



# Facebook, Twitter und Co - zu Chancen, Risiken und Nebenwirkungen im Umgang mit Social Media

AG Strategieguppe „Menschen gewinnen - Ressourcen wecken“  
Winfried Behler

16. Januar 2013/9.00 – 12.00 Uhr DICV

# Ihre Erwartungen an die Fortbildung



# Folienvortrag & Programm



## **Allgemeine Informationen zu Social Media**

- Was ist Social Media?
- Wie funktioniert Social Media?
- Nutzerverhalten
- Anwendungsfelder für Social Media
- Bewerten & beobachten

## **Social Media Guidelines der Caritas**

- Wofür überhaupt Guide Lines?
- Wie verhalte ich mich im Netz?
- Welche Regeln sollte ich beachten?

## **Social Media und Personalgewinnung**

- Aspekte der Personalgewinnung 2.0
- Praxisbeispiel
- Bewerbungsvideos
- Bewerberkampagne

# Begriffsverwirrung aller Orten?!



*„Social Media ist keine technische Angelegenheit. Facebook ist nicht Social Media. Social Media ist eine Geisteshaltung. Darin geht es um Menschen. Um Mitarbeiter. Um Bedürfnisse. Um Gespräche. Um Fragen und Antworten. Um Kritik.“*

[Sachar Kriwoj/Social Media Manager E-Plus]

# Social Media



## Social Media - ein Überblick

# Social Media – Was ist das eigentlich alles?



Conversations in Social Media – Version 2.0 – 04.2010 by ethority | <http://social-media-prisma.ethority.de> | <http://www.twitter.com/ethority> | Contact us for updates: [prisma@ethority.de](mailto:prisma@ethority.de)

# Das „Cluetrain-Manifest“/95 Thesen



- Märkte sind Gespräche.
- Das Internet ermöglicht Gespräche, die im Zeitalter der Massenmedien unmöglich waren. (**User Generated Content**)
- Hyperlinks untergraben Hierarchien.
- Es gibt keine Geheimnisse mehr. Die vernetzten Märkte wissen über die Produkte der Unternehmen mehr, als die Unternehmen selbst. Ob die Nachricht gut oder schlecht ist, sie wird weitergegeben.
- Unternehmen können zum ersten Mal mit ihren Märkten direkt kommunizieren. Wenn sie bei diesen Gesprächen versagen, könnte dies ihre letzte Chance gewesen sein.
- Die Unternehmen müssen lockerer werden und sich selbst weniger ernst nehmen. Was sie brauchen, ist ein Sinn für Humor.
- Einen Sinn für Humor zu entwickeln bedeutet nicht, einige Witze auf die Unternehmens-Webseite zu stellen. Vielmehr geht es um echte Werte, mehr Bescheidenheit, eine klare Sprache und einen wirklich eigenen Standpunkt.“ *(Levine, Locke et al. [Cluetrain-Manifesto], 1999/http://www.cluetrain.com/auf-deutsch.html)*



# Social Media & Web 2.0



**Social Media** sind alle Medien (Plattformen), die Internetnutzer verwenden, um zu kommunizieren. Ein zentrales Merkmal von Social Media ist Interaktivität. Das deutsche Synonym ist wohl „Mitmachmedien“.

Der Begriff **Web 2.0** wird verwendet in Anlehnung an die Versionsnummern von Softwareprodukten und definiert eine „neue Generation des Webs“. Der Begriff grenzt die interaktiven Nutzungsarten von einem **Web 1.0** ab, in dem es nur wenige „Bearbeiter“ (Personen und Organisationen, die Inhalte für das Web erstellten oder Informationen bereitstellten), aber zahlreiche „Benutzer“ (Konsumenten, welche die bereitgestellten Inhalte passiv nutzten) gegeben habe. Quelle: Harvard Business Manager 2010/Wikipedia

# Von „One to many“ zu „many to many“

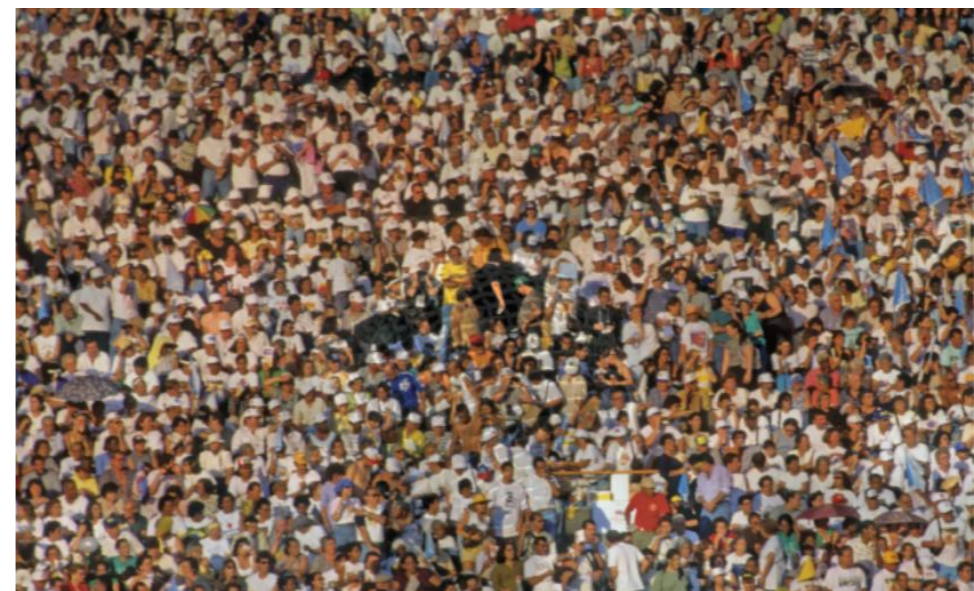


## *Kommunikation 1.0*

- Pressemitteilungen
- Broschüren
- Anzeigen
- Website...

## *Kommunikation 2.0*

- Kommentare
  - Blogs
  - Videos...
- ➔ „Aus Massenmedien werden Medienmassen“



# Multimediale Entwicklung



<b>Richtung: Vom Monolog zum Dialog</b>	
<b>Web 1.0: Einweg-Kommunikation</b> Unternehmen stellen Ihre Angebote Unternehmen bereit. Der Kunde ist Konsument.	<b>Web 2.0: Mehrweg-Kommunikation</b> Kunden und Unternehmen kommunizieren gleichberechtigt. Stakeholder können Inhalte eigenständig produzieren und einstellen.
<b>Dynamik: Aus weniger wird mehr</b>	
<b>Web 1.0: „Poor“ Media</b> Inhalte: Text, Bilder, Animationen Technik: HTML, CMS, Flash-Animationen, ISDN/GSM	<b>Web 2.0: „Rich“ Media</b> Inhalte: Audio, Video, Rich-Clients, Apps Technik: AJAX, Flash-Applikationen, DSL/UMTS

# Social Media verändert die Kommunikation



Mit Social Media bestimmen immer mehr „**die anderen**“ die Inhalte!

Social Media ist keine Modeerscheinung, sondern ein grundsätzlicher **Wechsel** in der Art und Weise von Kommunikation.

Social Media wirkt sich auf alle bisherigen Kommunikationswege aus – und ist nicht nur eine technische Erweiterung Ihrer bisherigen Kommunikation.

**Mit Social Media stellen wir unsere Unternehmenskommunikation um - auf Dialog!**

# Nutzerverhalten

975 /25 Mio.  
Stand Dez. 2012



Quelle: lege artis

# Der Social Media Zähler/Nutzerverhalten



<http://www.personalizemedia.com/garys-social-media-count/>

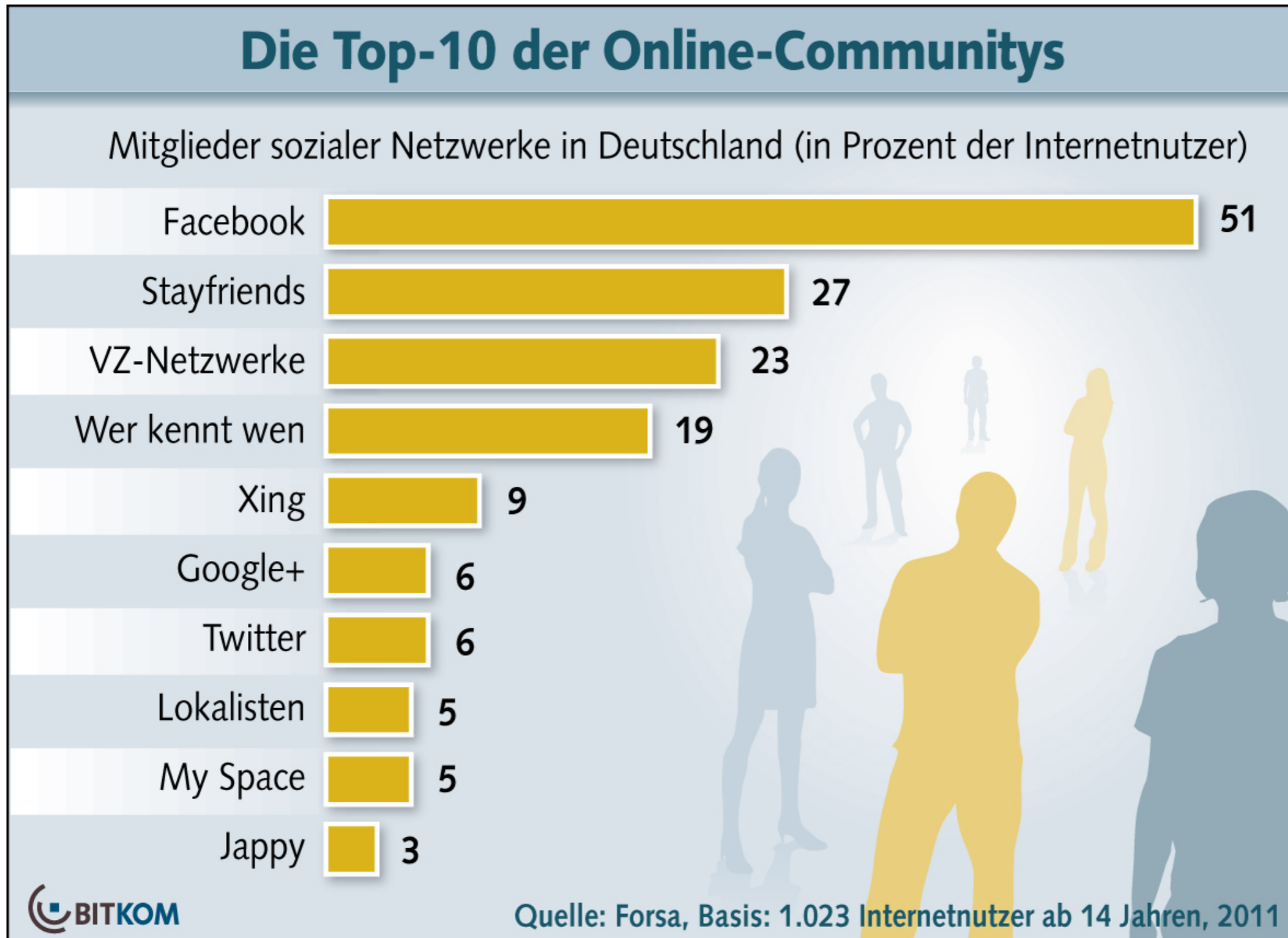
# Daten & Fakten



- 47 Mio. Menschen in Deutschland sind online
- 74 % der deutschen Onliner sind in Sozialen Netzwerken unterwegs, bei den 14-29jährigen sind es 84 % bei den 30-49jährigen sind es 65 %, bei der Generation 50plus 46 %.
- Die deutschen Internetnutzer verbringen inzwischen 16 Prozent ihrer Onlinezeit bei Facebook.
- Jeder 4. Haushalt besitzt ein Smart-Phone
- 10. Mio. Deutsche gehen mobil ins Internet
- Knapp die Hälfte (47 Prozent) aller Unternehmen in Deutschland setzt soziale Medien ein.



# Community Ranking

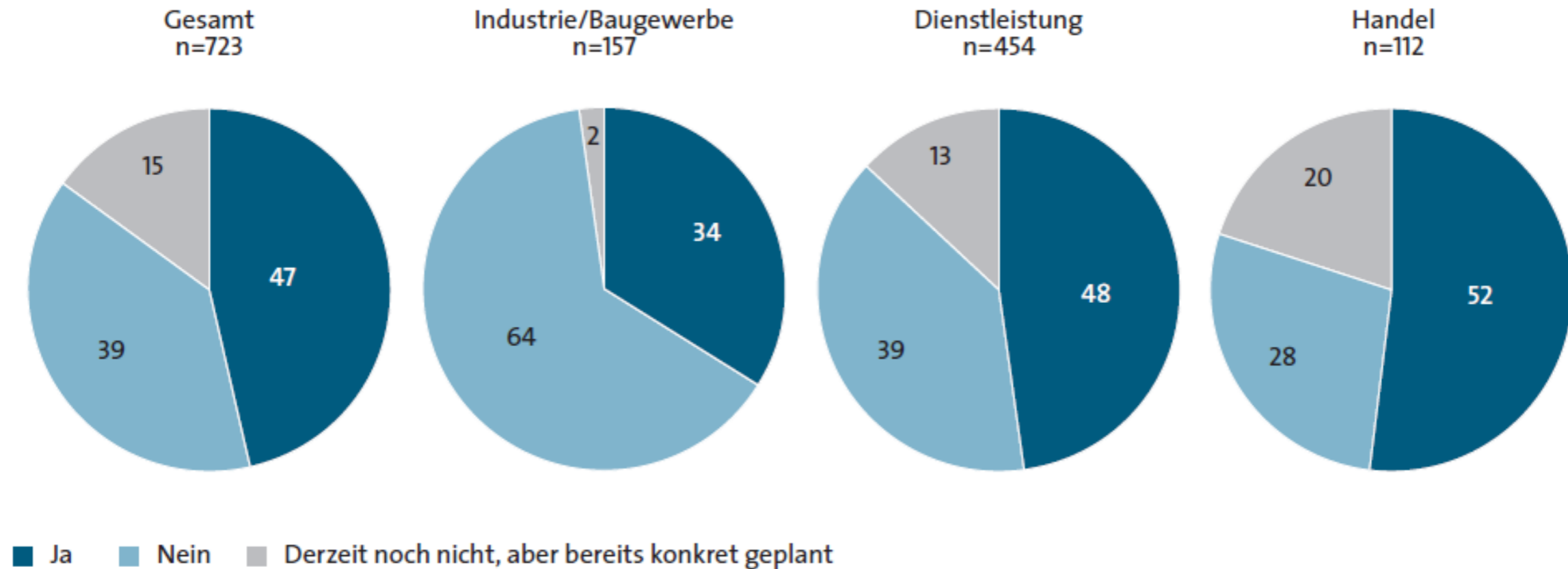




# Unternehmen & Social Media/Quelle Bitkom



## Social-Media-Nutzung in deutschen Unternehmen – nach Branchen



Basis: 723 Unternehmen

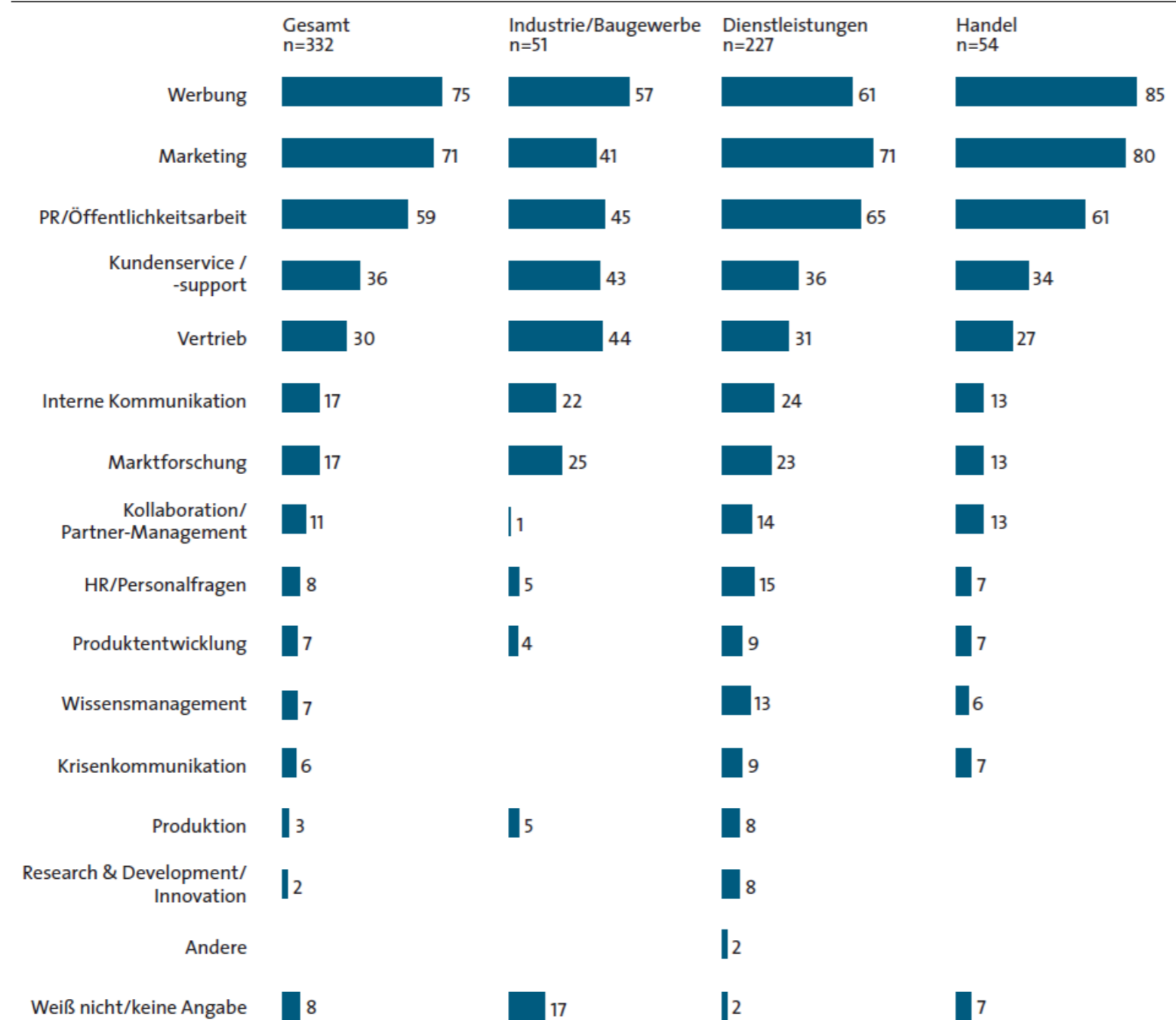
Angaben in Prozent

Frage: »Nutzt Ihr Unternehmen Social Media? Also z.B. Facebook-Seiten, Twitter-Kanäle oder Unternehmens- oder Mitarbeiter-Blogs.«

# Anwendungsfelder für Social Media



Anwendungsfelder von Social Media in Unternehmen – nach Branchen



Basis: 332 Unternehmen (Mehrfachnennungen möglich)

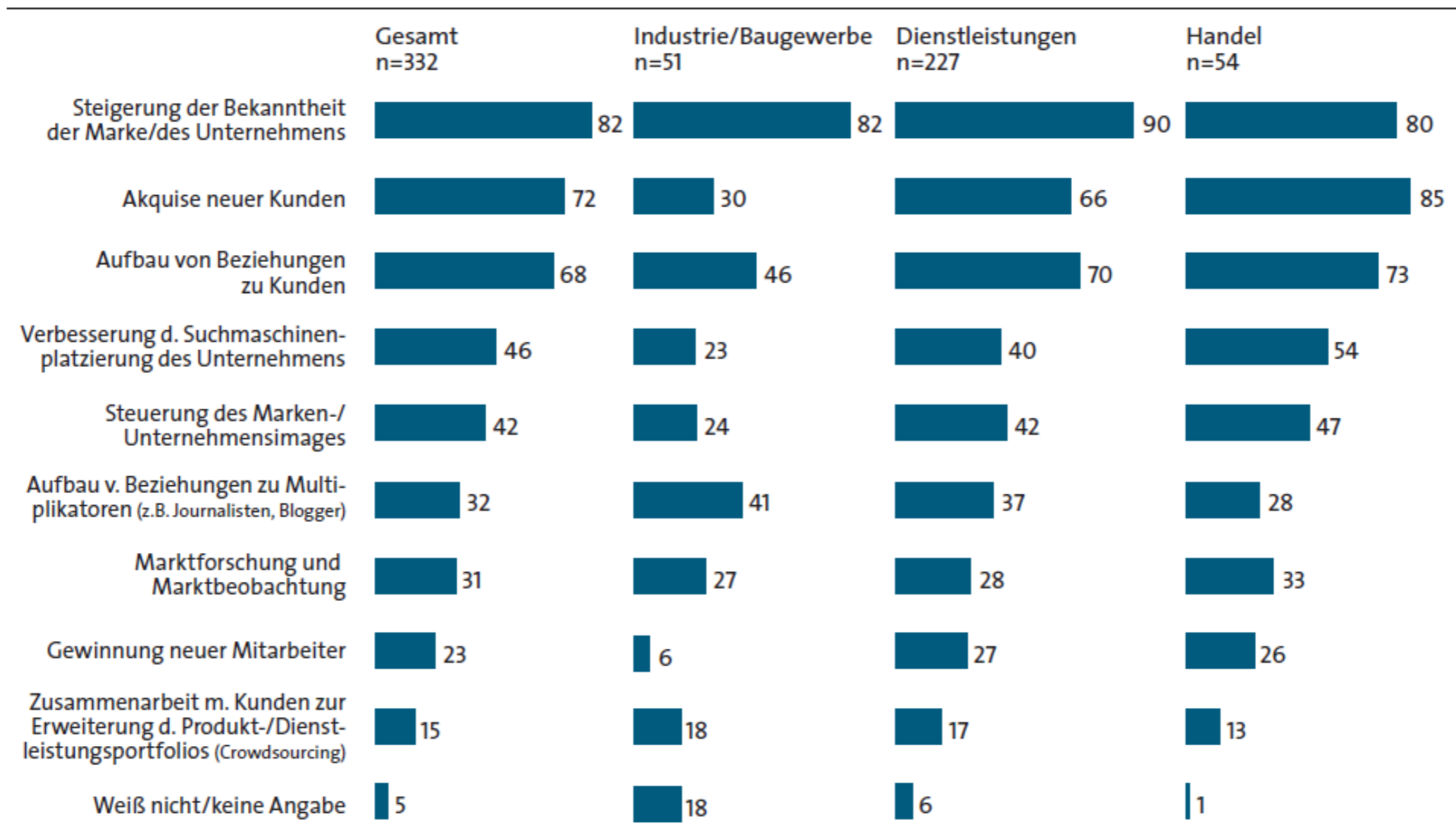
Angaben in Prozent

Frage: »Für welche Unternehmensbereiche setzen Sie Social Media ein?«

# Ziele von Social Media Einsatz



Ziele von Social-Media-Aktivitäten – nach Branchen



Basis: 332 Unternehmen (Mehrfachnennungen möglich)

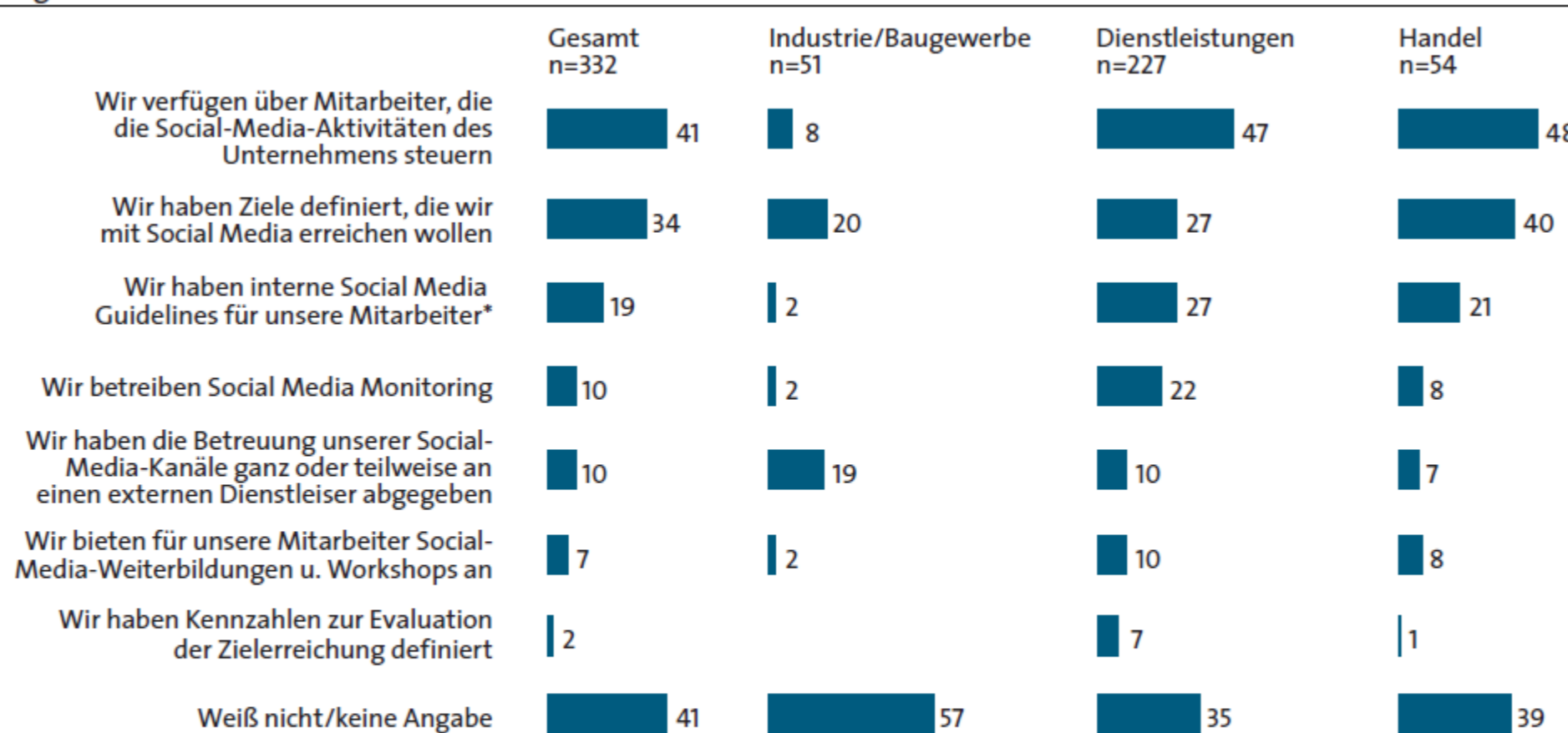
Angaben in Prozent

Frage: »Zur Erreichung welcher der folgenden Ziele verwenden Sie Social Media?«

# Social Media braucht „Kümmerer“



Organisation von Social-Media-Aktivitäten in den Unternehmen – nach Branchen



Basis: 332 Unternehmen (Mehrfachnennungen möglich)

Angaben in Prozent

Frage: »Wenn Sie an die interne Organisation Ihrer Social-Media-Aktivitäten denken – welche Aussagen treffen auf Ihr Unternehmen zu?«

\*Interviewer-Hinweis: Das sind Verhaltenshinweise für Mitarbeiter bzgl. der beruflichen und privaten Nutzung von Social Media.

# Wo finde ich meine Zielgruppen?



<http://www.socialmediaplanner.de/>

# Beispiele von Social Media Kanälen



facebook

...eine Website zur Pflege sozialer Netzwerke. Jeder Benutzer verfügt über eine Profilseite, auf der er Fotos oder Videos hochladen kann. Auf seiner Pinnwand können Besucher öffentlich sichtbare Nachrichten hinterlassen.



... eine Anwendung zum Mikroblogging. Angemeldete Benutzer können eigene Textnachrichten mit maximal 140 Zeichen eingeben. Diese Textnachrichten werden allen Benutzern angezeigt, die diesem Benutzer „folgen“.



... eine webbasierte Plattform aus Deutschland, in der Personen vorrangig ihre geschäftlichen Kontakte zu anderen Personen verwalten können. Kernfunktion ist das Sichtbarmachen der Kontakte.



... deutsch: „*Du sendest*“. *Auf dieser* Internetpräsenz finden sich Film- und Fernsehausschnitte, Musikvideos sowie selbstgedrehte Filme. Sie können in Blogs gepostet oder auf der eigenen Seite eingebunden werden. Täglich werden 65.000 Videos hochgeladen ; ca. 2. Milliarden Aufrufe pro Tag (Stand: November 2011).



...Das Google+ hat inzwischen über 500 Mio. Nutzer weltweit. Es soll einfach zu handhaben sein und auch die Grundidee des „Streams“ via Meldungen, Filme, Fotos ist vergleichbar mit Facebook.



...Das Ziel der Wikipedia ist der Aufbau einer Enzyklopädie durch freiwillige und ehrenamtliche Autoren. Der Name Wikipedia setzt sich zusammen aus *Wiki* (entstanden aus *wiki*, dem hawaiischen Wort für ‚schnell‘), und *encyclopedia*, dem englischen Wort für ‚Enzyklopädie‘. Ein Wiki ist ein Webangebot, dessen Seiten jeder leicht und ohne technische Vorkenntnisse direkt im Webbrowser ändern kann.

# Facebook



**Vivantes**  
Leben in Berlin

- Pinnwand
- Info
- Aktivitäten von Freunden (...)
- Fotos
- Veranstaltungen
- Netiquette
- Guck mal**
- iPhone App
- Impressum
- MEHR ▾

Info  
www.vivantes.de

2.362  
gefällt das

93  
sprechen darüber

Gefällt mir [Alle anzeigen](#)



Berliner Jugendf...



Via medicum online

**Vivantes - Leben in Berlin**

Gefällt mir

Seite erstellen



Gesundheit/Medizin/Medikamente



Du und Vivantes - Leben in Berlin



4 Freunden gefällt das.

Personen, die du vielleicht kennst [Alle anzeigen](#)

Vivantes nutzt den Facebook-Auftritt für Aufklärungskampagnen.

FreundIn hinzufügen

Finde weitere Freunde

Winfried, deine Freunde warten



Der Freundfinder ist jetzt besser als jemals zuvor. Probiere ihn aus.

Deine E-Mail

E-Mail-Passwort

Freunde finden

Dein Profil wird von Facebook nicht...

# Facebook



**GlückSpender**  
Cookies for Care

EINE AKTION DER KLINIKEN ESSEN-MITTE ZUM WELTKREBSTAG 2012

GlückSpender - Cookies for Care (Weltkrebstag 2)

**Facebook**

Die Kliniken Essen Mitte nehmen den Weltkrebstag zum Anlass für eine Gruß-(Dank) Aktion.

1.267 GEBACKENE WÜNSCHE AN UNSERE PATIENTEN - WIR SAGEN DANKE!

Anlässlich des **Weltkrebstags 2012** hatten unsere Facebook-Fans vom 4. - 18. Februar zwei Wochen lang die Gelegenheit, Glücksgrüße an unsere Patienten zu schicken. Die Grüße konnten über eine eigene KEM-Facebook-App versendet werden und wurden anschließend von uns in einen Glückskeks eingebacken. Unsere fleißigen Glücks-Feen waren zwei Wochen im Einsatz, um alle eingegangenen Grüße an die

Laurenz Löcker kuhl... mal genauer ansehen...

David Prang ! 1

Empfehlung schreiben ...

Personen, die du vielleicht kennst Alle anzeigen

Deine E-Mail

E-Mail-Passwort

Freunde finden

Dein Passwort wird von Facebook nicht gespeichert.

Empfohlene Seiten Alle anzeigen

Wegweiser Kommune 3.228 Personen gefällt das. Gefällt mir

Kirche im Web 2.0 / Social Media Roland Knillmann und 2 weiteren



# Facebook



Jukiku Evangelische Jugend informiert über Jugendthemen und Veranstaltungen.

# Facebook



The screenshot shows the Facebook profile for 'Blutspende Dortmund'. The cover photo is a blurred image of a blood donation process. The profile picture is a cartoon character. The page name is 'Blutspende Dortmund' with 628 likes. The address is Alexanderstraße 6-10, Dortmund. There are navigation tabs for 'Info', 'Fotos', 'Blutspende A...', 'Veranstaltungen', and '„Gefällt mir“-Angaben'. A blue callout bubble points to the cover photo with the text: 'Hier wird das Thema Blutspende besetzt und zum Spenden aufgerufen.' Below the profile, there is a post from 'Blutspende Dortmund' dated 2. März and a post from a friend who liked the page.

# Facebook

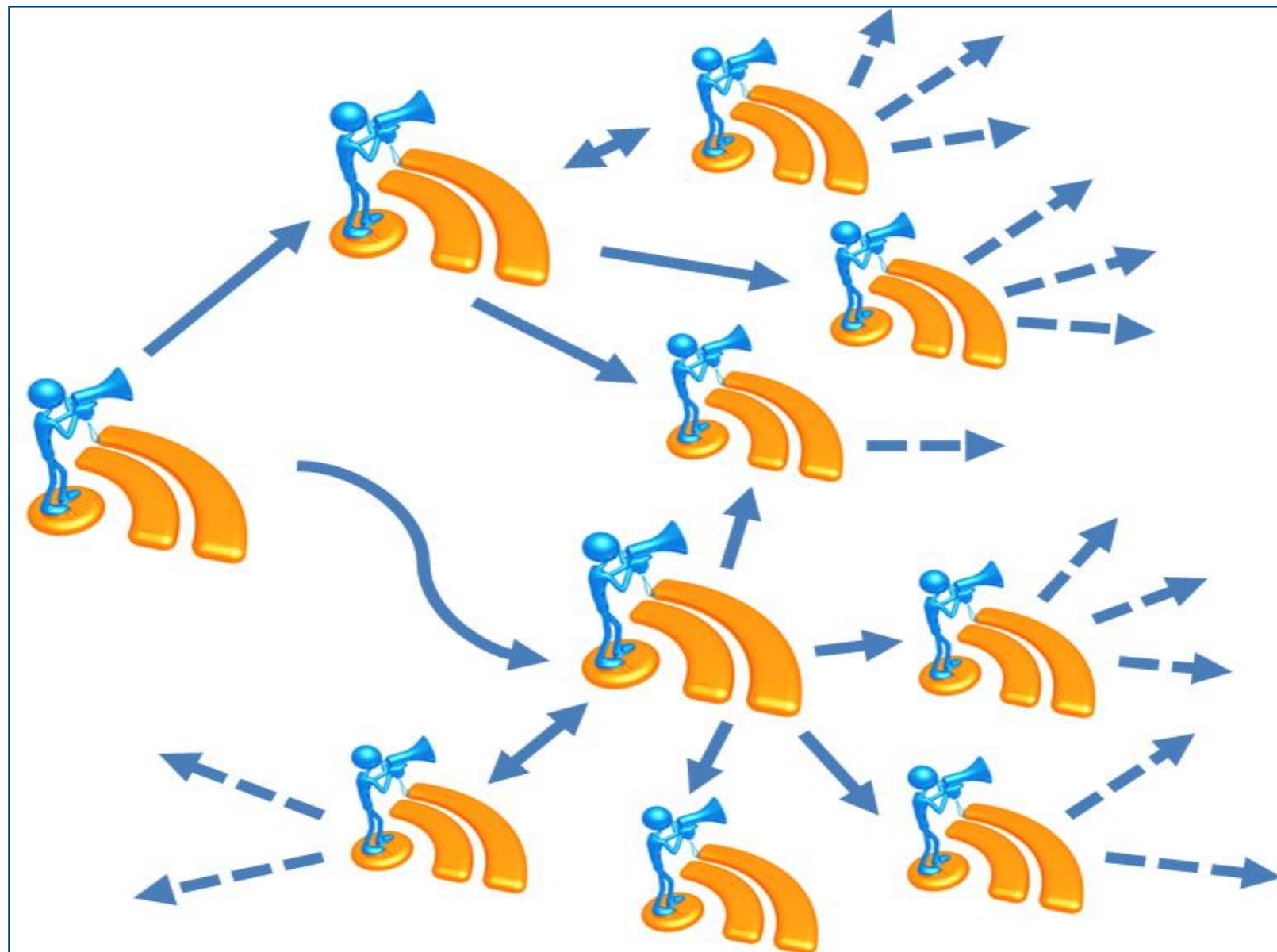


„Bitte beachten Sie die Packungsbeilage“!



## Was ist im Umgang mit Facebook zu beachten

# „Virale Verbreitung“ durch Twitter



Prinzip der schnellen Verbreitung bei Twitter  
(Quelle: eigene Darstellung)

# Twitter



**klinikum-ingolstadt**  
@klinikumin  
Medizinische Kompetenz, erstklassige Versorgung und individuelle Betreuung – im Klinikum Ingolstadt ist jeder Patient in guten Händen.  
Ingolstadt · <http://www.klinikum-ingolstadt.de>

**Folgen**

173 TWEETS  
32.118 FOLLOWING  
30.136 FOLLOWER

**Bleibe mit klinikum-ingolstadt in Verbindung**  
Trete Twitter noch heute bei!

Vollständiger Name  
E-Mail  
Passwort  
**Anmelden**

**Tweets**

- klinikum-ingolstadt** @klinikumin  
Klinikum Ingolstadt spendet dreifach [goo.gl/ljg3N](http://goo.gl/ljg3N)
- klinikum-ingolstadt** @klinikumin  
Emil Frey ist neuer Pflegedienstleiter im Klinikum Ingolstadt [goo.gl/5gJjt](http://goo.gl/5gJjt)
- klinikum-ingolstadt** @klinikumin  
Führung auf der PalliativStation des Klinikums Ingolstadt [goo.gl/1PctB](http://goo.gl/1PctB) 6 Mär
- klinikum-ingolstadt** @klinikumin  
Führung auf der PalliativStation des Klinikums Ingolstadt [goo.gl/af7AE](http://goo.gl/af7AE) 5 Mär
- klinikum-ingolstadt** @klinikumin  
„Frauenbetrieb“ Klinikum Ingolstadt braucht keine Quote [goo.gl/eKGwG](http://goo.gl/eKGwG) 2 Mär
- klinikum-ingolstadt** @klinikumin  
Von den Mitarbeitern lernen [goo.gl/9wwqK](http://goo.gl/9wwqK) 21 Feb
- klinikum-ingolstadt** @klinikumin 6 Feb

**twitter**  
© 2012 Twitter Über uns Hilfe Bedingungen Privatsphäre Blog Status Apps Ressourcen Jobs Inserenten Unternehmen Medien Entwickler

Hier werden Meldungen aus dem Klinikalltag „getwittert“.

# Twitter



Wittekindshof (@Wittekindshof)

Tweets direkt aus der Diakonischen Stiftung Wittekindshof - derzeit Vakanz in der Betreuung. Impressum: bit.ly/yrF32T Bad Oeynhausen und NRW - http://www.wittekindshof.de

830 TWEETS 1.588 FOLGT 726 FOLLOWER

Wittekindshof @Wittekindshof 15 Nov  
In eigener Sache: @fmetz sagt Tschüß! [ow.ly/fjd2l](#) Gilt auch für den Twitter-Kanal!  
Öffnen

Wittekindshof @Wittekindshof 9 Nov  
Aktion Mensch: Der Tanz auf dem Klo. Eine unlustige Klogeschichte Teil 2: Blog [ow.ly/f9mDo](#)  
Öffnen Antworten Retweeten Favorisieren

Wittekindshof @Wittekindshof 5 Nov  
@pilgeruh Oh, vielleicht falsch verstanden. Die Arbeit von @diakonisch ist klasse. Sollte eine Ergänzung sein. Siehe Originalkommentare.  
Gespräch zeigen

Wittekindshof @Wittekindshof 5 Nov  
Wittekindshof Inklusion heute is out! [bit.ly/MZZFVd](#) Top stories today via @DiakonieBayern @HeikoKunert @Inklusion\_Bin  
Öffnen

Wittekindshof @Wittekindshof 5 Nov  
Diakonie in sozialen Netzwerken - Teil 1 | Chancenshop Blog

...derzeit Vakanz in der Betreuung... (Nov. 12)



**Klinikum Bielefeld**  
@Klinik\_News  
Großkrankenhaus, 30 Kliniken und Institute, 2500 MitarbeiterInnen, 1250 Betten, 3 Standorte Bielefeld Mitte, Bielefeld Rosenhöhe, Klinikum Halle Westfalen  
Bielefeld · <http://www.klinikumbielefeld.de>

**Bleibe mit Klinikum Bielefeld in Verbindung**  
Trete Twitter noch heute bei!  
Vollständiger Name  
E-Mail  
Passwort  
Anmelden

**Tweets**

- Klinikum Bielefeld** @Klinik\_News 8 Mär  
Komme zu „Bürger fragen - Ärzte antworten in Versmold“ Mittwoch, 30. Mai von 19:30 bis 22:30 . Sehr geehrte Damen... [fb.me/wj0K1Tc](https://fb.me/wj0K1Tc)
- Klinikum Bielefeld** @Klinik\_News 8 Mär  
Komme zu „Bürger fragen - Ärzte antworten in Versmold“ Mittwoch, 25. April von 19:30 bis 22:30 . Sehr geehrte... [fb.me/1Ltiwp6zY](https://fb.me/1Ltiwp6zY)
- Klinikum Bielefeld** @Klinik\_News 8 Mär  
Komme zu „Bürger fragen - Ärzte antworten in Versmold“ Mittwoch, 21. März von 19:30 bis 22:30 . Sehr geehrte... [fb.me/17jZQ3MrE](https://fb.me/17jZQ3MrE)
- Klinikum Bielefeld** @Klinik\_News 8 Mär  
Komme zu „Forum Brust: Gynäkologische Operationen im Überblick“ Samstag, 12. Mai von 10:00 bis 12:00 . Thema:... [fb.me/tABQ9V4Y](https://fb.me/tABQ9V4Y)
- Klinikum Bielefeld** @Klinik\_News 8 Mär  
Komme zu „Forum Brust: Seminar für medizinisches Personal“ Samstag, 17. März von 10:00 bis 13:00 . Thema:... [fb.me/1ltsDsMlb](https://fb.me/1ltsDsMlb)
- Klinikum Bielefeld** @Klinik\_News 8 Mär  
Komme zu „Forum Brust: Seminar für Patienten, Betroffene und Angehörige“ Freitag, 9. November von 15:00 bis 17:00... [fb.me/1oXepvm3D](https://fb.me/1oXepvm3D)

**Tweets**  
Following  
Follower  
Favoriten  
Listen  
Neueste Bilder

Hier wird vor allem zu Veranstaltungen eingeladen.



# Twitter



**Helios Kliniken**  
@Helios\_Kliniken  
<http://www.helios-kliniken.de>

**Bleibe mit Helios Kliniken in Verbindung**  
Trete Twitter noch heute bei!

Vollständiger Name  
E-Mail  
Passwort  
Anmelden

**Tweets**

- Helios Kliniken** @Helios\_Kliniken 2 Mär  
Das hilft gegen krankhaftes #Schwitzen [tinyurl.com/6s58fs8](http://tinyurl.com/6s58fs8)
- Helios Kliniken** @Helios\_Kliniken 17 Jan  
#Mythen rund ums #Auge - Was stimmt und was nicht? [tinyurl.com/856rh2j](http://tinyurl.com/856rh2j)
- Helios Kliniken** @Helios\_Kliniken 31 Okt  
#Bluthochdruck: Die schleichende #Gefahr für das #Herz [tinyurl.com/3pt4juh](http://tinyurl.com/3pt4juh) #Herzmonat #November
- Helios Kliniken** @Helios\_Kliniken 1 Aug  
#Ergonomie - den #Arbeitsplatz richtig gestalten [tinyurl.com/4yyjguu](http://tinyurl.com/4yyjguu)
- Helios Kliniken** @Helios\_Kliniken 28 Jul  
#Mundgeruch – schlechter #Atem oder #Krankheitssymptom? [tinyurl.com/3ssr483](http://tinyurl.com/3ssr483)
- Helios Kliniken** @Helios\_Kliniken 28 Jul  
#Schlafstörungen können im Teufelskreis enden [tinyurl.com/3mno4t](http://tinyurl.com/3mno4t)
- Helios Kliniken** @Helios\_Kliniken 17 Mai  
#Sonnenerkrankung: Wenn die #Haut #Blasen schlägt <http://tinyurl.com/5wc25yd>

Hier wird über Erkrankungen und Behandlungsmöglichkeiten informiert.

# Twitter



Caritas Schweiz (CaritasSchweiz) auf Twitter - Mozilla Firefox

Twitter, Inc. (US) | https://twitter.com/CaritasSchweiz

Suche

**CARITAS** Schweiz  
Schweizerische  
Katholische  
Gemeinschaft

Follow us on  
Twitter Facebook YouTube Flickr

@CaritasSchweiz (Twitter)  
facebook.com/caritas.schweiz  
youtube.com/CaritasSchweiz  
flicker.com/caritas\_ch

Tweets

Folge ich  
Follower  
Favoriten  
Listen

Tweet an Caritas Schweiz  
@CaritasSchweiz

Caritas Schweiz  
Ländern.  
Switzerland · <http://www.caritas.ch>

745 TWEETS 79 FOLGT 910 FOLLOWER

Folgen

Tweets

**CARITAS** Caritas Schweiz @CaritasSchweiz 2h  
Unser Partner Peace Watch Switzerland sucht MenschenrechtsbeobachterInnen. Infotage in Zürich, Bern und Lausanne: [peacewatch.ch/63.0.html?&no\\_...](http://peacewatch.ch/63.0.html?&no_...)  
Öffnen

**CARITAS** Caritas Schweiz @CaritasSchweiz 3h  
Ersteigert das Racket von Roger Federer @FedererOfficial - Der Erlös kommt der #Caritas zugute [x.caritas.ch/ZkqIKg](http://x.caritas.ch/ZkqIKg)  
[pic.twitter.com/yq5cHgyv](http://pic.twitter.com/yq5cHgyv)  
Foto anzeigen

**CARITAS** Caritas Schweiz @CaritasSchweiz 7 Jan  
Unsere #Schulden Beratungs-Hotline ist seit einem Jahr mit neuer Nummer im Einsatz. 0800 708 708 [x.caritas.ch/XecO3d](http://x.caritas.ch/XecO3d)  
[pic.twitter.com/1EtwBNte](http://pic.twitter.com/1EtwBNte)  
Foto anzeigen

**CARITAS** Caritas Schweiz @CaritasSchweiz 3 Jan  
Wir wünschen Ihnen ein glückliches, friedvolles und gesundes Jahr 2013! [pic.twitter.com/L3vXGNDc](http://pic.twitter.com/L3vXGNDc)  
Foto anzeigen

Wem soll ich folgen? · Aktualisieren · Alle anzeigen

O<sub>2</sub> Business @o2business Gesponsert · Folgen

lifeline @LifelineDE Gefolgt von Corinna Bischof und a...  
Folgen

newsaktuell @newsaktuell  
Folgen

Kategorien durchsuchen · Freunde finden

Trends · Ändern

#domian

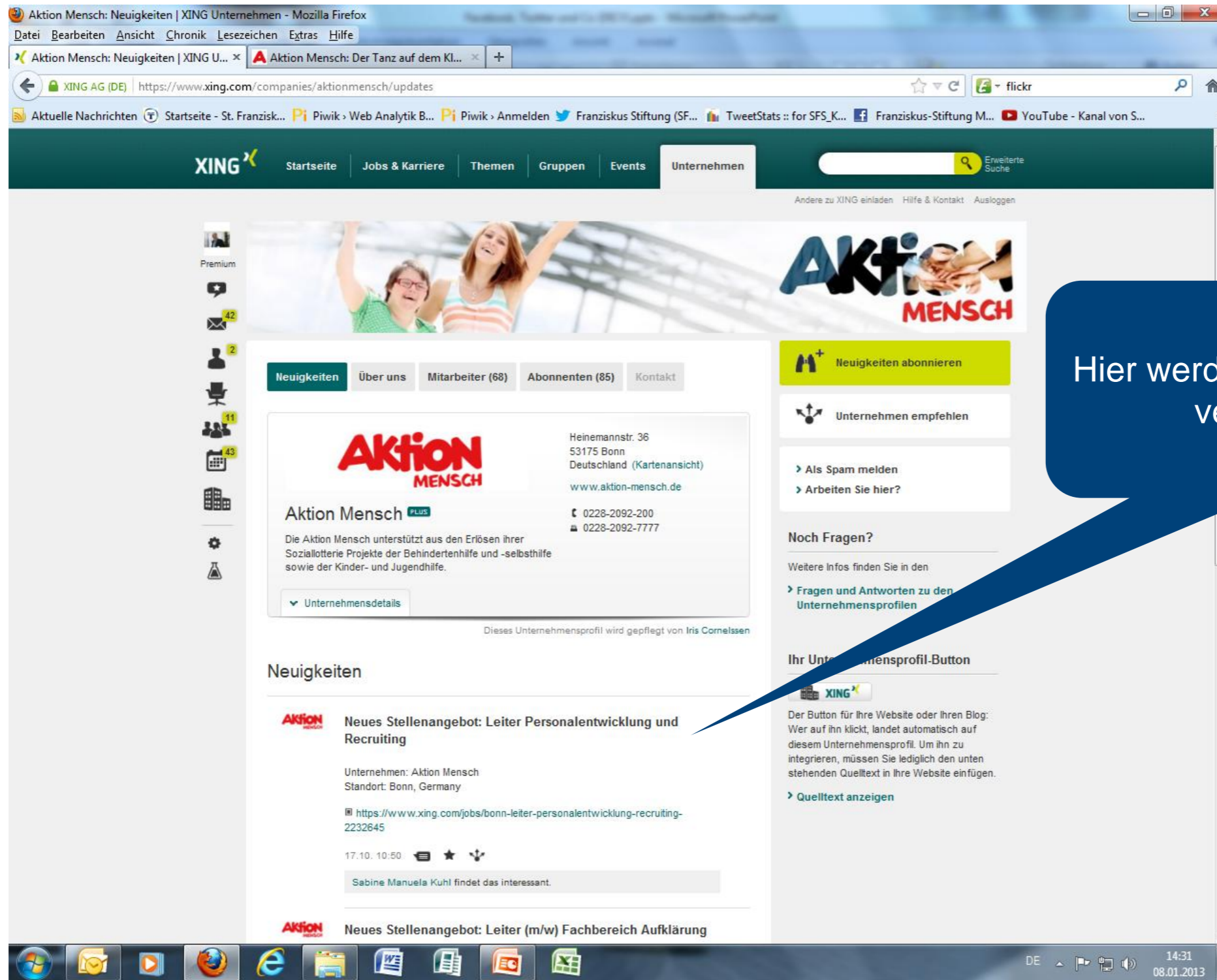
DE 13:52 08.01.2013

Hier wird auf die „crossmediale Vernetzung“ hingewiesen



The screenshot shows the XING profile page for St. Franziskus-Stiftung Münster. The browser address bar indicates the URL: [https://www.xing.com/companies/st.franziskus-stiftungm%2525C3%25259Cnster/updates?user\\_view=true](https://www.xing.com/companies/st.franziskus-stiftungm%2525C3%25259Cnster/updates?user_view=true). The profile includes a header with navigation tabs (Neuigkeiten, Über uns, Mitarbeiter (4), Abonnenten (33), Kontakt), a company logo, and contact information: St. Mauritz-Freiheit 46, 48145 Münster, Deutschland. A recent post titled "Finden, fordern, fördern - Chancen für Ärztinnen, Ärzte und Pflegekräfte in den Einrichtungen der..." is visible, dated 04.01.12:39. The right sidebar contains options like "Abonnement beenden", "Unternehmen empfehlen", and "Als Spam melden".

Hier wird über Meldungen Aufmerksamkeit geschaffen und zugleich die berufliche Vernetzung ausgebaut.



The screenshot shows the XING website interface. At the top, there's a navigation bar with 'XING' logo and menu items like 'Startseite', 'Jobs & Karriere', 'Themen', 'Gruppen', 'Events', and 'Unternehmen'. Below this is a search bar and user options. The main content area features the 'Aktion Mensch' profile, including a header image of two people, the company logo, and contact information. A job posting titled 'Neues Stellenangebot: Leiter Personalentwicklung und Recruiting' is highlighted with a blue callout box. The callout box contains the text: 'Hier werden Stellenangebote veröffentlicht.' The bottom of the page shows a Windows taskbar with various application icons and a system tray with the date '08.01.2013' and time '14:31'.

Hier werden Stellenangebote veröffentlicht.



The screenshot shows the YouTube channel page for 'Kanal von Albertinen-Diakoniewerk e.V.'. The channel has 40 subscribers and 618,204 video views. The main video is titled 'Das Geburtszentrum im Albertinen-Krankenhaus Hamburg stellt sich vor - UPDATE' and has 2,069 views. The video content shows medical staff in white uniforms attending to a patient in a hospital bed, with a large red exercise ball in the background. The channel description states that the Albertinen-Diakoniewerk operates two hospitals, several senior care facilities, and other services in Hamburg. The page also features a 'Hochgeladene Videos' section with 16 videos and an 'Angesagte Playlists' section with 16 videos.



**Herz- und Diabeteszentrum NRW** [Abonnieren](#) 131 Abonnenten 293.452 Videoaufrufe

Angesagt Feed Videos

Hochgeladene Videos 1 - 10 von 24 [Alle wiedergeben](#)

**Diabetes Infofilm**  
hdznrw 1.147 Aufrufe  
Diabetes - Gefahr für Herz und Hirn Risiken erkennen und Folgen vermeiden

**Diabetes Trailer**  
hdznrw 53 Aufrufe  
Im Diabeteszentrum werden jährlich 2500 Patienten aller Altersstufen mit jedem Krankheitstyp behandelt.

**Volle Leistung für das Herz Teil 3**  
hdznrw 1.499 Aufrufe  
VAD-Systeme: Mechanische Herz-Kreislauf-Unterstützung bei Herzinsuffizienz Der Aufklärungsfilm "Volle Leistung für das Herz" zeigt, wie Mechanische

**Über Herz- und Diabeteszentrum NRW**  
Videos zu Herz und Diabetes aus den Bereichen Medizin, Wissenschaft, Forschung - für Mediziner, Patienten und Angehörige.

**Kommentar posten**

[Posten](#)

[hdz-nrw.de](#)

Erstellt von [hdznrw](#)  
([Nutzer blockieren](#) | [Nachricht senden](#))

Letzte Aktivität 22.12.2011

Mitglied seit 12.04.2010

[Mehr](#)

**Angesagte Playlists**

[24 Videos](#)

Hochgeladene Videos  
von Herz- und Diabeteszentrum NRW



**Kanal der Raphaelsklinik** + Abonnieren 24 Abonnenten 127.602 Videoaufrufe

Angesagt Feed Videos Im Kanal suchen

Hochgeladene Videos 1 - 10 von 96 [Alle wiedergeben](#)

**Brisant (ARD): Herzinfarkt durch Kälte**  
Raphaelsklinik 157 Aufrufe  
Der leitende Oberarzt der Medizinischen Klinik I, Dr. Frank Lieder, erläutert den Zusammenhang zwischen Kälte und Herzbeschwerden. © ARD, 2012

**Herzinfarkt durch Kälte**  
Raphaelsklinik 159 Aufrufe  
Der leitende Oberarzt Dr. Frank Lieder informiert über den Zusammenhang zwischen Kälte und Herzbeschwerden. © WDR, 2012

**"Infotag Bauchspeicheldrüse" in der ...**  
Raphaelsklinik 115 Aufrufe  
Am 12. November 2011 informierten sich rund 150 Interessierte über den aktuellen Stand der Medizin auf dem Gebiet der Bauchspeicheldrüse. Organisiert wurde

Über Kanal der Raphaelsklinik  
Veröffentlichungen zur Raphaelsklinik Münster GmbH  
Kommentar posten  
Posten

raphaelsklinik.de

Erstellt von Raphaelsklinik  
(Nutzer blockieren | Nachricht senden)  
Letzte Aktivität 28.02.2012  
Mitglied seit 21.09.2009

Angesagte Playlists  
Hochgeladene Videos  
von Kanal der Raphaelsklinik  
Alle anzeigen



**Asklepios Kliniken** [Abonnieren](#) 179 Abonnenten 335.733 Videoaufrufe

Angesagt Feed Videos

Hochgeladene Videos 1 - 10 von 265 [Alle wiedergeben](#)

**Best of Gesundheitsmedropole Ham...**  
AsklepiosKliniken · 14 Aufrufe  
Moderatorin Theresa von Tiedemann präsentiert die Highlights des vergangenen Jahres in einer Sendung.

**Gesundheitsmedropole Hamburg: S...**  
AsklepiosKliniken · 12 Aufrufe  
Diese Sendung der Gesundheitsmedropole Hamburg im Themenmonat Orthopädie widmet sich den Schulterproblemen und ihrer Behandlung. Moderatorin

**Sport mit Endoprothese Reportage**  
AsklepiosKliniken · 12 Aufrufe

**Über Asklepios Kliniken**

Kommentar posten  [Posten](#)

[asklepios.com](#)

Erstellt von AsklepiosKliniken  
([Nutzer blockieren](#) | [Nachricht senden](#))

Letzte Aktivität 06.03.2012  
Mitglied seit 11.06.2010

[Mehr](#)

Angesagte Playlists

[Hochgeladene Videos](#)  
von Asklepios Kliniken 265 Videos

[Alle anzeigen](#)



# WIKIPEDIA-Präsenz



WIKIPEDIA  
Die freie Enzyklopädie

Hauptseite  
Über Wikipedia  
Themenportale  
Von A bis Z  
Zufälliger Artikel

Mitmachen  
Neuen Artikel anlegen  
Autorenportal  
Hilfe  
Letzte Änderungen  
Kontakt  
Spenden  
Drucken/exportieren  
Werkzeuge

Artikel **Diskussion**

Lesen **Bearbeiten** Versionsgeschichte

Suche

## St. Franziskus-Hospital Münster

Koordinaten: 51° 57′ 41″ N, 7° 38′ 55″ O﻿(Karte)

Das **St. Franziskus-Hospital** der **St. Franziskus-Stiftung** ist ein Krankenhaus und akademisches Lehrkrankenhaus in **Münster**. Für die über 25.000 stationären und 20.000 ambulanten Patienten, die jährlich versorgt werden, stehen insgesamt 600 Betten zur Verfügung. Es ist das erste münstersche Krankenhaus, das nach *Kooperation für Transparenz und Qualität im Gesundheitswesen (KTQ)* und pro CumCert zertifiziert wurde.

### Inhaltsverzeichnis [Verbergen]

- 1 Geschichte
- 2 Fachabteilungen und Einrichtungen
- 3 Pharmazeutische Aufnahme
- 4 Weblinks

### Geschichte [Bearbeiten]

Die Geschichte des St. Franziskus-Hospitals beginnt bereits in den Jahre 1853/54, als vom damaligen münsterschen Bischof **Johann Georg Müller** die krankenpflegende Genossenschaft der **Krankenschwestern des heiligen Franziskus von Telgte** in das später eingemeindete **Mauritzviertel** geholt wurde. Nachdem der Bau nach den Plänen vom münsteraner Diözesanbaumeister **Emil von Manger** fertiggestellt war, fand die Eröffnung des Krankenhauses im Jahre 1857 statt. In dieser Anfangszeit standen Betten für insgesamt 50 Patienten zur Verfügung, die von einem einzigen **Internisten** behandelt wurden. Die Pflege der Patienten obliegt von jeher den Schwestern der Ordensgemeinschaft der Franziskanerinnen **Münster-St. Mauritz**, deren Mutterhaus sich weiterhin in direkter Nähe des Krankenhauses befindet. Gleichzeitig übernahmen die Schwestern die Trägerschaft.

Um das Pflegeniveau zu halten und weiter zu verbessern, wurde eine Pflegeschule dem Krankenhaus angegliedert. Sie erhielt im Jahre 1908 die staatliche Anerkennung. Die zusätzlich geschaffene Kinderkrankenpflegeschule wurde 1928 staatlich anerkannt.

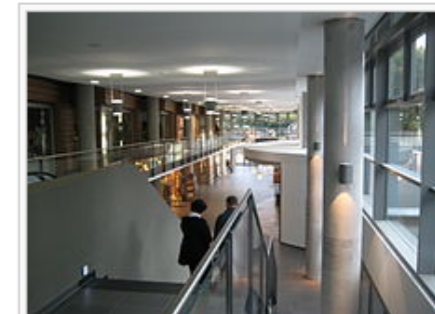
Anfang des 21. Jahrhunderts wurde das St. Franziskus-Hospital erweitert beziehungsweise umgebaut. Ein Großteil der rund 16 Mio. Euro teuren Baumaßnahme fällt für das neue medizinische Dienstleistungszentrum *Franziskus Carrée* an. Es ermöglicht die Erweiterung des Ärzteentrums von bisher sieben auf 14 Arztpraxen und wird fünf neue, ambulante **Operationssäle** enthalten.

### Fachabteilungen und Einrichtungen [Bearbeiten]

An der Klinik existieren derzeit 15 Fachabteilungen, die als Kliniken geführt werden. Davon werden zehn als Hauptabteilung mit eigenen Betten geführt, die **Radiologie** und **Nuklearmedizin** als Hauptabteilungen ohne eigene Betten. Die **Anästhesie** und Operative Intensivmedizin ist weder Hauptabteilung, noch verfügt sie über eigene Betten. Die Innere



Das St. Franziskus-Hospital vom Hohenzollernring aus gesehen.



Haupteingang nach der Renovierung.

# WIKIPEDIA-Präsenz



WIKIPEDIA  
Die freie Enzyklopädie

Hauptseite  
Über Wikipedia  
Themenportale  
Von A bis Z  
Zufälliger Artikel

▼ Mitmachen

Neuen Artikel  
anlegen

Autorenportal

Hilfe

Letzte Änderungen

Kontakt

Spenden

► Drucken/exportieren

► Werkzeuge

Artikel [Diskussion](#)

[Lesen](#)

[Bearbeiten](#)

[Versionsgeschichte](#)

Suche



## St. Franziskus-Stiftung Münster

Die **St. Franziskus-Stiftung Münster** mit Sitz im westfälischen [Münster](#) ist die zweitgrößte konfessionelle Krankenhausträgerin in Deutschland und wurde 1997 von den Krankenschwestern vom Regulierten Dritten Orden des hl. Franziskus (eine seit 1844 bestehende Ordensgemeinschaft der [Mauritzer Franziskanerinnen](#)) gegründet.

Die [katholische Stiftung](#) führt als [Krankenhausgruppe](#) 15 Akut- und [Fachkliniken](#) sowie sieben Behinderten- und Senioreneinrichtungen in Nordrhein-Westfalen und im Land Bremen. Darüber hinaus hält sie Beteiligungen an ambulanten Rehabilitationszentren, Pflegediensten und Hospizen. Das Kerngeschäft wird unterstützt durch gewerbliche Gesellschaften in den Bereichen Logistik und Facility Management, die Dienstleistungen für eigene und fremde Einrichtungen übernehmen. In den Einrichtungen der Franziskus Stiftung stehen über 4.000 Krankenhausbetten und ca. 850 Pflege- und Wohnplätze zur Verfügung. Rund 11.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sorgen für kranke, behinderte und alte Menschen.

Jährlich werden fast 150.000 Patienten stationär und etwa 315.000 Patienten ambulant versorgt. Der Jahresumsatz der Einrichtungen der Franziskus Stiftung beträgt etwa 602 Millionen Euro.

Vorstandsvorsitzender der Stiftung ist seit dem 1. Mai 2009 Dr. rer. pol. Klaus Goedereis; vorher bekleidete dieses Amt über lange Jahre Dr. rer. pol. Rudolf Kösters, der jetzige Präsident der Deutschen Krankenhaus-Gesellschaft. Dem Stiftungsvorstand gehören außerdem Schwester Diethilde Bövingloh, Wilhelm Hinkelmann und Dr. med. Daisy Hünefeld an.

### Einrichtungen [\[Bearbeiten\]](#)

#### Bremen

- Krankenhaus St. Joseph-Stift GmbH Bremen
- St. Joseph-Hospital gGmbH, Bremerhaven

#### Nordrhein-Westfalen

- St. Barbara-Klinik Hamm-Heessen GmbH
- St. Josef Krankenhaus Hamm- Bockum -Hövel GMBH
- St. Franziskus-Hospital Münster
- St. Bernhard-Hospital Kamp-Lintfort GmbH
- St. Elisabeth-Hospital GmbH in Beckum
- Elisabeth Krankenhaus GmbH in Recklinghausen
- St. Josefhospital Uerdingen zur St. Elisabeth-Hospital-Gesellschaft Niederrhein mbH, Krefeld
- St. Marien-Hospital Lüdinghausen GmbH
- St. Elisabeth-Hospital Meerbusch-Lank
- Klinik für Geriatrische Rehabilitation Maria Frieden Telgte GmbH
- St. Rochus-Hospital Telgte GmbH

# Vernetzung der Angebote im Mitmachweb



The collage consists of three main sections:

- Facebook (top left):** Shows the Schön Klinik profile page with a cover photo, a post about a new treatment method, and a video player. A red arrow points from the central box to the video player.
- Twitter (top right):** Shows the Schön Klinik (@SchoenKliniken) profile page with a bio, a list of tweets, and a 'Folge Schön Klinik auf Twitter' sidebar. A red arrow points from the central box to the profile header.
- YouTube (bottom left):** Shows a video player for 'Schön Klinik - Der Film' with a play button and a video title. A red arrow points from the central box to the video player.

**Central Box (bottom right):** A screenshot of the Schön Klinik website. It features a navigation menu (Kliniken & Standorte, Ärzte & Therapeuten, Medizin Online, Unternehmen, Karriere), a 'Kliniken nach Fachgebieten' section with a list of specialties (Neurologie, Orthopädie, Psychosomatik, Weitere Fachgebiete), a 'Schön Klinik. Messbar. Spürbar. Besser.' section with a text block and a 'Ihr Ansprechpartner' contact box, and a 'Der Qualitätsbericht 2010' section. A red circle highlights social media links (Facebook, Twitter, YouTube, Newsletter, Forum) at the bottom of the website. Red arrows point from this central box to the corresponding social media screenshots in the collage.

# Facebook, Twitter, Pulsschlag TV, YouTube



The collage consists of four overlapping screenshots:

- pulsschlag.tv:** Top left, showing a website header with navigation links.
- Facebook:** Middle left, showing the profile page for 'Kliniken Essen-Mitte'. A red circle highlights the left-hand navigation menu.
- Twitter:** Top right, showing the profile page for '@kem\_ESSEN'. A red circle highlights the bio text.
- Website:** Middle right, showing the main page of 'KLINIKEN ESSEN-MITTE'. A red circle highlights a 'Feedback' button and a row of social media icons.
- YouTube:** Bottom left, showing a video player interface. A red circle highlights a row of social media icons.

Red arrows indicate the following connections:

- From the Facebook navigation menu to the Twitter profile.
- From the Twitter bio to the website's social media icons.
- From the website's social media icons to the YouTube social media icons.
- From the YouTube social media icons back to the Facebook page.

# Bewertungsportale – Eine Auswahl



- [arzt-auskunft.de](http://arzt-auskunft.de)
- [docinsider.de](http://docinsider.de)
- [helpster.de](http://helpster.de)
- [imedo.de](http://imedo.de)
- [jameda.de](http://jameda.de)
- [Klinikbewertungen](http://Klinikbewertungen.de)
- [medfuehrer.de](http://medfuehrer.de)
- [medmonitor.de](http://medmonitor.de)
- [pflege-ampel.de](http://pflege-ampel.de)
- [sanego](http://sanego.de)

# Mit und ohne Patientenbewertungsmöglichkeiten



- medmonitor.de
- MedizInfo
- Arzt-Auskunft
- Jameda
- Medführer
- ➔ Beinhalten in unterschiedlichem Ausmaß subjektive und z.T. wenig differenzierte Patientenbewertungen

- Weisse Liste
- kliniken.de
- ➔ greifen in der Regel auf Daten aus Qualitätsberichten der Häuser zurück

# (Patienten)Meinungen im Netz



*Der Plexus-Katheter hat leider nicht funktioniert. Es wurde nur das Schlüsselbein und der Hals betäubt. Am OP-Tag musste ich leider 2 Stunden im Vorbereitungs-Zimmer warten. 3 Meter vor mir war die OP-Tür einen Spalt auf, oh Mann, dort wurde vielleicht gehämmert!*

*Nun ja, das Pflegepersonal und die Ärzte waren sehr freundlich. Allerdings hatten die Ärzte kaum Zeit und waren nur am Hetzen. Das war auch nicht wirklich gut! Das Zimmer war abgewohnt, eng und nicht wirklich »wohnlich«, da sollte die Klinik was dran machen.*

*Das Essen war echt nicht unbedingt der Renner, aber das liegt ja immer im Auge des Betrachters. Wenn ich irgendwann mal ein Problem habe würde ich mich jederzeit diesen Ärzten anvertrauen. Vielen Dank Dr. xxxxxxxxx!*

*Es war schrecklich, als mein Vater mit dem Krankenwagen in die Ambulanz geliefert wurde, erwarteten uns 3 Stunden Wartezeit ohne jegliche Aufklärung und ärztliche Behandlung. War richtig mies, von der Klinik kann ich abraten.*

*Das ältere Personal stets bemüht gut zu arbeiten, Schwesternschülerin/en kalt, überheblich, nutzen den Personalmangel aus.*

# Mit welchen Instrumenten kann ich beobachten?



- Addictomatic – gutes Einstiegstool, kostenlos
- Backtype – URL-Suche, Basisversion kostenlos
- Boardtracker – kostenloses Tool für Forenmonitoring
- Google Alerts – kostenloses Tool mit Benachrichtigungsfunktion bei neuen Meldungen, funktioniert z.T. schlecht und zeitverzögert
- Hootsuite – Monitoring von Facebook und Twitter, Basis- und Profiversion
- Social Mention – durchsucht kostenfrei 80 verschiedene Kanäle und Netzwerke
- Twitalyzer – Twitteranalyse





# Redaktionelle „Kosmetik“



**Daimler rückt sich bei Wikipedia ins rechte Licht**

15. März 2012 – Wie weit dürfen Unternehmen gehen, um das eigene Bild in der Öffentlichkeit zu verbessern? Ein Mitarbeiter des Daimler-Konzerns ging definitiv zu weit: Er nahm Änderungen am **Wikipedia-Artikel** über das Unternehmen vor und **löschte kritische Passagen** über Daimlers Lobbyaktivitäten.

Mitte Februar verschwand plötzlich ein mit "Lobbying" betitelter Abschnitt aus dem Wikipedia-Artikel der Daimler AG. Die Passage stützte sich auf Medienberichte, wonach Daimler-Benz 2007 zusammen mit den Autoherstellern BMW und Porsche mit dem "Worst EU Lobbying Award" ausgezeichnet wurde. Grund war eine gemeinsame Kampagne, in der die Unternehmen nach Ansicht der Juroren "für die Verwässerung und Verzögerung von verpflichtenden CO2-Reduktionszielen" eintraten. Außerdem setzte sich der Abschnitt kritisch mit politischer Beeinflussung von Daimler in Sachen LKW-Mautsystem auseinander. Dass die Löschung vom Hause Daimler selbst durchgeführt wurde, flog deshalb auf, weil die IP-Adresse des Bearbeiters zu dem Automobilhersteller gehörte.

**Daimler zieht sich aus der Verantwortung**

Nach Informationen der Daimler-Presseabteilung wurde die Löschung aber "nicht im Auftrag der Daimler AG" vorgenommen. Der Mitarbeiter habe in eigener Initiative gehandelt. Eigentlich hätte das nicht passieren dürfen, denn nach einer Konzern-Richtlinie müssen alle Veröffentlichungen mit der Kommunikationsabteilung abgesprochen werden. Außerdem verstieß der Daimler-Mitarbeiter gegen den Social-Media-Leitfaden des Unternehmens, wonach er sich als solcher zu erkennen geben muss.

Die Mitmach-Struktur von Wikipedia ist für viele Unternehmen und PR-Agenturen eine regelrechte Einladung, das eigene Image oder das der Kunden aufzupolieren. Schon häufiger hat es in der Vergangenheit Fälle gegeben, in denen Betriebe ihrem Eintrag auf Wikipedia zu neuem Glanz verholfen haben. In der Regel gehen solche Versuche allerdings nach hinten los.

© Wikimedia Foundation

# Nowitzki entfacht „Shit-Storm“



## ING-DiBa Werbespot und seine Folgen



# Das Soziale ins Netz bringen

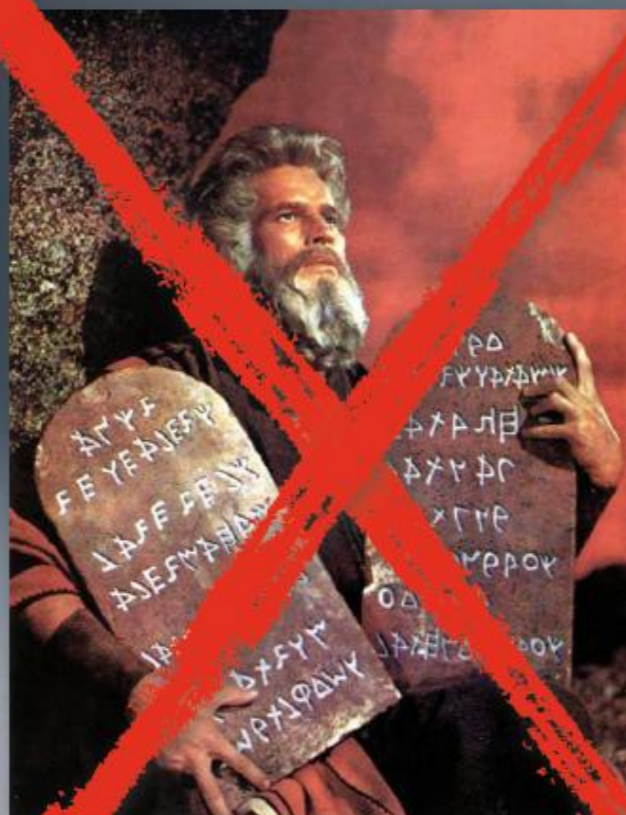
Guide Lines der Caritas

# Guide Lines für den Umgang mit Social Media



## Herr Bohne oder wie verhalte ich mich im Netz

## Social Media Guidelines: Hilfestellung statt Vorschrift



Heddergott //

*„Das Anliegen der Caritas ist es, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter durch klare Regeln zu einem kritischen und reflektierten Umgang mit sozialen Netzwerken anzuregen.“*

Wir nehmen unsere Fürsorgepflicht wahr.

Leitlinien für Verantwortungsträger und Mitarbeiter

# Warum Verhaltensregeln?



- Mitarbeiter/innen sind im Netz aktiv
- Mitarbeiter/innen sollen für den Umgang sensibilisiert werden
- Mitarbeiter/innen benötigen u.U. Hilfestellungen
- Mitarbeiter/innen sollten über mögliche Auswirkungen informiert werden, sowohl privat als auch dienstlich mit Blick auf das Unternehmen/Reputation/Image
- Mitarbeiter/innen sollen über Datenschutz informiert werden

## **1. Handeln Sie verantwortlich**

Entscheiden Sie selbst, ob Sie in sozialen Netzwerken angeben, dass Sie bei der Caritas arbeiten. Für Ihre Inhalte sind Sie selbst verantwortlich.

## **2. Sprechen Sie für sich**

Machen Sie deutlich, in welcher Funktion Sie bei der Caritas sind. Offizielle Statements geben nur der Vorstand, die Geschäftsführung oder dazu beauftragte Personen. Sie äußern Ihre persönliche Meinung und bringen dabei Ihr fachliches Know-how ein.



## **3. Verbreiten Sie Caritas-Inhalte**

Werden Sie Botschafterin oder Botschafter der Caritas, indem Sie interessante Inhalte und Angebote des Verbandes verlinken, kommentieren und mit anderen teilen.

## **4. Beachten Sie den Datenschutz**

Machen Sie keine Aussagen über Klient(inn)en, Patient(inn)en, Kund(inn)en, Spender(innen), Kolleg(inn)en oder Geschäftspartner in sozialen Medien.

## **5. Bleiben Sie freundlich und respektvoll**

Der Dialog in sozialen Netzwerken ist zum Teil hitzig, manchmal unfair und beleidigend. Bleiben Sie sachlich und halten Sie sich an die Fakten.

Verweisen Sie im Zweifelsfall auf die Sprecherinnen und Sprecher Ihres Verbandes oder Ihrer Einrichtung.

## **6. Äußern Sie Kritik konstruktiv und respektvoll**

Soziale Netzwerke ermöglichen offene Diskussionen. Sie sind aber der falsche Ort, um Probleme am Arbeitsplatz oder mit einzelnen Personen zu diskutieren, dies sollte eher im direkten Gespräch geschehen.

## **7. Sorgen Sie für Ihre Sicherheit**

Passen Sie auf allen Plattformen Ihre Einstellungen zur Privatsphäre an. Geben Sie Ihre Zugangsdaten nicht an Dritte weiter und lesen Sie sich jede Äußerung noch einmal durch, bevor Sie sie veröffentlichen. Sprechen Sie sich im Zweifel mit einer Kollegin oder einem Kollegen ab.

## **8. Halten Sie sich an das Urheberrecht**

Veröffentlichen Sie Fotos, Filme oder Audiomaterial nur, wenn Sie dazu berechtigt sind. Nennen Sie Ihre Quellen und kennzeichnen Sie Zitate.

## 1. Inhalte und Kommentare schreiben

- Transparenz (Für wen schreibe ich)
- Keine „Corporate-Sprache“/authentisch, offen
- Eindeutige Sprache
- Keine vertraulichen Informationen
- Authentische Inhalte/keine „Marketingtexte“ auf Kommentarseiten
- Respekt
- Regeln von Netzwerken beachten.

## 2. Verhalten bei Kommentaren

- Abwarten und beobachten
- Ruhig bleiben
- Folgen überdenken/Vier-Augenprinzip
- Auf Pöbler in Kommentaren wird nicht reagiert (Don't feed the trolls)
- Leser ernst nehmen
- Zeitnahe Reaktion
- Betriebsinterna wahren
- Sachliche Argumentation
- Keine Verleumdung
- Nicht löschen!

# 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

# Mögliche nächste Schritte



Prüfung & ggfs. Anpassung an die eigene Einrichtung  
Diskussion & Feedback durch die MAV/Betriebsrat  
Verabschiedung der Guide Lines  
Evtl. Betriebsvereinbarung zwischen MAV/Hausleitung  
(evtl. Dienstvereinbarung analog Umgang mit PC)



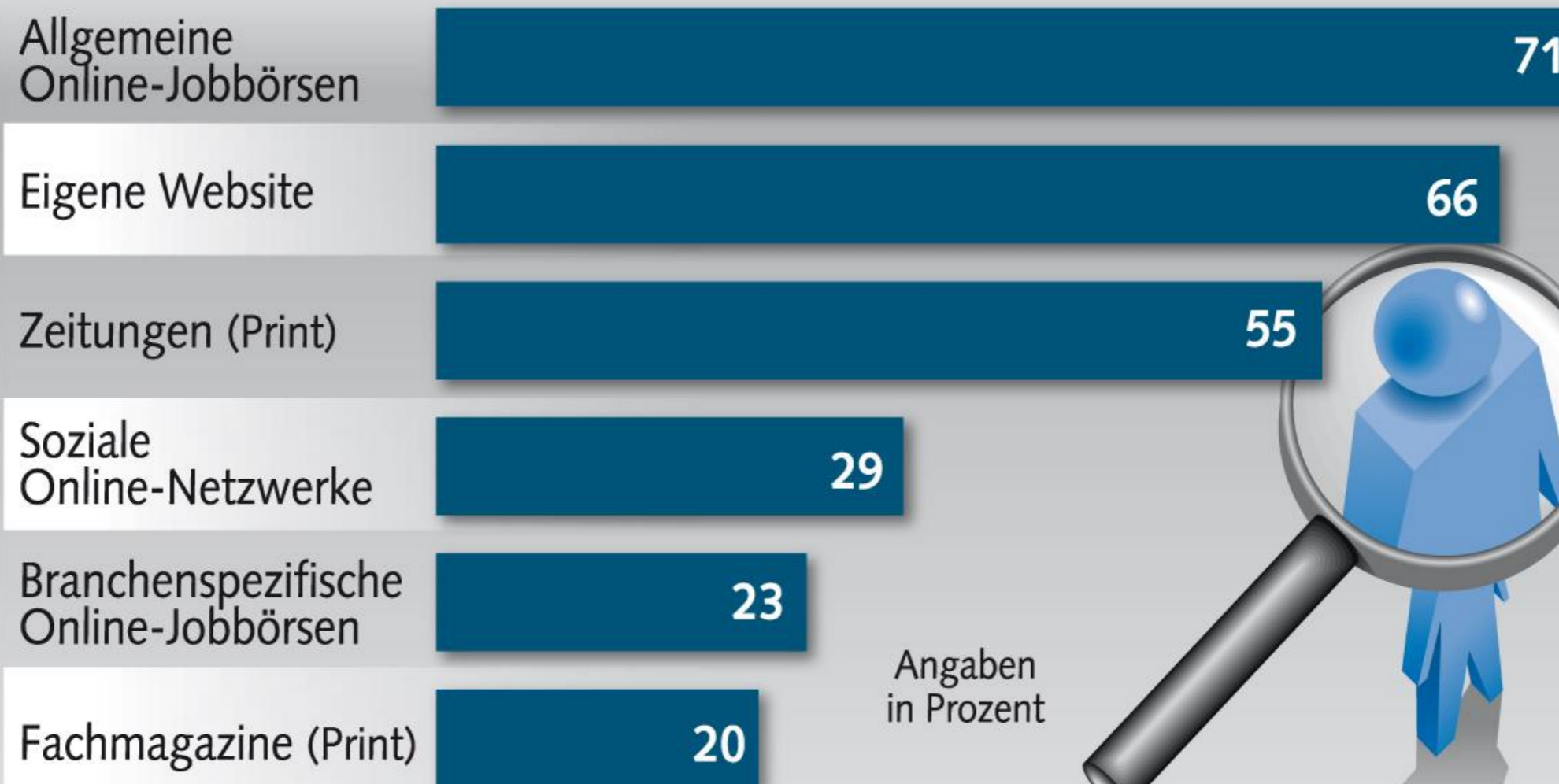
# Social Media & Personalgewinnung

Beispiele und Erfahrungen



## Viele Firmen suchen Mitarbeiter im Web 2.0

### Wo Unternehmen offene Stellen veröffentlichen\*



Angaben  
in Prozent

# Recruiting Video „Nur Gezwitscher“?



## Recruiting Video Twitter

# Aspekte der Personalgewinnung 2.0



## 1. Zielgruppen definieren:

*Alter/Berufsgruppe, Interessen, Personas*

## 2. Der Zielgruppe Zuhören:

*Aufhalten/Beobachten im Netz*

## 3. Beziehungsaufbau und Dialog mit den potenziellen Bewerbern (Bewertungsportale z.B. kununu)

## 4. Überprüfung des Rollenverständnisses des Unternehmens

*Welche Technik/welcher Kanal eignet sich am besten?*

## 5. Wer kümmert sich darum?

# Generation Y im Focus



- \*Zwischen 1980 – 1990 (generation dot.com/digital natives)
- Aufgewachsen mit Handy & Web 2.0
- Wie sie tickt: Infragestellen von üblichen Verhältnissen und Vorstellungen/Mustern (Why?)
- Was sie vom Job erwartet: Wirtschaftlich rel. gut abgesichert, höhere Ansprüche an den Job, sinnstiftender Gewinn
- Als Arbeitgeber punkten: ehrliche & transparente Ansprache (vorgetäuschte Angebote etc. werden durchs Online-Netzwerk schnell durchschaut)



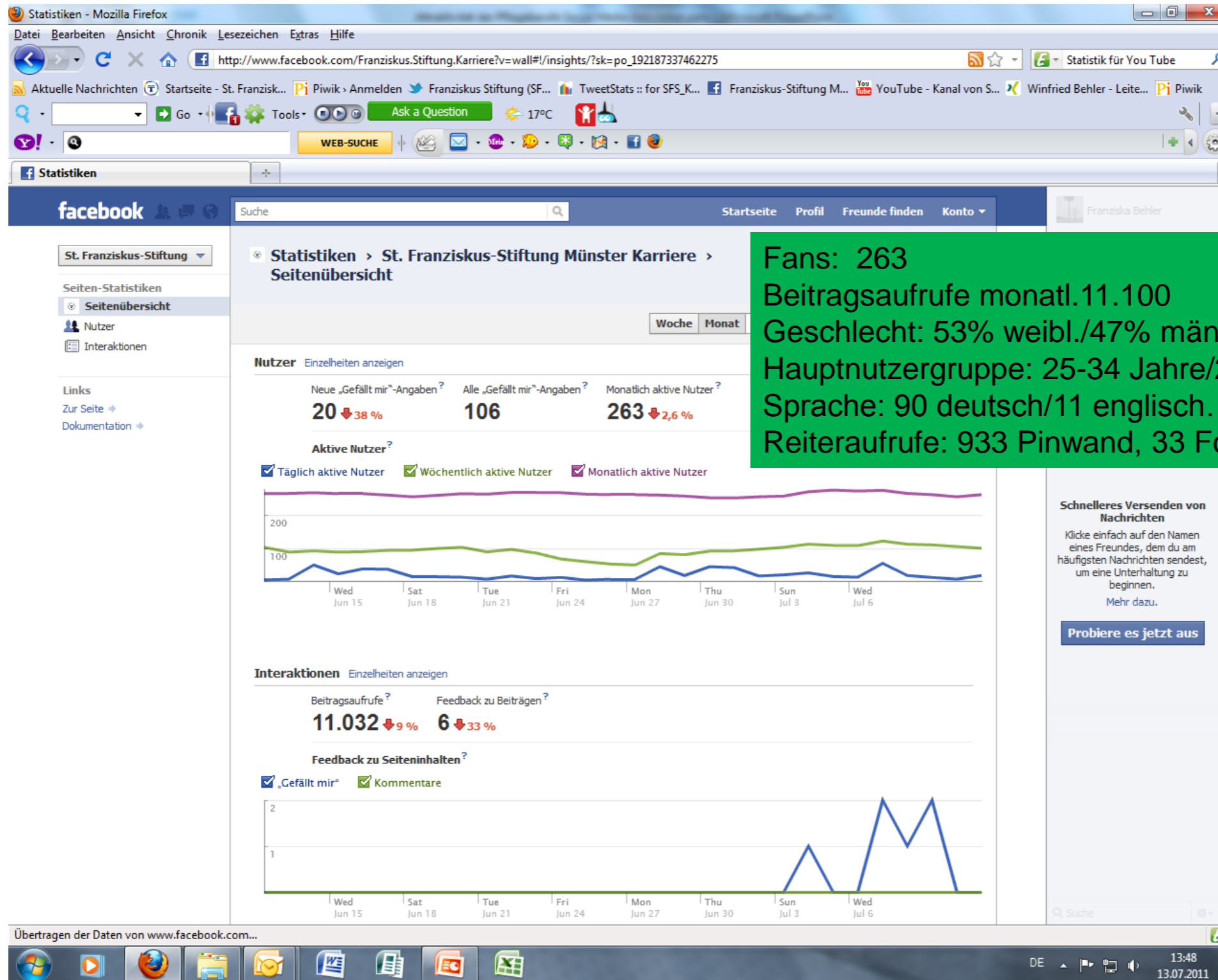
- Facebook
- Twitter
- YouTube
- Website (Karriereseite)

Arbeitgeber-  
Marke/  
Employer  
Branding



Automatisches Auslesen von Stellenangeboten & Einstellen von Bewerbervideos

# Statistik-Auswertung Facebook





**Franziskus Stiftung**  
@SFS\_Karriere  
Karrieremöglichkeiten, Aus-, Fort- & Weiterbildungsangebote der Franziskus Stiftung. Unser Ziel ist eine bestmögliche Versorgung der uns anvertrauten Menschen.  
Münster · <http://www.st-franziskus-stiftung.de/de/karriere-foerderung.html>

**Bleibe mit Franziskus Stiftung in Verbindung**  
Trete Twitter noch heute bei!

Vollständiger Name  
E-Mail  
Passwort  
**Anmelden**

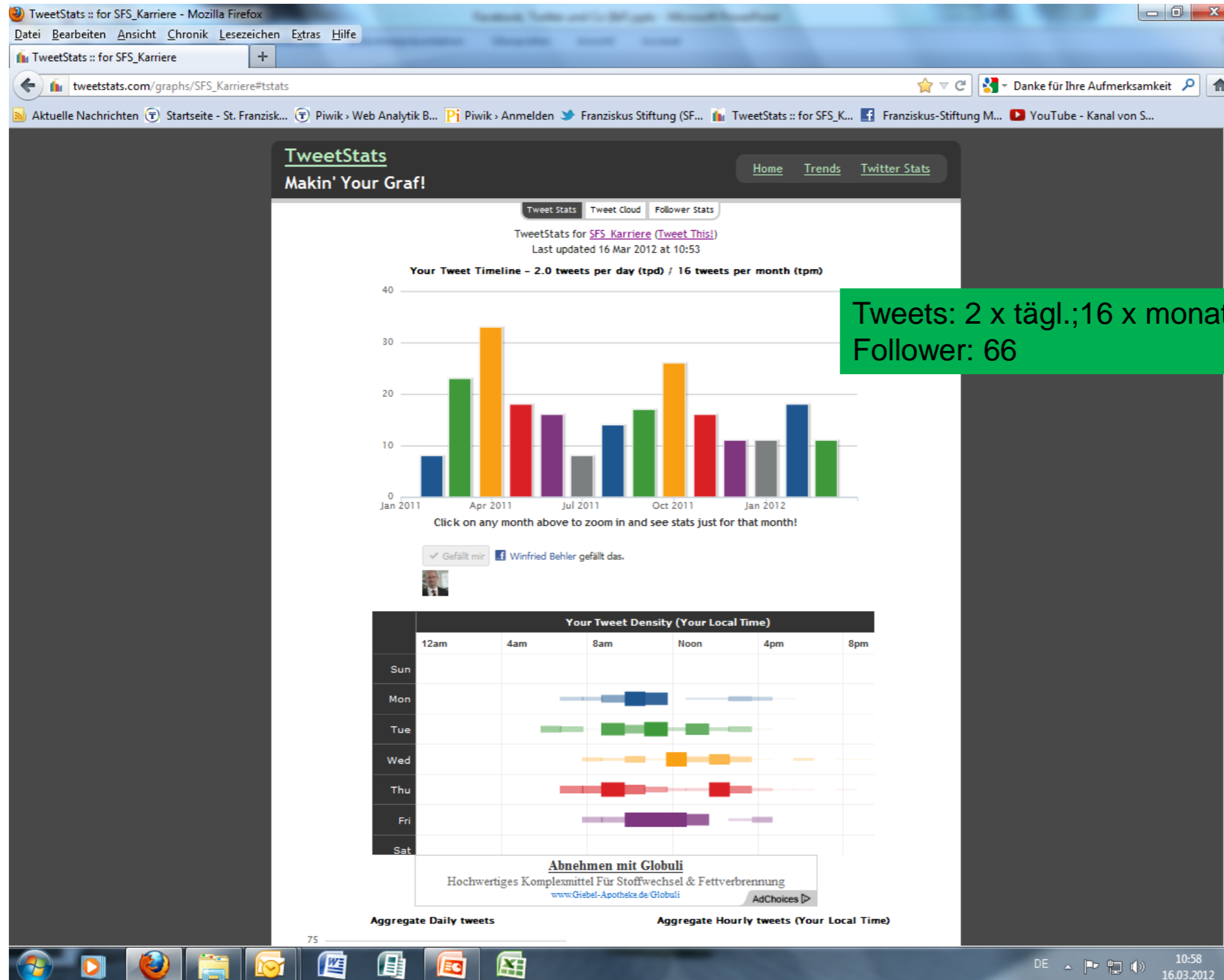
**Tweets**

- Franziskus Stiftung** @SFS\_Karriere  
Kaufmännische/n Mitarbeiter/in: Kaufmännische/n Mitarbeiter/in ca. 10 Stunden pro Woche (nachmittags / montags... g
- Franziskus Stiftung** @SFS\_Karriere  
Gesundheits- und Krankenpfleger (m/w) für unseren Augen OP: Ein attraktiver Arbeitgeber, berufliche...
- Franziskus Stiftung** @SFS\_Karriere  
Dipl.-Sozialarbeiter/Sozialpädagoge w/m: Dr. ... St. Rochus-Hospitals bietet psychisch krank... and... g
- Franziskus Stiftung** @SFS\_Karriere  
Fach-Gesundheits- und Krankenpfleger m/w / OP-Team-Leitung: Wir suchen Verstärkung für unser Pflege-Team! Für... [goo.gl/fb/ahHaE](http://goo.gl/fb/ahHaE)
- Franziskus Stiftung** @SFS\_Karriere  
Medizinische Fachangestellte/n in Vollzeit: Das Medizinische Versorgungszentrum Drebergen in Bremerhaven-Wulsdorf... [goo.gl/fb/c8N5Y](http://goo.gl/fb/c8N5Y)
- Franziskus Stiftung** @SFS\_Karriere  
Facharzt für Anästhesie (m/w) oder Assistenzarzt (m/w) mit fortgeschrittener Weiterbildung: Für die Klinik für... [goo.gl/fb/G1WHG](http://goo.gl/fb/G1WHG)

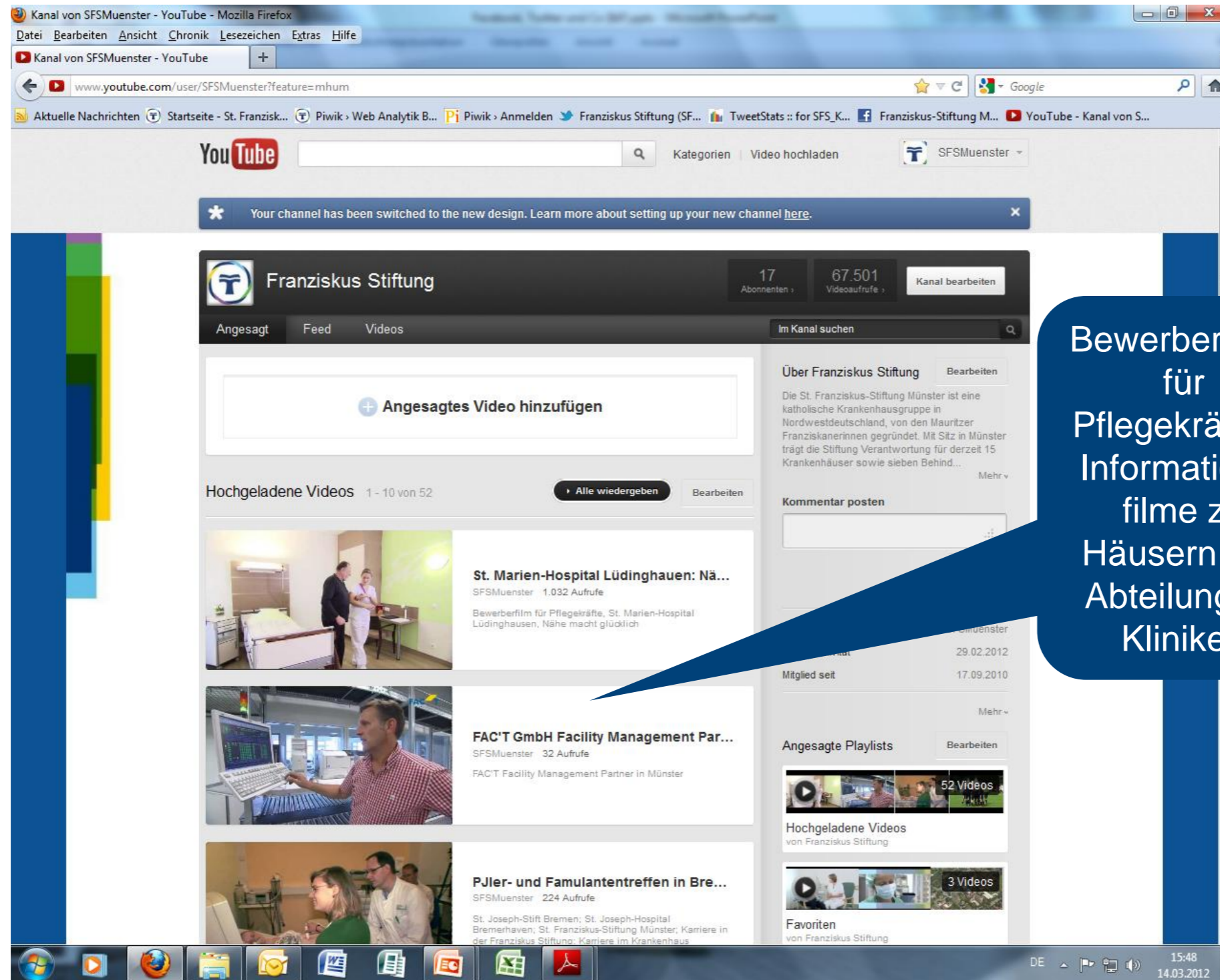
**Automatisches Auslesen von Stellenangeboten & Einstellen von Kurzmeldungen z.B. zu Bewerbermessen**



# Statistik-Auswertung Twitter



Tweets: 2 x tägl.; 16 x monatl.  
Follower: 66



Kanal von SFSMuenster - YouTube - Mozilla Firefox

www.youtube.com/user/SFSMuenster?feature=mmhum

Kanal von SFSMuenster - YouTube

YouTube

Your channel has been switched to the new design. Learn more about setting up your new channel [here](#).

**Franziskus Stiftung** 17 Abonnenten 67.501 Videoaufrufe Kanal bearbeiten

Angesagt Feed Videos Im Kanal suchen

+ Angesagtes Video hinzufügen

Hochgeladene Videos 1 - 10 von 52 Alle wiedergeben Bearbeiten

**St. Marien-Hospital Lüdinghauen: Nä...**  
SFSMuenster 1.032 Aufrufe  
Bewerberfilm für Pflegekräfte, St. Marien-Hospital Lüdinghauen, Nähe macht glücklich

**FAC'T GmbH Facility Management Par...**  
SFSMuenster 32 Aufrufe  
FACT Facility Management Partner in Münster

**PJler- und Famulantentreffen in Bre...**  
SFSMuenster 224 Aufrufe  
St. Joseph-Stift Bremen; St. Joseph-Hospital Bremerhaven; St. Franziskus-Stiftung Münster; Karriere in der Franziskus Stiftung; Karriere im Krankenhaus

Über Franziskus Stiftung Bearbeiten  
Die St. Franziskus-Stiftung Münster ist eine katholische Krankenhausgruppe in Nordwestdeutschland, von den Mauritzer Franziskanerinnen gegründet. Mit Sitz in Münster trägt die Stiftung Verantwortung für derzeit 15 Krankenhäuser sowie sieben Behind... Mehr v

Kommentar posten

Angesagte Playlists Bearbeiten  
52 Videos

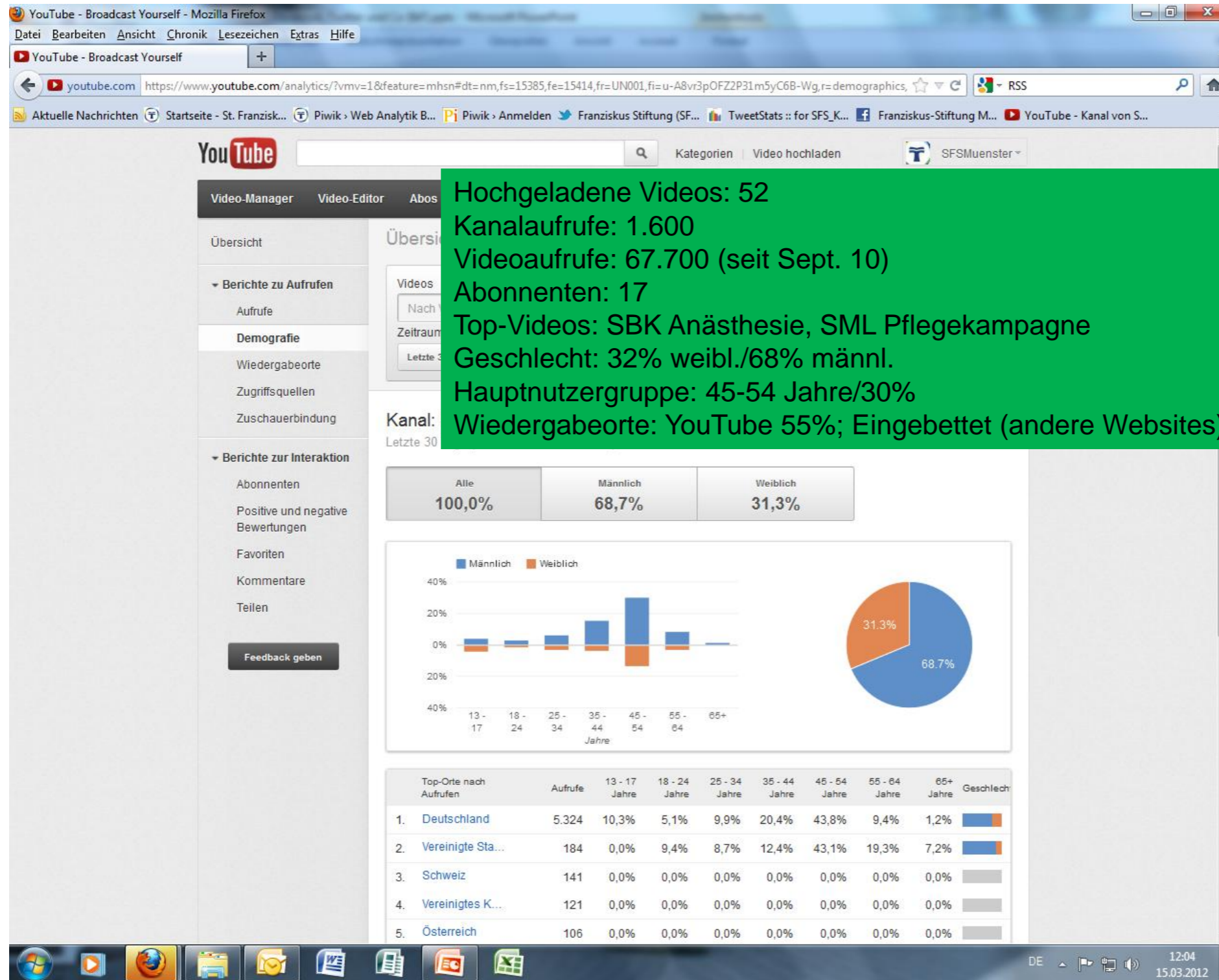
Hochgeladene Videos von Franziskus Stiftung  
3 Videos

Favoriten von Franziskus Stiftung

15:48 14.03.2012

Bewerberfilme für Pflegekräfte & Informationsfilme zu Häusern und Abteilungen/ Kliniken

# Statistik-Auswertung You Tube



# Pflege auf YouTube



Pflegen macht glücklich

Wenn die Pflege zum Pflegefall wird

Komm in die Pfläge

# Bewerbervideos



Unsere Pflege – was wir leisten

Pflege auf der Kinderintensivstation

# Website/Karriere in der Pflege



Jobs & Karrieremöglichkeiten auf: [Facebook](#) [Twitter](#) [RSS](#) | Schriftgröße: [A](#) [A](#) [A](#) | [E](#) [P](#)

**KARRIERE IN DER PFLEGE**

Mit Einfühlungsvermögen, persönlichem Engagement und fachlicher Kompetenz orientieren sich unsere Pflegekräfte an den Bedürfnissen unserer Patientinnen, Bewohner und Gäste. Diese sollen sich in unseren Einrichtungen geborgen fühlen, Vertrauen aufbauen können und sich in ihren Ängsten und Sorgen ernst genommen wissen. In der täglichen Praxis bedeutet das ein hohes Maß an Organisation auf der Basis unserer [Pflegeleitlinien](#). Weitere Informationen über unsere pflegerischen Spezifika erhalten Sie auf den Websites unserer [Einrichtungen](#). Dort finden Sie auch - bei Bedarf - die jeweiligen Ansprechpartner/innen für die Pflege.

Um dauerhaft eine hohe Pflegequalität zu gewährleisten und neue Erkenntnisse der Pflegewissenschaft in die Praxis umsetzen zu können, bieten wir regelmäßige [Fort- und Weiterbildungen](#) an. Dazu gehören insbesondere auch [Fachweiterbildungen](#). Bewährte Führungskräfte unterstützen wir durch Maßnahmen wie [Managementqualifizierungen für Stations- und Funktionsleiter/innen](#). Für diejenigen, die sich grundsätzlich für eine Leitungsposition im Pflegemanagement interessieren, bieten wir ein [Trainee-Programm](#) an.

**Ihre Ansprechpartnerin für die Pflege**

**Anika Schilder**  
Tel. 0251 / 270 79-28  
E-Mail: [Kontakt](#)

**Ihr Ansprechpartner Personalgewinnung**



**Jochem Kalthegener**  
Tel. 02381 / 601 - 109  
E-Mail: [Kontakt](#)

**Ihr Ansprechpartner Personalgewinnung**


**Martin Michel**  
Tel.: 0251 / 935-40 55

„Crossmedial“ –  
Hinweise auf  
Facebook, Twitter &  
RSS Feed (Abo)  
(Really Simple  
Syndication)









Pflege - Aktuelles - St. Franziskus-Ho...

Startseite | Impressum | Seitenübersicht > Einrichtungen Sprache:  

SUCHE


ST. FRANZISKUS-HOSPITAL MÜNSTER 

...che Kompetenzen | Pflege & Begleitung | Für Patienten & Besucher | Wir über uns | Aktuelles | Kontakt |

Jobs & Karrieremöglichkeiten auf:  Facebook  Twitter  RSS | Schriftgröße:    |  | 

Aktuelles / Stellenmarkt / Pflege

Bewerberfilme  
(inkl.  
Einbindung in  
YouTube) für  
Pflegekräfte -  
Pflege-  
Kampagne  
„Team  
Franziskus“



**TEAM FRANZISKUS**


**Starke Leistung. Starke Menschen.**

Unsere Videos zeigen Ihnen die Menschen, ihre Aufgaben und die Arbeitsweise auf unseren Stationen. Jetzt reinschauen!

DONNERSTAG, 30.06.2011


**Gesundheits- und Krankenpfleger m/w für die interne Notaufnahme/Chirurgische Ambulanz**

Zum nächstmöglichen Zeitpunkt suchen wir zur Verstärkung unseres engagierten Teams einen Gesundheits- und Krankenpfleger m/w für die interne Notaufnahme/Chirurgische Ambulanz in Voll- oder Teilzeit.




**TEAM FRANZISKUS**

Video Zentral-OP




**TEAM FRANZISKUS**

Video Neonatologie/Pädiatrische Intensivstation



**TEAM FRANZISKUS**

Stellenmarkt abonnieren 

Innerbetriebliche Fortbildung (IbF)

Presse

Veranstaltungen

Publikationen

## Starker Anstieg der Bewerberzahlen

Seit Start der Kampagne (2 Monate) 75 Bewerbungen für unterschiedliche Pflege-Bereiche. Zum Vergleich: Im Vorjahr: 170 Bewerbungen in zwölf Monaten  
Bewerber bezogen sich konkret auf die Kampagne: *„Auf Ihrer Internetseite bin ich auf die Videopräsentation des Zentral-OPs aufmerksam geworden und habe sie mir mit großen Interesse angeschaut. Ich hoffe, dass Sie auch für den Bereich der Anästhesie motivierte und aufgeschlossene Mitarbeiter suchen“*  
(Zitat aus Anschreiben)

Zunahme der Bewerbungen von Personen mit Berufserfahrung

Ehemalige Mitarbeiter haben sich wieder beworben – und wurden eingestellt.

- **Freie Stellen sind besetzt & Bewerberpool ist ausgebaut**
- **Identifikation der Mitarbeitenden mit dem „Team Franziskus“**
- **Über 70 T-Shirts mit dem Kampagnen-Logo wurden von Mitarbeitenden gekauft**
- **5930 Videoaufrufe**
- **Anstieg der Web-Clickrate und „Verweildauer“**
- **KlinikAward 2011**



# Planen & Fehler vermeiden!



## Checkliste: Der Zehn-Punkte-Start für das Social Web

<p><b>1. Definition:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Welche Zielgruppe soll mit welcher Botschaft erreicht werden?</li> </ul>
<p><b>2. Analyse:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Auf welchen Kanälen ist die Zielgruppe unterwegs?</li> <li>• Passen die Kanäle zu den geplanten Botschaften?</li> </ul>
<p><b>3. Anlage eines Unternehmensprofils in den jeweiligen Social Networks</b></p>
<p><b>4. Zuhören:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wie tauschen sich Nutzer untereinander aus (insbesondere Twitter)?</li> <li>• Welche Regeln gibt es?</li> <li>• Was für Regelungen und Empfehlungen gibt es in den einschlägigen Ratgebern zu Blogs und Twitter?</li> </ul>
<p><b>5. Verantwortlichkeiten</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wer darf im Namen des Unternehmens in den Sozialen Medien kommunizieren?</li> <li>• Welche Unternehmensbereiche sollen einbezogen werden?</li> <li>• Abstimmung über Themen und Aussagen mit Betriebsrat, Rechtsabteilung und anderen relevanten Abteilungen</li> </ul>
<p><b>6. Planung:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Welche Themen und Inhalte sollen aufgegriffen werden?</li> <li>• Ebenso wie für Vertriebs- und Marketings-Aktionen und strategische Pressearbeit sollten auch Social Media-Beiträge für bestimmte Kanäle abgestimmt und professionell vorbereitet werden.</li> </ul>
<p><b>7. Mitstreiter &amp; Multiplikatoren:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wer kann Inhalte für die Sozialen Medien liefern?</li> <li>• Wer kann Informationen über sein eigenes Netzwerk weiter verbreiten und damit den Betrieb auf dem eigenen Profil erhöhen?</li> </ul>
<p><b>8. Guidelines</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Was dürfen Mitarbeiter nach außen tragen und was nicht?</li> <li>• Wann dürfen Mitarbeiter Soziale Netzwerke nutzen?</li> <li>• Social Media Guidelines schaffen einen Rahmen und geben der Belegschaft Sicherheit im Umgang mit Social Media</li> </ul>
<p><b>9. Integration in die Webseite</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Es ist sinnvoll, die Social Media Aktivitäten auch auf der unternehmenseigenen Webseite einzubinden und zu verlinken.</li> <li>• „Gefällt mir“-Buttons auf den Facebook-Seiten des Unternehmens sind sinnvoll um eine weitere Verbreitung der Inhalte zu unterstützen.</li> </ul>
<p><b>10. Monitoring</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wie und was wird in den Social Networks über das Unternehmen gesprochen? Es wird eine Grundlage benötigt, um schnell auf Kritik und andere Kommentare reagieren zu können.</li> <li>• Trends, Stimmungen und Tendenzen werden schnell erkannt und können aufgegriffen werden.</li> </ul>

(Walter, 2011)

## Checkliste: Zehn Fehler, die im Umgang mit Social Media vermieden werden sollten

<p><b>1. Zögerlichkeit</b></p> <p>Viele Unternehmen sind nur halbherzig und unentschlossen dabei. Abwarten ist in diesem Fall keine gute Lösung, da Mitbewerber zunehmend vertreten sind.</p>
<p><b>2. Planlosigkeit</b></p> <p>Häufig werden Social Media Profile nur halbherzig erstellt und die Präsenz dann nur unzureichend gepflegt. Dadurch bleibt der erwünschte Effekt aus. Wichtig ist es, Wissen zum Bereich Social Media aufzubauen, Ziele zu setzen, Erfahrungen zu sammeln und zeitliche Ressourcen einzuplanen.</p>
<p><b>3. Falsche Zuordnung</b></p> <p>Es ist wichtig genau zu überlegen, wo die Social Media Aktivitäten im Unternehmen angesiedelt werden. Wird eine beliebige Abteilung nebensächlich mit der Aufgabe betraut, verpufft der Effekt in der Regel schnell. Zu empfehlen ist hier die Unternehmenskommunikation, die andere Bereiche gezielt mit einbindet.</p>
<p><b>4. Einfallslosigkeit</b></p> <p>Eine Präsenz alleine reicht nicht aus, um ein Unternehmen interessant zu machen. Sie muss kontinuierlich mit aktuellen Nachrichten und Inhalten (Texte, Filme, Audio) gefüllt werden. Auch regelmäßige Highlights durch kleine Aktionen sind hilfreich, um das Interesse an der Social Media Präsenz zu erhalten.</p>
<p><b>5. Ängstlichkeit</b></p> <p>Die Nutzung sozialer Medien und Netzwerke braucht einen gewissen Freiraum, um Spontaneität und Kreativität zu entwickeln. Daher ist eine offene Unternehmenskultur förderlich für die Kommunikation in den sozialen Medien. Nur so kann es auch zu authentischer Kommunikation kommen, die sich weiter verbreitet.</p>
<p><b>6. Geiz</b></p> <p>Soziale Medien brauchen kontinuierlich finanzielle und personelle Ressourcen</p>
<p><b>7. Monologe</b></p> <p>Zunächst ist es sinnvoll, der Zielgruppe zuzuhören, um ein Gespür für die angebrachte Kommunikation zu finden. Danach kann ein Austausch mit der Zielgruppe und schließlich möglicherweise die Moderation bestimmter Gruppen erfolgen.</p>
<p><b>8. Juristische Härte</b></p> <p>Probleme sollten möglichst ohne juristische Unterstützung geklärt werden. Wer zu schnell mit dem Anwalt droht, verliert Vertrauen und Sympathie der Zielgruppe.</p>
<p><b>9. Ungeduld</b></p> <p>Viele Unternehmen erwarten schnell große Erfolge der Social Media Aktivitäten. Der Aufbau einer Zielgruppe und Community braucht allerdings Zeit und kontinuierlichen Einsatz.</p>
<p><b>10. Fehlende Offenheit</b></p> <p>Grundprinzip der sozialen Medien ist Offenheit und Transparenz. Viele Unternehmen haben Angst, Geheimnisse preiszugeben. Doch in den sozialen Medien geht es eher partnerschaftliche Zusammenarbeit und offenen Dialog.</p>

(Quelle: Hilker, 2010)

# Mögliche nächste Schritte

- Erarbeitung eines Kommunikationskonzeptes für die eigene Einrichtung u.a. zum Umgang mit Social Media
- Regelmäßige statistische Auswertung der SM-Aktivitäten/Evaluation
- Organisieren der SM-Beobachtung?
- Klärung des Umgangs mit Bewertungsportalen (Beschwerdemanagement)
- Klärung von Zuständigkeiten im Bereich SM
- Regelmäßige Schulungsangebote zu Social Media



...bleiben Sie im persönlichen Kontakt



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit



Noch Fragen??

