

Facebook und Instagram Nutzungskonzept der Großen Kreisstadt Winnenden

Inhaltsverzeichnis

1.	Allgemeines	2
1.1.	Zweck und Geltungsbereich des Nutzungskonzepts	2
1.2.	Grundsätze zum Facebook/Instagram-Auftritt	2
1.2.1	Facebook	2
1.2.2.	Instagram.....	2
1.2.2	Zweck und Inhalt	2
1.2.3	Verantwortlichkeit.....	3
1.2.4	Alternative Kontaktmöglichkeiten.....	3
1.2.5	Wahrnehmung der Rechte der Betroffenen	3
1.2.6	Selbstverpflichtung.....	3
2.	Umsetzungsbestimmungen.....	3
2.1	Betreuung.....	3
2.1.1	Administratoren	3
2.1.2	Redakteure	4
2.1.3	Registrierung	4
2.2	Veröffentlichung.....	4
2.2.1	Aufbau	4
2.2.3	Häufigkeit	5
2.3	Interaktionsmöglichkeiten von Usern	5
2.3.1	Kommentarfunktion	5
2.3.2	Besucherbeiträge (Facebook).....	6
2.3.3	Nachrichten	6
2.3.4	Story-Funktion	6
3.	Datenschutz.....	6
3.1	Bilder	6
3.2	Datenschutzerklärung	6
4.	Controlling.....	7
5.	Inkrafttreten	7

1. Allgemeines

1.1. Zweck und Geltungsbereich des Nutzungskonzepts

Das Nutzungskonzept regelt den Umgang der Stadt Winnenden mit den sozialen Netzwerken Facebook und Instagram. Es legt die Bedingungen für einen Facebook/Instagram-Auftritt, sowie die innerdienstliche Umsetzung und rechtlichen Voraussetzungen fest. Das Konzept basiert auf den Richtlinien zur Nutzung von Sozialen Netzwerken durch öffentliche Stellen des Landesbeauftragten für Datenschutz und Informationsfreiheit Baden-Württemberg. Es gilt für alle Mitarbeiter die als Administrator oder Redakteur Zugriff auf den Facebook/Instagram-Auftritt der Stadt Winnenden haben.

1.2. Grundsätze zum Facebook/Instagram-Auftritt

1.2.1 Facebook

Facebook ist ein Soziales Netzwerk, das es Nutzerinnen und Nutzern ermöglicht, private Profile, Seiten für Unternehmen, Institutionen oder Gruppen anzulegen. Nutzerinnen und Nutzer können sich mit Profilen, Seiten und Gruppen vernetzen und dadurch zum Follower werden. Die Stadt Winnenden betreibt als Kommune eine Seite mit dem Namen „Winnenden erleben“.

1.2.2. Instagram

Instagram ist ein Soziales Netzwerk, das es Nutzerinnen und Nutzern ermöglicht, Bilder und Videos zu veröffentlichen und zu teilen. Nutzerinnen und Nutzer können sich mit Profilen und Seiten vernetzen und dadurch zum Follower eines Profil oder einer Seite werden. Instagram gehört zum sozialen Netzwerk Facebook. Die Stadt Winnenden betreibt als Kommune einen Auftritt mit dem Namen „Winnenden erleben“.

1.2.2 Zweck und Inhalt

Der Facebook- und Instagram-Auftritt der Stadt Winnenden dient in erster Linie der Vermarktung von kulturellen und touristischen Veranstaltungen der Stadt. Dazu gehören insbesondere die Weintage, der City-Treff, die Konzerttage, Ausstellungen und die verschiedenen Veranstaltungsreihen des Winnender Kulturprogramms. Zusätzlich stärken die Auftritte das Stadtmarketing, wie z.B. das Bewerben von Rabattaktionen, verkaufsoffenen Sonntagen oder dem Weihnachtsmarkt. Neben der Vermarktung von Veranstaltungen und Aktionen dient der Instagram-Auftritt auch der Veröffentlichung von Stadtansichten.

Durch diese zusätzlichen Medien wird die Reichweite der Themen deutlich vergrößert und es werden besonders die Personengruppen angesprochen, welche nicht die klassischen Informationskanäle, wie Zeitung und Homepage nutzen. Der Auftritt bietet außerdem eine weitere Möglichkeit um mit der Stadtverwaltung schnell und praktisch in Kontakt zu treten. Durch die beiden Medien wird die Informationsweitergabe beschleunigt, das heißt Bürgerinnen und Bürger werden immer aktuell über Neuigkeiten der Stadt Winnenden in Form von Pressemitteilungen und Fotos informiert.

1.2.3 Verantwortlichkeit

Die Verantwortlichkeit für die redaktionelle und technische Betreuung liegt beim Hauptamt, Sachgebiet Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Diese ist per E-Mail zu erreichen unter: blickpunkt@winnenden.de.

1.2.4 Alternative Kontaktmöglichkeiten

Die Stadt Winnenden weist die Nutzerinnen und Nutzer darauf hin, dass der Facebook/Instagram-Auftritt lediglich eine weitere von verschiedenen Optionen darstellt, um mit der Stadt Winnenden in Kontakt zu treten oder Informationen von dieser zu erhalten. Alternativ können die über diese Seite angebotenen Informationen bspw. auch auf dem Internet-Angebot unter www.winnenden.de oder über das Amtsblatt „Blickpunkt“ abgerufen werden. Selbstverständlich besteht die Möglichkeit Kontakt mit der Stadt Winnenden über rathaus@winnenden.de, über die Telefonnummer (0 71 95) 13-0 bzw. (07195) 13-222 oder über den Haus- und Postkontakt (Torstraße 10, 71364 Winnenden) aufzunehmen.

1.2.5 Wahrnehmung der Rechte der Betroffenen

Personenbezogene Daten von Bürgerinnen und Bürgern werden nur eingeschränkt über den Facebook/Instagram-Auftritt der Stadt Winnenden veröffentlicht. Unter personenbezogene Daten fallen nach Art. 4 Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) „alle Informationen, die sich auf eine identifizierte oder identifizierbare natürliche Person beziehen; als identifizierbar wird eine natürliche Person angesehen, die direkt oder indirekt, insbesondere mittels Zuordnung zu einer Kennung wie einem Namen, zu einer Kennnummer, zu Standortdaten, zu einer Online-Kennung oder zu einem oder mehreren besonderen Merkmalen identifiziert werden kann, die Ausdruck der physischen, physiologischen, genetischen, psychischen, wirtschaftlichen, kulturellen oder sozialen Identität dieser natürlichen Person sind.“

Eingeschränkt, mit schriftlicher Einwilligung, veröffentlicht werden Namen von Bürgerinnen und Bürgern. Der Betroffene wird über die Veröffentlichung nach Art. 13 DSGVO informiert. Es gilt § 23 des Kunsturhebergesetzes entsprechend.

Weiter gelten die Regelungen der DSGVO Art. 15 ff.

1.2.6 Selbstverpflichtung

Dieses Nutzungskonzept wird einmal im Jahr von der Stadt Winnenden, Hauptamt, Sachgebiet Presse- und Öffentlichkeitsarbeit evaluiert.

2. Umsetzungsbestimmungen

2.1 Betreuung

2.1.1 Administratoren

Das Hauptamt, Sachgebiet Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ist Administrator und hauptverantwortlich für den Facebook/Instagram-Auftritt zuständig. Die Pressestelle bekommt einen administrativen Zugriff und ist für die Gestaltung der Seite, die Aktualität/Veröffentlichungen und die Reaktionen der User verantwortlich. Außerdem

erhalten die Leitung des Hauptamts und der Oberbürgermeister einen administrativen Zugriff.

2.1.2 Redakteure

Redaktionelle Rechte bekommt das Kulturamt der Stadt Winnenden mit zwei personellen Zugängen für die Bereiche Kultur und Stadtmarketing. Im Hinblick auf die Heimattage 2019 wird ein dritter personeller Zugang eingerichtet. Die Wirtschaftsförderung und das Stadtjugendreferat erhalten einen weiteren personellen Zugang. Alle anderen Ämter der Stadt Winnenden können ihre Beiträge über den Zugang der Pressestelle veröffentlichen. Die Auswahl erfolgt über das Hauptamt.

2.1.3 Registrierung

a) Facebook

Die Pressestelle lässt die Redakteure zu. Jeder Redakteur kann frei entscheiden, ob er städtischen Inhalt von seinem privaten Facebook-Auftritt postet oder sich ein Arbeitsprofil anlegt.

Die Pressestelle überwacht und kontrolliert die für den Facebook-Auftritt zugelassenen Redakteure. Endet beziehungsweise verändert sich das Arbeitsverhältnis eines Redakteurs werden dessen Zugriffrechte auf den Facebook-Auftritt durch die Pressestelle aufgehoben.

b) Instagram

Die Pressestelle bestimmt jeweils namentlich für die Wirtschaftsförderung und das Stadtjugendreferat eine Person welche die Zugangsdaten zum Instagram-Auftritt erhält. Für das Kulturamt werden namentlich drei Personen bestimmt (Kultur, Tourismus, Heimattage).

Die Pressestelle überwacht und kontrolliert die für den Instagram-Auftritt zugelassenen Redakteure. Endet beziehungsweise veränderten sich das Arbeitsverhältnis eines Redakteurs wird eine andere Person namentlich bestimmt und die Zugangsdaten zum Account erneuert.

2.2 Veröffentlichung

2.2.1 Aufbau

a) Facebook

Jeder Beitrag besteht aus einem kurzen Text (max. 50 Zeichen), der die wichtigsten Informationen enthält und in welchem die Inhalte kurz zusammengefasst sind. Dahinter folgt das Kürzel des Autors welcher den Text verfasst hat. Zusätzlich muss bei jedem Beitrag ein Foto (1.200 x 630 Pixel groß) angefügt werden mit klar gekennzeichnetem Bildnachweis. Genaueres dazu unter Punkt 3.1. Außerdem wird der Hashtag Winnenden erleben (#winnendenerleben) und drei weiter eigens formulierte Hashtags an den Beitrag hinzugefügt.

Eine direkte Ansprache soll in der Regel umgangen werden. Falls eine Ansprache notwendig wird, soll diese mit der Formulierung „Sie“ erfolgen. Bei Beiträgen des Stadtjugendreferats ist eine Ansprache mit der Formulierung „Du“ möglich.

Das Profilbild (180 x 180 Pixel groß) zeigt das Logo der Stadt Winnenden. Als Titelbild (820 x 310 Pixel groß) werden wechselnde Fotos von Stadtansichten, Veranstaltungshinweise usw. veröffentlicht. Für Aktualisierungen ist die Pressestelle verantwortlich.

b) Instagram

Jeder Beitrag besteht aus einem Foto (161 x 161 Pixel groß) welches den größten Teil des Inhalts präsentiert. Dazu aus einem bis zwei Sätzen, welche weitere Informationen liefern. Dahinter folgt das Kürzel des Autors, welcher den Text verfasst hat und ein klar gekennzeichneter Bildnachweis, sollte das Foto nicht Eigentum der Stadt Winnenden sein. Genauer dazu unter Punkt 3.1. Außerdem wird der Hashtag Winnenden erleben (#winnendenerleben) und drei weiter eigens formulierte Hashtags an den Beitrag hinzugefügt.

Eine direkte Ansprache soll in der Regel umgangen werden. Falls eine Ansprache notwendig wird, soll diese mit der Formulierung „Sie“ erfolgen. Bei Beiträgen des Stadtjugendreferats ist eine Ansprache mit der Formulierung „Du“ möglich.

Das Profilbild (110 x 110 Pixel groß) zeigt das Logo der Stadt Winnenden.

2.2.3 Häufigkeit

Die Stadt Winnenden postet mindestens dreimal in der Woche Beiträge. Wenn möglich abwechselnd aus den Bereichen Kultur, Verwaltung und Stadtmarketing. Diese sollen in der Regel immer vormittags und nur von Montag bis Donnerstag veröffentlicht werden, damit ausreichend Reaktionszeit während der geregelten Arbeitszeit sichergestellt ist.

Im 14-tägigen Rhythmus findet donnerstags um 10 Uhr eine Redaktionssitzung mit den Redakteuren und der Pressestelle statt, in welcher der Veröffentlichungsplan für die kommenden zwei Wochen besprochen wird. Der Jour-Fix Termin wird von der Pressestelle gesteuert.

2.3 Interaktionsmöglichkeiten von Usern

2.3.1 Kommentarfunktion

a) Facebook

Die Kommentarfunktion wird eingeschränkt aktiviert. Besucher des Facebook-Auftritts können Beiträge kommentieren, die Kommentare werden aber erst sichtbar sobald diese von dem jeweiligen Redakteur freigegeben worden ist.

Jeder Redakteur ist für seinen Post und dem damit verbundenen Inhalt selbst zuständig und verantwortlich. Das bedeutet er überwacht und beantwortet die Kommentare und Reaktionen auf den Beitrag eigenständig.

b) Instagram

Die Kommentarfunktion wird aktiviert.

Jeder Redakteur ist für seinen Post und dem damit verbundenen Inhalt selbst zuständig. Das bedeutet er überwacht und beantwortet die Kommentare und Reaktionen auf den Beitrag eigenständig.

2.3.2 Besucherbeiträge (Facebook)

Die Funktion der Besucherbeiträge wird nicht aktiviert. Dies dient der Sicherheit, da die Stadt Winnenden nach § 10 TMG haftet, wenn rechtswidrige Handlungen/Informationen nicht unverzüglich von der Seite entfernt werden.

2.3.3 Nachrichten

User haben die Möglichkeit über die Nachrichtenfunktion von Facebook und Instagram mit der Stadt Winnenden in Kontakt zu treten. Die Nachrichtenfragen werden einmal am Tag von Mitarbeitern der Pressestelle beantwortet. Es dürfen keine personenbezogenen Daten oder vertrauliche behördliche Informationen mit der Nachrichtenfunktion übermittelt werden.

2.3.4 Story-Funktion

Facebook und Instagram ermöglichen es Fotos und kurze Videos für 24-Stunden für alle „Follower“ sichtbar zu machen, die sog. Story-Funktion. Für diese Fotos (180 x 180 Pixel groß) gelten dieselben Bestimmungen wie für herkömmliche Beiträge.

3. Datenschutz

3.1 Bilder

Bilder dürfen nur veröffentlicht werden wenn diese im Eigentum der Stadt Winnenden stehen oder der Fotograf bei den Copyright-Rechten einer Veröffentlichung in sozialen Medien ausdrücklich zugestimmt hat. Der Eigentümer/Fotograf der Bilder muss immer angegeben werden.

Auf den Bildern dürfen immer nur größerer Personenkreise veröffentlicht werden. Bilder von öffentlichen Veranstaltungen dürfen nur veröffentlicht werden, wenn keine einzelnen Personen herausgegriffen werden oder direkt zuordenbar sind. Es gilt § 22 des Kunsturhebergesetzes. Ausgenommen sind Personen die ein öffentliches Amt begleiten, wie insbesondere der Oberbürgermeister, Bürgermeister, Gemeinderäte, Jugendgemeinderäte, Seniorenräte, Winnender Mädle. Diese verzichten auf gewisse Persönlichkeitsrechte.

Bei städtischen öffentlichen Veranstaltungen ist eine Einwilligung erfolgt, sobald sich Personen vom städtischen Fotografen fotografieren lassen und auf die Veröffentlichung hingewiesen worden sind. Es gilt § 22 des Kunsturhebergesetzes. Bei der Veröffentlichung von Fotos mit Kindern muss eine schriftliche Einverständniserklärung der Eltern erfolgen.

3.2 Datenschutzerklärung

Rechtliches zum Datenschutz ist in der „Datenschutzrichtlinie für den Facebook- und Instagram-Auftritt der Stadt Winnenden“ geregelt. Diese kann unter www.winnenden.de/Stadtrecht oder direkt auf dem Facebook-Auftritt „Winnenden erleben“ abgerufen werden.

4. Controlling

Die Pressestelle übernimmt das Controlling des Facebook- und Instagram-Auftritts. Es beinhaltet die Besucherzahlen, die Bewertungen und die Auswirkungen auf das Image und die Außenwirkung der Stadtverwaltung Winnenden.

5. Inkrafttreten

Das Nutzungskonzept tritt mit dem Erstellen des Facebook- bzw. Instagram-Auftritts für die Stadt Winnenden „Winnenden erleben“ in Kraft.