

ROTKREUZ-SOCIAL-MEDIA-POLICY

Beschlossen in der 211. Präsidentenkonferenz des Österreichischen Roten Kreuzes am 26. November 2010

1. EINLEITUNG

Soziale Medien wie beispielsweise [Facebook](#), [YouTube](#) oder [Flickr](#) veränderten innerhalb weniger Jahre die mediale Realität. Aus dem publizistischen Monopol der „alten“ Medien wurde ein System an Blogs, Seiten und Tools. 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 Organisation eine Grundlage, wie mit derartigen Medien umgegangen wird. Einerseits, um den 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 der Organisation, um diesen Medien auch adäquate Ressourcen zu widmen.

Die vorliegenden Richtlinien sollen Chancen und Risiken erläutern und allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, seien sie nun Freiwillige oder Angestellte, die Möglichkeiten aufzeigen, welche sich durch den adäquaten Einsatz dieser Medien für das Österreichische Rote Kreuz und seine unterschiedlichen Organisationseinheiten ergeben.

2. GRUNDLAGEN

Das Österreichische Rote Kreuz sieht große Chancen, die sich durch Neue Medien ergeben. Der partizipative Charakter der Sozialen Medien erlaubt es uns, durch die Feedbackkanäle auf alle verschiedenen Anspruchsgruppen unserer Organisation einzugehen.

Grundlage jeglicher Kommunikation im Österreichischen Roten Kreuz sind das Mission-Statement und die Grundsätze der Internationalen Rotkreuz- und Rothalbmond-Bewegung.

2.1 MISSION-STATEMENT

„Das Leben von Menschen in Not und sozial Schwachen durch die Kraft der Menschlichkeit verbessern.“

2.2 DIE GRUNDSÄTZE

Menschlichkeit: Die Internationale Rotkreuz- und Rothalbmond-Bewegung, entstanden aus dem Willen, den Verwundeten der Schlachtfelder unterschiedslos Hilfe zu leisten, bemüht sich in ihrer internationalen und nationalen Tätigkeit, menschliches Leiden überall und jederzeit zu verhüten und zu lindern. Sie ist bestrebt, Leben und Gesundheit zu schützen und der Würde des Menschen Achtung zu verschaffen. Sie fördert gegenseitiges

Wir schätzen und
vertrauen einander.
Wir können
aufeinander zählen.



Wir setzen uns
mit Begeisterung ein.
Lokal – national –
global.



Wir setzen auf
das Bewährte und
wagen das Neue.
Für wirksame Hilfe.



Wir übernehmen
Verantwortung und
schaffen Vertrauen.
Für eine lebenswerte
Gesellschaft.



WIR SIND DA,
UM ZU HELFEN.



Aus Liebe zum Menschen.

ÖSTERREICHISCHES ROTES KREUZ

Verständnis, Freundschaft, Zusammenarbeit und einen dauerhaften Frieden unter allen Völkern.

Unparteilichkeit: Die Rotkreuz- und Rothalbmond-Bewegung unterscheidet nicht nach Nationalität, Rasse, Religion, sozialer Stellung oder politischer Überzeugung. Sie ist einzig bemüht, den Menschen nach dem Maß ihrer Not zu helfen und dabei den dringendsten Fällen den Vorrang zu geben.

Neutralität: Um sich das Vertrauen aller zu bewahren, enthält sich die Rotkreuz- und Rothalbmond-Bewegung der Teilnahme an Feindseligkeiten wie auch, zu jeder Zeit, an politischen, rassistischen, religiösen oder ideologischen Auseinandersetzungen.

Unabhängigkeit: Die Rotkreuz- und Rothalbmond-Bewegung ist unabhängig. Wenn auch die nationalen Gesellschaften den Behörden bei ihrer humanitären Tätigkeit als Hilfsgesellschaften zur Seite stehen und den jeweiligen Landesgesetzen unterworfen sind, müssen sie dennoch eine Eigenständigkeit bewahren, die ihnen gestattet, jederzeit nach den Grundsätzen der Rotkreuz- und Rothalbmond-Bewegung zu handeln.

Freiwilligkeit: Die Rotkreuz- und Rothalbmond-Bewegung verkörpert freiwillige und uneigennützte Hilfe ohne jedes Gewinnstreben.

Einheit: In jedem Land kann es nur eine einzige nationale Rotkreuz- oder Rothalbmondgesellschaft geben. Sie muss allen offenstehen und ihre humanitäre Tätigkeit im ganzen Gebiet ausüben.

Universalität: Die Rotkreuz- und Rothalbmond-Bewegung ist weltumfassend. In ihr haben alle nationalen Gesellschaften gleiche Rechte und die Pflicht, einander zu helfen.

Weitere Anleitungen gibt uns das Leitbild. Alle Informationen dazu gibt es auf den [Online-Leitbildseiten des ÖRK](#).

3. WER KOMMUNIZIERT?

Frei nach dem Grundsatz von [Paul Watzlawick](#): „Man kann nicht nicht kommunizieren“, ist jede Kommunikation einer Rotkreuz-Mitarbeiterin oder eines Rotkreuz-Mitarbeiters in den Sozialen Medien ein Beitrag, der dem Roten Kreuz zugeschrieben wird.

Daher macht es auch keinen Sinn, für das Thema Soziale Medien einzelne „Sprecherinnen“ und „Sprecher“ zu definieren, die für alle anderen kommunizieren. Es ist jedenfalls wichtig, die „offizielle Kommunikation“ der Organisation, die von den gewählten und bestimmten Vertreterinnen und Vertretern wahrgenommen wird (also PräsidentInnen, GeschäftsführerInnen, KommandantInnen, PR-Verantwortliche, ...) von der informellen Information, also der persönlichen Meinung einzelner Personen, zu trennen.

Wir schätzen und
vertrauen einander.
Wir können
aufeinander zählen.



Wir setzen uns
mit Begeisterung ein.
Lokal – national –
global.



Wir setzen auf
das Bewährte und
wagen das Neue.
Für wirksame Hilfe.



Wir übernehmen
Verantwortung und
schaffen Vertrauen.
Für eine lebenswerte
Gesellschaft.



WIR SIND DA,
UM ZU HELFEN.



Aus Liebe zum Menschen.

ÖSTERREICHISCHES ROTES KREUZ

4. PRIVAT, BERUFLICH, DIENSTLICH?

Postmoderne Kommunikation lässt die Grenzen zwischen beruflicher und privater Kommunikation verschwimmen. Noch unklarer ist die Situation im Bereich von freiwilligen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Wann spricht man für das Rote Kreuz, wann ist man nur von seinem Engagement mitbeeinflusst, wann ist man ganz privat?

Daher ist immer der „gesunde Menschenverstand“ gefragt, wenn man in sozialen Netzwerken auftritt. Je mehr man sich selbst im Umfeld des Roten Kreuzes positioniert, umso mehr muss man auch mit seinen Aussagen aufpassen.

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

5. POLITISCHES ENGAGEMENT

Selbstverständlich steht es allen Rotkreuz-Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern 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 Rotkreuz-Engagement von jeglichem politischen Statement abzutrennen. Das gilt ganz besonders dann, wenn es sich um Inhalte handelt, die mit den Rotkreuz-Grundsätzen nicht in Einklang zu bringen sind.

6. EIGENE GESCHÄFTE

Analog zum politischen Engagement ist auch die persönliche geschäftliche oder berufliche Tätigkeit unserer Freiwilligen deren Privatsache und unterliegt keinen Einschränkungen. Im Rahmen des eigenen Social-Media-Auftritts gilt es allerdings, persönliche Geschäfte vom ehrenamtlichen Engagement beim Roten Kreuz zu unterscheiden. Speziell wenn die eigenen wirtschaftlichen Aktivitäten im Umfeld der Rotkreuz-Leistungsbereiche angesiedelt sind, ist hier besondere Vorsicht angebracht, um Verwechslungen zu vermeiden.

7. UMGANG MIT KRITIK

Gerade in verschiedenen öffentlichen Foren, in Medien, aber auch auf sozialen Plattformen kann man oft 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. Bei einer Reaktion darauf muss man aufpassen, nicht in dieselbe Tonart zu verfallen. Wenn man glaubt, selbst reagieren zu müssen, so empfiehlt sich ein freundlicher Umgangston. Behandeln wir [die Mitmenschen auch in den Sozialen Medien so, wie wir selbst behandelt werden möchten](#).

Wir schätzen und
vertrauen einander.
Wir können
aufeinander zählen.



Wir setzen uns
mit Begeisterung ein.
Lokal – national –
global.



Wir setzen auf
das Bewährte und
wagen das Neue.
Für wirksame Hilfe.



Wir übernehmen
Verantwortung und
schaffen Vertrauen.
Für eine lebenswerte
Gesellschaft.



**WIR SIND DA,
UM ZU HELFEN.**



Aus Liebe zum Menschen.

ÖSTERREICHISCHES ROTES KREUZ

8. UMGANGSTON UND NETIQUETTE

Behandeln Sie andere Nutzer so, wie Sie selbst behandelt werden möchten. Denken Sie immer daran, dass Sie es mit Menschen und nicht mit virtuellen Persönlichkeiten zu tun haben. Argumentieren Sie hart in der Sache, aber nie mit persönlichen Angriffen oder Argumenten, die sich auf die Person beziehen. Jeder hat das Recht auf seine eigene Meinung. Versuchen Sie deshalb nie, Ihre Meinung anderen aufzuzwingen.

9. EINHALTEN DER JEWEILIGEN RICHTLINIEN

Wir halten uns an die Richtlinien der Anbieter von Social-Media-Portalen. Wenn beispielsweise Personen-Accounts für reale Personen vorgesehen sind und Fan-Pages für Gruppen, so gilt diese Richtlinie auch für alle Organisationseinheiten des Österreichischen Roten Kreuzes.

10. FOTOS VON RK-MITARBEITERN IN RK-UNIFORM

Social-Media-Plattformen bilden einen Teil unseres Lebens ab. Rotkreuz-Arbeit ist für uns ein ganz wichtiger Teil unseres Lebens. Mit Fotos auf Social-Media-Plattformen zeigen wir, was wir tun und worauf wir stolz sind. Wichtig ist, dass bei diesen Fotos Grundregeln befolgt werden, wie z. B. keine Abbildung von Patienten ohne deren Einverständnis, keine „zu“ sicherheitsrelevanten Details, Akzeptieren des Bildnisschutzes (d. h., Fotos von Kollegen oder anderen Personen nur mit deren Zustimmung hochladen), korrekte Uniformen (inkl. Schuhe und Kopfbedeckungen). Die hochgeladenen Fotos sollen auch das richtige Image vermitteln: Zigaretten, Getränke (insbesondere alkoholische) u. Ä. sollten daher auf den Bildern nicht zu sehen sein.

11. DATENSCHUTZ UND URHEBERRECHT

Der Datenschutz und die Verschwiegenheitspflicht sind wesentliche Elemente, die es zu beachten gilt. Gerade Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Rettungsdienst oder in den Pflegediensten haben ihren Patientinnen und Patienten gegenüber Verpflichtungen, die beispielsweise auch im [Sanitätsgesetz](#) festgehalten sind. Auch das Urheberrecht ist wichtig, wenn es um die Verwendung von fremden Fotos oder Texten geht, denn hier darf oftmals nicht einfach kopiert und gepostet werden. Gleiches gilt für die Verwendung von Fotos oder Videos von Einsätzen – hier sind die Persönlichkeitsrechte der Betroffenen zu wahren und gebührend zu berücksichtigen.

12. ZIELGRUPPEN

Das Österreichische Rote Kreuz ist auch eine Sozialinstitution für mehr als 50.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in ganz Österreich. Selbstverständlich gibt es da auch interne Vereinsaktivitäten, die für alle Teilnehmer ein wesentlicher Bestandteil des „Vereinslebens“ sind. Doch vor Veröffentlichung von Details dieser Veranstaltungen gilt es immer zu überlegen, ob diese intern relevanten Fakten, Emotionen oder Bilder auch für die externe Öffentlichkeit dieselbe Bedeutung haben oder dort möglicherweise missverstanden werden könnten.

Wir schätzen und
vertrauen einander.
Wir können
aufeinander zählen.



Wir setzen uns
mit Begeisterung ein.
Lokal – national –
global.



Wir setzen auf
das Bewährte und
wagen das Neue.
Für wirksame Hilfe.



Wir übernehmen
Verantwortung und
schaffen Vertrauen.
Für eine lebenswerte
Gesellschaft.



**WIR SIND DA,
UM ZU HELFEN.**

13. ZEHN PUNKTE ZUM BEHALTEN

1. **Eigenverantwortung:** Jeder Mitarbeiter, jede Mitarbeiterin ist selbst für den Inhalt verantwortlich, den er/sie im Netz verbreitet. Diese digitalen Hinterlassenschaften bleiben noch für Jahre sichtbar und bleiben auch den Autoren zugeordnet. Höflichkeit und Respekt sind daher im Eigeninteresse und im Interesse des Roten Kreuzes Grundlagen dieser Kommunikation.
2. **Offenheit:** Nennen Sie Ihren richtigen Namen, identifizieren Sie sich als Rotkreuz-Mitarbeiter, Rotkreuz-Mitarbeiterin, beschreiben Sie auch Ihre Funktion beim Roten Kreuz. Machen Sie klar und deutlich, dass es sich um Ihre persönliche Meinung handelt. Wenn Sie zitieren, dann berufen Sie sich auf Fakten, die beispielsweise auf www.roteskreuz.at zu finden sind, und verlinken Sie auch dorthin.
3. **Vertraulichkeit:** Geheimes bleibt geheim. Respektieren Sie vertrauliche Informationen, die Sie beispielsweise von Patientinnen oder Patienten, aus der Organisation oder von Ihren Kolleginnen bzw. Kollegen haben. Vertraulich heißt in jedem Fall, dass diese Informationen nicht publiziert werden.
4. **Ruhe bewahren:** Zorn, Ärger oder Frust sind keine guten Motivationen, um Beiträge zu erstellen.
5. **Respekt:** Zum korrekten Auftritt gehört auch der Respekt gegenüber Konkurrenten, gegenüber Patienten bzw. Patientinnen oder anderen Organisationen. Daher bitte keine negativen Beiträge zu anderen Organisationen oder über Berufsgruppen, Nationalitäten, ...
6. **Urheberrecht:** Das Copyright ist zu akzeptieren. Wenn Sie zitieren, dann geben Sie auch an, wen Sie aus welcher Quelle zitieren. Bilder sind oftmals rechtlich geschützt – daher immer vor der Publikation abklären, ob die Verwendung möglich ist.
7. **Sicherheit:** Auf sozialen Plattformen kann man verschiedene Sicherheitseinstellungen wählen. Überprüfen Sie, ob Ihre Sicherheitseinstellungen korrekt sind, damit Sie einstellen können, wer Ihre Postings lesen kann und wer nicht.
8. **Spam** ist in jedem Fall zu unterlassen.
9. **Interne Kritik** ist erlaubt und erwünscht, muss aber intern bleiben.
10. Vor dem Senden oder Posten ist es immer gut, das Posting, den Status, ... noch einmal zu lesen und auch zu checken, ob man möglicherweise missverstanden werden könnte.

Wir schätzen und
vertrauen einander.
Wir können
aufeinander zählen.



Wir setzen uns
mit Begeisterung ein.
Lokal – national –
global.



Wir setzen auf
das Bewährte und
wagen das Neue.
Für wirksame Hilfe.



Wir übernehmen
Verantwortung und
schaffen Vertrauen.
Für eine lebenswerte
Gesellschaft.



**WIR SIND DA,
UM ZU HELFEN.**



Aus Liebe zum Menschen.

ÖSTERREICHISCHES ROTES KREUZ