

Verband der Kolpinghäuser eV

# Arbeitshilfe Social Media



## INHALT

EINLEITUNG	03
GRUNDLAGEN	03
Google+	04
Facebook	04
Twitter	04
YouTube	05
XING	05
BEDEUTUNG FÜR DAS MARKETING	06
BEDEUTUNG FÜR DIE KOMMUNIKATION	06
Externe Kommunikation	06
Ziele und Grundsätze unserer Online-Aktivitäten (Social Media Guidelines)	07
Interne Kommunikation	09
BEDEUTUNG FÜR DIE PÄDAGOGIK	09
RECHTLICHE ANFORDERUNGEN	09
ZEITLICHE RESSOURCEN	11
UNTERSTÜTZUNG VKH	11

### Impressum

Herausgeber:

Verband der Kolpinghäuser eV

Inhaltlich verantwortlich:

Guido Gröning, Geschäftsführer VKH

Gestaltung:

Plett, Schulte und Partner, München

## EINLEITUNG

In den letzten Jahren hat sich das Internet von einem reinen Informationsmedium mit weitgehend statischen Seiten, zum einem interaktiven Austausch-Netzwerk gewandelt. Die Kommunikation im Internet ist damit viel persönlicher und individueller geworden, es werden keine reinen Informationen verbreitet, sondern häufig mit Kommentaren und Einschätzungen verbunden. Dieses findet auch in Sozialen Netzwerken und Sozialen Plattformen statt, durch anklicken oder kommentieren werden Informationen schnell im Freundeskreis verbreitet.

## BEDEUTUNG FÜR DIE KOMMUNIKATION

Social Media oder Web 2.0 ist ein sehr breiter und vielfältiger Bereich von Diensten, Angeboten und Netzwerken. Der Austausch von Informationsbereitstellung und –sammlung macht den Charme und Reiz dieser Angebote aus. Es ist nicht möglich alles und jeden Dienst zu nutzen und für die eigene Arbeit einzusetzen. Unabhängig vom Einsatz ist der Namens- und Markenschutz im Internet zu beachten, denn weder die Nutzer der Dienste noch die Anbieter überprüfen die Accounts auf Echtheit. Es wird allgemein davon ausgegangen, dass ein Account Kolpinghaus XY auch dem Kolpinghaus XY gehört und von diesem mit Informationen gespeist wird. Darum ist eine Sicherung und Reservierung von Kanälen im Internet wichtig. Die Reservierung und damit Sicherung von Namen und Zugängen, sollte unabhängig von einer Entscheidung über die Nutzung und Intensität der Nutzung durchgeführt werden. Neben der Reservierung sollten auch die wichtigsten Informationen, wie Ansprechpartner/in, Kontaktdaten (inkl. Link zur Homepage) und Ziele/Aufgaben der Einrichtung eingetragen werden. So bekommen Besucher des jeweiligen Profils einen Kurzüberblick und haben die Möglichkeit an anderer Stelle ausführlichere Informationen zu bekommen.

Die meisten Anbieter bieten eine Übertragung eines Accounts einer nicht zur Einrichtung gehörenden Nutzers zur Einrichtung an, dieses ist aber teilweise sehr aufwendig und langwierig. In dieser Zeit kann schon ein Imageschaden entstanden sein, oder ein anderer Account mit ähnlichem Namen passend zur Einrichtung etabliert sein.

Nach heutiger Sicht sind folgende Anbieter weit verbreitet und sollten aus diesem Grund in die Reservierungsplanung mit einbezogen werden:

## Google+

Beschreibung: Google+ ist ein seit der Veröffentlichung Mitte 2011 ein schnell wachsendes Online-Netzwerk. Mit den „Seiten“ bietet es seit November 2011 auch für Einrichtungen ähnliche Funktionen wie Facebook.

Profilname: (längere URL, bestehend aus Zahlen-/Buchstabenkombination)

Einrichtung: Die Einrichtung ist mit einem Google-Konto möglich, wodurch andere Dienste (E-Mail, Kalender etc.) verbunden werden. Die Erstellung einer Seite ist unter <https://plus.google.com/u/0/pages/create> möglich.

## Facebook

Beschreibung: Facebook ist das größte und bekannteste Online-Netzwerk. Eine Kommunikation zwischen vielen Personen ist über die jeweilige Pinnwand, Gruppen und Seiten (für Unternehmen, Institutionen, Einrichtungen und Verbände) möglich. Eine Registrierung für die Nutzung der Facebook-Funktionen ist notwendig. Laufend finden Weiterentwicklungen statt, die neue Nutzungsmöglichkeiten gerade auch für Einrichtungen bieten.

Profilname: <http://www.facebook.com/kolpinghaus.xy>

Einrichtung: Die Einrichtung einer Seite für das Kolpinghaus kann auf zwei Wegen erfolgen. Entweder als eigene Seite, Anmeldung und Registrierung erfolgt losgelöst von einem personalisierten Account. Die andere Möglichkeit ist die Einrichtung einer Seite über den eigenen Facebook-Account. Es ist möglich, die Seite nur für Administratoren sichtbar zu machen und Daten einpflegen zu können. Für die Reservierung eines Kurznamens (siehe oben) sind 25 Freunde/Follower für die Seite notwendig, erst danach kann auch der Name nicht von einer anderen Person/Einrichtung belegt werden. Eine Änderung ist bis 100 Freunde/Follower noch möglich, danach ist der Name fest vergeben, auch bei einer möglichen Löschung der Seiten/Account.

## twitter

Beschreibung: Twitter ist ein Kurznachrichtendienst mit Nachrichten in SMS-Länge (max. 140 Zeichen) können Informationen und Nachrichten verbreitet werden. Es ist eine Art offenes Tagebuch und soziales Netzwerk. Twitter ist ein offenes Portal, die Nachrichten können in der Regel ohne eigenen Twitter-Account gelesen werden.

Profilname: <http://twitter.com/kolpinghausort>

Einrichtung: Die Einrichtung eines Twitter-Kanales ist sehr einfach, es kann jedoch je E-Mail-Adresse nur ein Kanal eingerichtet werden. Es ist möglich, den Twitter-Kanal nur für Freunde bzw. nach Bestätigung durch den Administrator sichtbar zu machen.

## YouTube

Beschreibung: YouTube ist ein Medienkanal, wo Videos (von Professionell bis zur Handykamera) hochgeladen werden können. Gerade durch die Verbreitung der Handykameras hat das Portal einen großen Zulauf erlebt. Das Anschauen von Videos ist grundsätzlich für jeden möglich.

Profilname: <http://youtube.com/kolpinghausxy>

Einrichtung: Die Registrierung bei Youtube erfolgt entweder eigenständig oder in Verbindung mit einem Google Zugang. Die Verbindung mit einem Google-Zugang bedeutet, dass weitere Angebote von Google, wie z.B. Adwords, Google-Mail, Google-Alerts ebenfalls über den Zugang erreichbar sind.

## XING

Beschreibung: XING ist ein Karrierenetzwerk, indem sich Personen vorstellen und auf der Suche nach betrieblichen Kontakten, aber auch nach Freunden sind. Einrichtungen und Unternehmen können sich bei XING präsentieren und die Plattform unter anderem für die Gewinnung neuer Mitarbeiter/innen nutzen, aber berufliche Kontakte pflegen und aufbauen. Die Nutzung und Sichtbarkeit der Privat- als auch Unternehmensprofile ist weitestgehend nur für registrierte XING-Mitglieder möglich.

Profilname: Der Einrichtungsname ist nur intern und kann nicht durch die Eingabe einer Internetadresse gefunden werden.

Einrichtung: Ein/e Mitarbeiter/in des Unternehmens muss bei XING registriert sein und kann dann die Unternehmensseite einrichten bzw. sich dieser anschließen. XING bietet die Möglichkeit, Unternehmensnachrichten und Jobangebote zu veröffentlichen.

Bei der Registrierung und Anlage von Profilen muss im Vorfeld die spätere Nutzung im Blick behalten werden. Dazu gehört auch die Beantwortung der folgenden Fragen:

- Gibt es eine/n oder mehreren Nutzer/innen?
- Wer soll Administrator werden, wer bekommt weitere Zugangsrechte?

Die meisten Plattformen sind kostenfrei und werden über Werbeeinblendungen finanziert. Zusätzliche Funktionen sind kostenpflichtig oder können maßgeschneidert auf den eigenen Bedarf programmiert/entwickelt werden.

## BEDEUTUNG FÜR DAS MARKETING

Social Media und im speziellen Facebook sind eine sinnvolle Ergänzung der Homepage. Neben allgemeinen Informationen zum Jugendwohnen, der Einrichtung und ihrer Aktivitäten können auch Neuigkeiten veröffentlicht werden. Eine kurze Ankündigung mit Überschrift und Link zur Homepage, wo der gesamte Artikel/Bericht zu finden ist reicht aus, um die Follower/Freunde im Social-Media zu informieren. Durch die Verlinkung bzw. den Hinweis auf die Homepage wird diese weiterhin genutzt, die Zugriffszahlen können steigen und damit auch das Ranking in Suchmaschinen. Die verschiedenen Social-Media-Kanäle bündeln Informationen und liefern diese dann zielgerichtet den Nutzern, so können die Nutzer viele Informationen von einzelnen Kolpinghäusern oder aus weiteren Interessensbereichen auf einen Blick gebündelt bekommen, ohne auf die jeweiligen Homepages klicken zu müssen. Dieses bietet den Vorteil über kurze Informationen die Nutzer auf sich aufmerksam zu machen, dieser kann wiederum über einen Klick die Information an seine „Freunde“ weiterleiten. So potenziert sich die Verbreitung im Internet und es werden vorher unerreichbare Personen auf das Angebot und die Einrichtung aufmerksam.

Social-Media sind schnelle und einfache Informationsmedien für viele Menschen. Entgegen der weitläufigen Meinung sind viele Zielgruppen von Kolpinghäusern schon längst auf den verschiedenen Plattformen unterwegs, so zum Beispiel IHK's, HWK's, Arbeitsagenturen und weitere Partner der Jugendwohnheime. Die aktuellen und ehemaligen Bewohner sind häufig auch schon auf Facebook vertreten, genauso wie die Gäste und Besucher/innen von Kolping-Hotels und Kolpinghäusern.

## BEDEUTUNG FÜR DIE KOMMUNIKATION

### EXTERNE KOMMUNIKATION

Social Media wird mehr und mehr Bestandteil der Öffentlichkeitsarbeit und strategischen Kommunikation von Einrichtungen und Unternehmen. Die vielen Möglichkeiten im Bereich des Social Media bedürfen einer intensiven Betrachtung der personellen, zeitlichen und finanziellen Ressourcen einer Organisation für diesen Bereich. Auch vor diesem Hintergrund macht eine Auseinandersetzung mit den geplanten Zielen und zu erreichenden Zielgruppen Sinn um eine Auswahl an Kanälen/ Plattformen zu treffen, welche den Zielen der Einrichtung/ Organisation entsprechen kann. Damit verbunden ist eine Entscheidung über den Kommunikationsinhalt und wer diesen veröffentlicht.

Wo soll es veröffentlicht werden?	Was soll veröffentlicht werden?		
	Neuigkeiten	Berichte über Veranstaltungen	Weitergehende Informationen
Facebook			
twitter			
XING			

Die externe Kommunikation kann neben der Verbreitung von Informationen über die Einrichtung auch den Transfer von Informationen über den Tätigkeitsbereich der Einrichtung hinaus sein. Diese sollten eine Relevanz und Mehrwert für Interessierte an der Einrichtung haben, durch das Internet ist eine schnelle und einfache Weiterverbreitung der Informationen möglich geworden. Wer sich an der Verbreitung von relevanten Informationen beteiligt, wird auch gerne zitiert, sodass die eigenen Informationen und Neuigkeiten auch weiter verbreitet werden.

Ein weiterer Bestandteil der externen Kommunikation ist der Dialog mit Besuchern in den Social Media Angeboten. Hierfür ist ein sensibler und bewusster Umgang mit positiver und negativer Kritik notwendig. Die bewusste Entscheidung für einen offenen Dialog erfordert auch den Umgang mit unberechtigter oder überzogener negativer Kritik. Durch einen konstruktiven und schnellen Umgang kann aus negativer Kritik auch positive Kritik werden. Die Kombination aus schneller und guter Reaktion auf die Kritik verbessert das Image der Einrichtungen. Darüber hinaus werden Google und andere Suchmaschinen in Zukunft auch Erwähnungen, Bewertungen und Kommentare in Social Media Diensten mit in die Ergebnisse bzw. die Relevanz von Ergebnissen, einfließen lassen. Die Erfahrung zeigt, dass überwiegend positive Kritik geäußert wird, dafür diese dann aber mit unterschiedlichen eigenen Einschätzungen (die auch negativ sein können) kommentiert werden. Der Dialog mit den Kunden und „Freunden“ zeigt eine Offenheit und Bereitschaft, sich mit der neuen Internetgeneration auseinander zu setzen. Gerade jungen Menschen ist es wichtig, dass sie Ihre Erlebnisse mit einer möglichst großen Anzahl von Freunden teilen können. Negative Kritik bahnt sich immer ihren Weg, positive Kritik muss aber meistens angeregt und gefördert werden. Hier bieten sich vielfältige Möglichkeiten die jungen Menschen mit einzubeziehen. Die Aufforderung der Schilderung von besonderen Erlebnissen, ein kurzes Handyvideo über die letzten Gemeinschaftsaktion oder einfach die Lieblingsplätze in der Nähe der Kolpinghäuser zu präsentieren, sind nur einige Beispiele mit denen Gäste zum mitmachen motiviert werden können.

Die Veröffentlichung von Informationen und der Umgang mit Kritik sollte einheitlich für die Einrichtung geregelt und umgesetzt werden. Gerade im Umgang mit Kritik ist es häufig sinnvoll im Vier-Augen-Prinzip die Kommentare und Anmerkungen zu beantworten. Dadurch wird eine vorschnelle Reaktion und das verstärken von Emotionen eingeschränkt, denn der Umgang mit Kritik darf nicht zu Beleidigungen oder Abwertungen des Gegenübers kommen. Kommunikationsspannen verbreiten sich im Internet und den Social Media-Kanälen wesentlich schneller als negative Kritik.

### ZIELE UND GRUNDSÄTZE UNSERER ONLINE-AKTIVITÄTEN (SOCIAL MEDIA GUIDELINES)

Der VKH hat Richtlinien (Guidelines) für die Aktivitäten in der Geschäftsstelle und als Anregung für die Mitglieereinrichtungen entwickelt. Diese können als Idee und Grundlage für die Entwicklungen eigener Social Media Guidelines in den Einrichtungen genommen werden. Die Entwicklung der Guidelines sollte gemeinsam mit den später dafür verantwortlichen Personen geschehen, nur so ist eine Akzeptanz und Anwendung der Guidelines gesichert.

## 1. ZIELE UNSERER AUFTRITTE IM INTERNET

- Wir machen die Arbeit des VKH transparent. Dabei stehen die Themen im Vordergrund.
- Wir greifen Themen und Veranstaltungen von unseren Mitgliedseinrichtungen auf.
- Wir gestalten durch das Multiplizieren von Meinungen und Themen Diskussionen im Web mit.
- Wir weisen auf Interessantes im Bereich der Kolpinghäuser hin.
- Wir zeigen, dass der VKH medial präsent ist, medienkompetent agiert und wollen das Image der Kolpinghäuser verbessern.

## 2. UNSERE GRUNDSÄTZE UND ARBEITSWEISE

Wer ist bei uns für Social Media zuständig?

- Mitarbeiter/innen des VKH veröffentlichen Inhalte und beantworten Fragen

### ANSPRACHE AUF AUGENHÖHE

- Wir begegnen unsern Dialogpartner/innen auf Augenhöhe, freundlich und mit Respekt.
- Wir bemühen uns um eine klare und verständliche Sprache.

### MODERATION / DISKUSSION / LÖSCHUNG

- Inhalte & Kommentare werden gelöscht bei: persönlicher Beleidigung, rechtswidrigen Inhalten und Aussagen, extremistischen Meinungen.

### KONFLIKTE

- Im Idealfall reguliert sich die Community selbst.
- Wenn jemand dauerhaft gegen unsere Regeln verstößt, suchen wir den direkten Kontakt.
- Erst der letzte Schritt ist der Ausschluss oder Sperrung eines Besuchers auf unseren Social Media Kanälen.

### ANFRAGEN

- Anfragen beantworten die Mitarbeiter/innen des VKH.
- Anfragen, die wir nicht beantworten können, werden an die richtige Stelle weitergeleitet und der/die Fragende darüber informiert.

## INTERNE KOMMUNIKATION

Das Social Web bietet für die interne Kommunikation verschiedene Möglichkeiten. In erster Linie sind dies geschlossenen Gruppen oder zu autorisierende Kanäle. Neuerdings bieten sogar Apps eine Gruppeninterne Öffentlichkeit und Kommunikation. So können eigene Veranstaltungen, Termine oder hausinterne Informationen bereitgestellt werden. Für die interne Kommunikation gibt es laufend neue Entwicklungen und Angebote, die individuell geprüft und ausprobiert werden müssen.

Facebook bietet zum Beispiel die Möglichkeit der geheimen Gruppen, zu denen die Mitglieder/innen eingeladen werden müssen. Diese Gruppen sind nicht für andere sichtbar und werden durch einen Administrator geleitet, der auch neue Mitglieder/innen hinzufügen kann.

## BEDEUTUNG FÜR DIE PÄDAGOGIK

Der Bereich des Web 2.0 muss in der pädagogischen Arbeit des Jugendwohnen ebenfalls aufgegriffen werden. Viele Bewohner/innen, aber auch viele Mitarbeiter/innen, haben einen unreflektierten Umgang mit den neuen Medien. Entweder gibt es sehr viele Vorbehalte und eine durch Unwissenheit begleitete Ablehnung gegenüber der technologischen Entwicklung. Auf der anderen Seite die zu große Unbekümmertheit, die zu einer Preisgabe von vertraulichen Daten führt, die nicht sein muss und dem Nutzer auch gefährlich werden kann. Die Ängste und Vorbehalte dürfen nicht übergangen werden, sondern haben ihre Berechtigung und müssen sich im Gesamtkonzept innerhalb der Einrichtung wiederfinden. Sicherlich gibt es in jeder Einrichtung Mitarbeiter/innen, denen das Web 2.0 durch das eigene Nutzen geläufig ist. Hier kann ein kollegialer Austausch stattfinden und die Begleitung und Arbeit mit den neuen Medien dann bei den diesen gegenüber affinen Kollegen/innen liegen.

Social Media kann bei einer zu offenen Preisgabe der persönlichen Daten zu Nachteilen im späteren Berufs- und Privatleben führen. Vermehrt informieren sich Arbeitgeber bzw. Personalleiter/innen in den verschiedenen Social Media Kanälen über ihre Bewerber/innen. Hier können zu freizügige Fotos des Urlaubs oder von Partys schnell ein missliches Bild auf den/die Bewerber/in werfen. Viele Anbieter ermöglichen eine Unterteilung in verschiedene „Freundesgruppen“, um die Sichtbarkeit von Informationen für die verschiedenen Freunde des Profils vorzunehmen. Somit können Fotos und private Neuigkeiten mit den engsten Freunden geteilt werden; aber für die breite Öffentlichkeit und entfernte Freunde sind diese nicht sichtbar. Die Sensibilisierung für die unterschiedlichen Freundesbegriffe, die sich im Web 2.0 gebildet haben, bzw. sich stark verändern, ist eine wichtige Aufgabe der Medienpädagogik.

## RECHTLICHE ANFORDERUNGEN

Die rechtlichen Anforderungen für die Nutzung von Social Media sind vielfältig und ändern sich regelmäßig aufgrund der aktuellen Rechtsprechung. Dabei ist zu beachten, dass in vielen Fällen amerikanisches Recht als Grundlage für die AGB's der Anbieter genommen wird. Beim Einsatz von Social Media-Plugins auf der eigenen Internetseite sind Hinweise im Impressum zu geben, ansonsten drohen Klagen wegen ungenügendem Datenschutz. Die aktuellen Formulierungen für das Impressum können auf den Seiten der jeweiligen Anbieter heruntergeladen werden, meistens findet sich ein Link neben der Erstellung des Plugins für die eigene Seite.

Die Informationen/Spuren die jede/r Nutzer/in im Internet hinterlässt werden bei der Einbindung von Social-Media Plugins über die Server der Anbieter geleitet und gespeichert. Die Anbieter versichern die Daten nicht an Dritte weiterzugeben. Doch wird auch nicht gesagt, was mit den Daten und Informationen über die einzelnen Nutzer/innen passiert. Die Speicherung und interne Verwendung der Informationen erfolgt unabhängig des einloggens des jeweiligen Nutzers bei einem Anbieter. Bei Bewohnern/innen und an öffentlich zugänglichen Computern im Jugendwohnen ist darauf zu achten, dass eine Software zum anonymen Surfen installiert ist.

Das deutsche Datenschutz und Mediengesetz<sup>1</sup> ist ebenfalls zu beachten. Die Veröffentlichung der Anbieterinformation analog dem Impressum auf der Homepage ist zwingend notwendig. Eine Facebookseite einer Einrichtung kann als eigenständiges Präsentationselement im Internet verwendet werden, somit müssen alle gesetzlichen vorgeschriebenen Informationen des Impressums auch hier veröffentlicht werden. Um nur eine Quelle pflegen zu müssen bietet es sich an, auf der Homepage ein ausführliches Impressum zu verwenden und von den anderen Portalen/Seiten darauf per Link zu verweisen. Das Verfahren der Verlinkung des Impressums im Info-Bereich ist durch das Landgericht Aschaffenburg<sup>2</sup> als nicht ausreichende bezeichnet worden. Nach Ansicht des Landgerichtes Aschaffenburg muss das Impressum direkt sichtbar und erkennbar sein. Hierzu gibt es verschiedene Lösungen, zum Beispiel die Erstellung eines eigenen Tabs „Impressum“.

#### FORMULIERUNG ANBIETER KENNUNG AUF FACEBOOK-SEITE

TAB-Lösung siehe Beispiel ([www.facebook.com/KolpingUrlaub](http://www.facebook.com/KolpingUrlaub))

#### ERGÄNZUNG DER DATENSCHUTZERKLÄRUNG, WENN SOCIAL MEDIA PLUG-INS AUF DER HOMEPAGE VERWENDET WERDEN (AM BEISPIEL VON FACEBOOK<sup>3</sup>)

Unser Internetauftritt verwendet Social Plugins ("Plugins") des sozialen Netzwerkes facebook.com, welches von der Facebook Inc., 1601 S. California Ave, Palo Alto, CA 94304, USA betrieben wird ("Facebook"). Die Plugins sind mit einem Facebook Logo oder dem Zusatz "Facebook Social Plugin" gekennzeichnet. Wenn Sie eine Webseite unseres Internetauftritts aufrufen, die ein solches Plugin enthält, baut Ihr Browser eine direkte Verbindung mit den Servern von Facebook auf. Der Inhalt des Plugins wird von Facebook direkt an Ihren Browser übermittelt und von diesem in die Webseite eingebunden. Durch die Einbindung der Plugins erhält Facebook die Information, dass Sie die entsprechende Seite unseres Internetauftritts aufgerufen haben. Sind Sie bei Facebook eingeloggt, kann Facebook den Besuch Ihrem Facebook-Konto zuordnen. Wenn Sie mit den Plugins interagieren, zum Beispiel den "Gefällt mir" Button betätigen oder einen Kommentar abgeben, wird die entsprechende Information von Ihrem Browser direkt an Facebook übermittelt und dort gespeichert. Zweck und Umfang der Datenerhebung und die weitere Verarbeitung und Nutzung der Daten durch Facebook sowie Ihre diesbezüglichen Rechte und Einstellungsmöglichkeiten zum Schutz Ihrer Privatsphäre entnehmen Sie bitte den Datenschutzhinweisen von Facebook. Wenn Sie nicht möchten, dass Facebook über unseren Internetauftritt Daten über Sie sammelt, müssen Sie sich vor Ihrem Besuch unseres Internetauftritts bei Facebook ausloggen.

<sup>1</sup> Nach § 5 Abs. 1 Nr. 1 Telemediengesetz müssen aber der Diensteanbieter mit Namen, Anschrift und bei juristischen Personen die Rechtsform sowie der Vertretungsberechtigte leicht erkennbar sein.

<sup>2</sup> Landgericht Aschaffenburg (Urt. v. 19.08.2011, Aktenzeichen 2 HK O 54/11)

<sup>3</sup> Stand: August 2011

## ZEITLICHE RESSOURCEN

Die Nutzung von Social Media Kanälen bindet zeitliche Ressourcen in der Einrichtung. Wenn auch wie oben beschrieben, die Bewohner/innen zur Mitarbeit motiviert werden können, sind die Mitarbeiter/innen ebenso in der Pflicht, die Social Media Kanäle kontinuierlich im Blick zu behalten. Jedes Kolpinghaus muss für sich entscheiden, welchen Aufwand es betreiben kann und möchte. Dieses hängt neben der Neigung und den Fähigkeiten der Mitarbeiter/innen auch von der Personalausstattung und der Bereitschaft der handelnden Personen ab.

Für die Abschätzung der notwendigen zeitlichen Ressourcen können die folgenden Szenarien als Anhaltspunkte dienen.

#### KLEINE LÖSUNG - ZEITLICHER AUFWAND: WÖCHTENLICH CA. 2 STUNDEN

- Reservieren der wichtigen verschiedenen Kanäle
- Einstellen von Basisinformationen
- regelmäßige Aktualisierung der News

#### MITTLERE LÖSUNG - ZEITLICHER AUFWAND: WÖCHTENLICH CA. 5 STUNDEN

- Reservieren der wichtigen verschiedenen Kanäle
- Einstellen von Basisinformationen
- regelmäßige Aktualisierung der News
- Nachrichten von befreundeten Einrichtungen teilen und kommentieren
- Presseinformationen über das Kolpinghaus teilen und kommentieren

#### GROSSE LÖSUNG - ZEITLICHER AUFWAND: TÄGLICH CA. 1-2 STUNDEN

- Reservieren der wichtigen verschiedenen Kanäle
- Einstellen von Basisinformationen
- regelmäßige Aktualisierung der News
- Nachrichten von befreundeten Einrichtungen teilen und kommentieren
- Presseinformationen über das Kolpinghaus teilen und kommentieren
- Kommunikation mit den Besuchern der Seite

## UNTERSTÜTZUNG VKH

Der VKH unterstützt seine Einrichtungen bei der Einrichtung und Pflege der Social-Media Kanäle. Dies beinhaltet eine Begleitung bei der Reservierung der jeweiligen Namen und Hinweise zum Einstellen von Informationen sowie der Überprüfung der Seite aufgrund von formalen Kriterien (z.B. Impressum). Eine Erstellung und Entwicklung von Seiten und Kanälen kann aufgrund der Komplexität und sich wandelnden rechtlichen Anforderungen nicht erfolgen. Vollmer Medien (Inhaber Benedikt Vollmer), bekannt durch die Kolping Jugendwohnheimtagung, bietet den Kolpinghäusern zu Sonderkonditionen Dienstleistungen an. Diese beziehen sich auf die Einrichtung von Facebook-Seiten und einer Impressum-Tab. Die kontinuierliche Information der Kolpinghäuser mit relevanten und wichtigen Änderungen im Bereich der Nutzung von Facebook und dazugehörigen Gesetzen ist für uns selbstverständlich.

## Unsere Leitsätze

- Adolph Kolping ist unsere Leitfigur: Seine Überzeugung ist für uns Ermutigung und Herausforderung.
- Der Mensch steht bei uns im Mittelpunkt: Menschen spüren in unseren Häusern eine wertschätzende Atmosphäre.
- Das christliche Menschenbild ist das Fundament unserer täglichen Arbeit.
- Das Kolpinghaus trägt einen Namen, der uns in besonderer Weise verpflichtet.
- Das Kolpinghaus ist ein Ort, an dem die Koldpingsfamilie zu Hause ist.
- Das Kolpinghaus ist eine offene Einrichtung, ein Treffpunkt für Vereine und Organisationen, für Mitglieder und Nichtmitglieder.
- Wir richten unsere Ziele an der Programmatik des Kolpingwerkes aus: In der Vielfalt der Kolpinghäuser haben wir den gleichen Auftrag und das gleiche Ziel.
- Wir verbinden unseren ideellen Auftrag mit dem Ziel des wirtschaftlichen Erfolges.
- Der Verband der Kolpinghäuser ist das Band, das uns verbindet: Gemeinsam mit und in dem Verband bilden wir eine Solidaritäts- und Qualitätsgemeinschaft.
- Wir stellen uns gemeinsam dem Anspruch:  
„Wo KOLPING draufsteht, ist auch KOLPING drin!“

