit Ihren Dialogpartnern. Das Teilen von städtischen Beiträgen ist erlaubt und gewünscht.

Nutzen Sie gerne unsere internen Möglichkeiten, um in Bezug auf die Verwaltung Kritik an- oder Verbesserungsvorschläge zu bringen. Schreiben Sie beispielsweise an [intern@worms.de](mailto:intern@worms.de)

Denken Sie daran: Wir städtischen Mitarbeiter sind allesamt Multiplikatoren, Werbeträger und Vorbilder 😊

## 10. Monitoring/Analyse

Wir beobachten die Aktivitäten unserer Angebote und auch der externen relevanten Seiten in Worms. Wir tun dies mithilfe geeigneter Software und durch regelmäßiges Einloggen auf den Profilen.

Wir stellen damit sicher, dass Anfragen von Bürgern zeitnah registriert und beantwortet werden. Die Beobachtung der Fremdseiten dient vor allem dazu, Themen zu identifizieren, die die Bürger bewegen. Hierbei achten die Mitarbeiter, die für die jeweilige Social-Media-Präsenz verantwortlich sind, darauf, dass datenschutzrechtliche Vorschriften eingehalten werden.

Wir danken Ihnen ganz herzlich für Ihr Engagement und für Ihre Mithilfe bei der Umsetzung der Richtlinien. Wenn Sie Fragen oder Anregungen haben, stehen wir Ihnen jederzeit mit einem offenen Ohr zur Verfügung. Gemeinsam machen wir uns auf ins digitale Zeitalter! 😊