

Die BVL in den Social Media

Ziele

Es ist ein strategisches Ziel des Vorstands, die Bundesvereinigung Logistik (BVL) e.V. als Institution sowie ihre Veranstaltungen, Services und Inhalte in den sozialen Medien bekannter zu machen.

Die sozialen Medien treten damit als zusätzlicher Kommunikationskanal neben die etablierten Kanäle wie beispielsweise Gespräche, Mailings, Webseite, Pressemitteilungen, LOG.Medien, Vorstandsbericht, Flyer und Broschüren.

Mit der Präsenz in den sozialen Medien nutzt die BVL Chancen, die sich ihr in einer sich wandelnden Kommunikationslandschaft bieten. Die wesentlichen Ziele der Kommunikation in den sozialen Netzen sind:

- Die Bekanntheit der BVL erhöhen, ihr Image pflegen und weiter ausbauen
 - o Die BVL als innovative und moderne Organisation präsentieren
 - o Einen Feedback-Kanal aufbauen, der schnelle Interaktion ermöglicht
- Mitglieder für den Verein gewinnen und an den Verein binden
- Teilnehmer, Aussteller und Sponsoren für die Veranstaltungen interessieren
- Themen und Referenten für Veranstaltungen aufspüren
- Studierende/Seminarteilnehmer für den BVL Campus gewinnen.

Umsetzung

In sozialen Netzwerken wollen sich Menschen in erster Linie mit anderen Menschen verbinden, weniger mit Unternehmen oder Organisationen. In den Dialogen treten also die Personen in den Vordergrund, die hinter der Organisation stehen. Zusammen genommen können die Mitarbeiter der BVL, Gremienmitglieder und andere engagierte Mitglieder in den sozialen Netzen viel für den Erfolg ihrer BVL tun: mit authentischen Beiträgen zu ihren jeweiligen Tätigkeitsfeldern oder Spezialthemen.

Es ist also ausdrücklich erwünscht, dass die Menschen in der BVL sich in den sozialen Netzen zur BVL äußern. Um sie dabei zu unterstützen und ihnen Sicherheit für ihre Präsenz im Netz zu geben,

- hat die BVL eine Social Media Guideline formuliert, die Orientierung gibt
- steht der Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (PRÖA) der BVL, der mit der Projektleitung betraut ist, als Ansprechpartner zu Social Media-Angelegenheiten zur Verfügung
- erstellt die BVL Beispieleinträge für Kanäle wie Facebook oder Twitter
- erstellt die BVL einen Plan zur Krisenprävention (z.B. „Shitstorm“ etc.)
- wird der Bereich PRÖA BVL-Themen im Internet systematisch beobachten (Webmonitoring).

Social Media Guideline der BVL: Orientierungshilfe für Mitglieder für das Leben im Netz

1. Achten Sie auf Transparenz

Was Sie im Netz schreiben, wird von vielen gelesen: von Freunden, Kollegen, Vorgesetzten, Geschäftspartnern. Schreiben Sie also so, dass Sie auch morgen noch zu Ihren Aussagen stehen können. Wenn Sie als Mitglied für die BVL im Internet aktiv sind, legen wir Wert darauf, dass Sie Ihren Klarnamen verwenden. Verdeckte Aktionen können wettbewerbsrechtliche Konsequenzen nach sich ziehen.

2. Seien Sie authentisch

Vertreten Sie als Privatperson Ihre eigene Meinung. Machen Sie dabei bitte deutlich, dass Sie Ihre eigenen Ansichten und nicht die der BVL wiedergeben. Beantworten Sie Fragen, stellen Sie sich der Diskussion, die sich im Netz ergibt. Um Missverständnisse zu vermeiden, sollten Sie klarstellen, wo Sie Fakten wiedergeben und wo Ihre Meinung.

3. Achten Sie auf Qualität

Die BVL hat hohe Qualitätsanforderungen an ihre Leistungen. Folgen Sie hinsichtlich der Inhalte und der Form Ihrer Beiträge diesem Qualitätsgedanken. Bleiben Sie am Ball und kommunizieren regelmäßig. Korrigieren Sie Fehler oder Irrtümer, sobald Sie diese erkannt haben, um Missverständnisse oder Irritationen zu vermeiden. Lassen Sie sich nicht provozieren. Wenn Sie im Zweifel sind, wie Sie reagieren sollten, steht Ihnen die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der BVL für Rückfragen zur Verfügung.

4. Seien Sie verantwortungsvoll

Seien Sie sorgsam im Umgang mit BVL-Internas sowie mit Informationen über andere Mitglieder, Mitarbeiter der Geschäftsstelle und des Campus und BVL-Kontakte. Im Zweifelsfall verzichten Sie auf die Veröffentlichung. Beachten Sie den Datenschutz. Veröffentlichen Sie nichts über Dritte – weder persönliche Informationen noch Bilder – ohne es vorher mit den Betroffenen abgesprochen zu haben. Achten Sie, wenn Sie z.B. auf Facebook Links teilen, auf die Rechte an Vorschaubildern. Bei Unsicherheit wählen Sie die Option „kein Miniaturbild“.

5. Achten Sie die Gesetze und meiden Sie Tabuthemen

Achten Sie bei der Verwendung von Bildern oder Texten darauf, dass sie nicht Urheberrechte Dritter verletzen – auch nicht die der BVL. Geben Sie Ihre Quellen an oder setzen Sie einen Link. Respektieren Sie das Recht am eigenen Bild und holen das Einverständnis abgebildeter Personen ein, bevor Sie Fotos ins Netz stellen.

Veröffentlichen Sie keine verleumderischen, beleidigenden oder sonstige rechtswidrigen Inhalte. Benachteiligen oder verunglimpfen Sie niemanden. Meiden Sie Themen wie Religion, ethnische Auseinandersetzungen oder politische Extreme.

Stand 31. Januar 2013