

3.5. Soziale Medien

3.5.1. AUSGANGSLAGE

Durch die Digitalisierung hat der Bereich soziale Medien markant an Bedeutung gewonnen. Während klassische Kommunikationskanäle wie Öffentlichkeitsarbeit durch Medienmitteilungen oder die eigene Website weiterhin wichtig bleiben, haben sich die ursprünglich zu Vernetzung und Unterhaltung gedachten sozialen Medien zu einflussreichen Kommunikationskanälen entwickelt. Wenn eine Gemeinde möglichst viele Bevölkerungsgruppen erreichen will, muss sie auch auf diesen Plattformen präsent sein. Aus diesem Grund ist die Kommunikation auf sozialen Medien für die Gemeinde Rüti ebenso relevant und klassischer Medien- und Öffentlichkeitsarbeit gleichgestellt.

3.5.2. DEFINITION VON «SOZIALE MEDIEN»

Soziale Medien sind ein Teilbereich der Online-Kommunikation. Aus kommunikativer Sicht ist vor allem die Art, wie dort kommuniziert wird, herauszustreichen:

- Inhalte werden schneller und häufiger veröffentlicht als in gedruckten Medien. Das bedeutet aber auch, dass sie eine kürzere Zeitspanne haben, in der sie sichtbar sind. Nutzende erinnern sich kaum an Inhalte, die am Tag vorher veröffentlicht wurden.
- Inhalte werden mehrheitlich visuell (Bild und Video) und untergeordnet mit Texten kommuniziert. Texte müssen kurz und griffig formuliert sein.
- Anders als bei gedruckten Medien, Websites oder Newsletter, bei denen lediglich eine vordefinierte Personengruppe Inhalte veröffentlichen kann – dort spricht man von sogenannter Kanal-Kommunikation, können auf sozialen Medien alle Menschen mit einem Account beliebige Inhalte veröffentlichen.
- Daraus folgt auch, dass die Kommunikation mehrseitig geschieht. Man spricht auch von Plattform-Kommunikation: Privatpersonen, Firmen oder Institutionen wie Behörden erstellen auf ihren Accounts Inhalte und andere Accounts, die diesem folgen, können mit diesen Inhalten interagieren. Daher kommt auch die Bezeichnung «sozial». Zu den gängigsten Interaktionsformen gehören – häufig in englischer Sprache formuliert – das «Liken», «Kommentieren», «Teilen» oder «Remixen» von Beiträgen.

Dieser Bereich des Kommunikationskonzepts befasst sich explizit mit sozialen Medien. Weitere Online-Kommunikation wie Website und Newsletter sind weiter oben in Paragraf 3.4. aufgeführt.

3.5.3. ZIELE

Die Präsenz der Gemeinde Rüti auf sozialen Medien verfolgt verschiedene Ziele:

- Sie soll sicherstellen, dass relevante Inhalte im digitalen Zeitalter bei der Bevölkerung ankommen. Nicht ausschliesslich, aber insbesondere jüngere Bevölkerungsgruppen informieren sich bei sämtlichen Themen zuerst auf sozialen Medien. Mit der Kommunikation auf sozialen Medien soll die Bevölkerung deshalb auch im digitalen Zeitalter langfristig über Entscheidungen von Behörden und Verwaltung transparent informiert werden und diese nachvollziehen können.

- Die Gemeinde Rüti soll durch ihre Präsenz und ihre Kommunikation auf sozialen Medien sowohl dazu beitragen, dass Vertrauen in behördliche Arbeit und Demokratie geschaffen werden, als auch langfristig politische Bildung und politische Teilhabe erfolgen.
- Die Präsenz der Gemeinde Rüti auf sozialen Medien soll deshalb den Austausch zwischen der Bevölkerung und der Gemeinde ermöglichen und, wo relevant, auch Räume für persönliche Begegnungen schaffen.
- Als Institution, die der Bevölkerung dient, soll die Gemeinde Rüti ihre Kompetenzen und ihre Erfahrungen in Bezug auf soziale Medien nutzen und diese weitervermitteln. Insbesondere weil soziale Medien derzeit nur teilweise reguliert sind und ständige Veränderungen durch die betreibenden Firmen erfahren, sorgt die Gemeinde Rüti dafür, dass Mitarbeitende, Behördenmitglieder sowie die Bevölkerung die erforderlichen Medien- und Kommunikationskompetenzen erlernen, um sich selbstbestimmt und wertschätzend auf sozialen Medien bewegen zu können.

Grundsätzlich strebt die Gemeinde Rüti nach einer Balance zwischen mutiger Offenheit und kritischer Reflexion, wenn sie sich im digitalen Raum bewegt. Sie wägt Chancen, Konsequenzen und Risiken sorgfältig, handlungs- und lösungsorientiert ab. Sie setzt sich für ein vielfältiges, wertschätzendes Miteinander ein und nutzt ihre Einflussmöglichkeiten, um den digitalen Raum positiv mitzugestalten.

3.5.4. ZIEL-PLATTFORMEN

Welche sozialen Medien relevant sind, verändert sich beständig. Es ist Sache der Kommunikations- und Informationsstelle, relevante Plattformen auszuwählen, diese proaktiv zu pflegen sowie auf ihre Wirksamkeit zu überprüfen. Hierzu hat die Kommunikations- und Informationsstelle die Kompetenz, neue Profile zu erstellen, bestehende strategisch und inhaltlich anzupassen sowie solche zu schliessen, die nicht mehr relevant sind, den Grundsätzen der Gemeinde Rüti bezüglich (Online-)Kommunikation oder den gesetzlichen Bestimmungen widersprechen.

3.5.5. ZIELGRUPPEN

Hauptzielgruppen sind die Einwohnenden von Rüti, sowie ihre Mitarbeitenden, potenzielle Arbeitnehmende sowie andere Gemeinden oder Akteurinnen im politischen Feld, wobei diese Aufzählung nicht abschliessend zu verstehen ist. Der Auftritt der Gemeinde Rüti in sozialen Medien richtet sich explizit an sämtliche Altersstufen ab dem Jugendalter. Die Inhalte sollen – je nach Kommunikationsziel oder Projekt – auf spezifische Zielgruppen oder Plattformen zugeschnitten werden. Die Kommunikations- und Informationsstelle bestimmt Zielgruppen für die jeweiligen Plattformen und erstellt passende Inhalte.

3.5.6. INHALTE

Inhalte sollen niederschwellig, leicht verständlich, informativ sowie im Idealfall unterhaltsam und inspirierend sein. Sie sind so aufzubereiten, dass sie den aktuellen Standards der jeweiligen Plattformen entsprechen. Beim Planen der Inhalte sind zudem verschiedene Lebenssituationen mitzudenken. Denn Menschen bringen unterschiedliche soziale oder biografische Prägungen, Interessen, Ansichten, Ausbildungen oder



Seite 3/8 Sprachkenntnisse mit. In dieser Logik sind Inhalte auch inklusiv und diskriminierungssensibel zu gestalten.

Die Kommunikations- und Informationsstelle bestimmt und plant die Inhalte, die auf den sozialen Medien veröffentlicht werden. Für jede Plattform wird eine angemessene Posting-Frequenz festgelegt, die sowohl die Sichtbarkeit der Gemeinde gewährleistet als auch die vorhandenen Ressourcen berücksichtigt. Dabei sind Kommunikationsmassnahmen online wie offline miteinander und aufeinander abgestimmt zu planen.

Abteilungen und Betriebe, die ihre Inhalte auf den Accounts der Gemeinde publizieren möchten, sprechen sich hierzu mit der Kommunikations- und Informationsstelle ab und liefern die notwendigen Textbausteine sowie Bild- oder Videodateien.

Die Kommunikations- und Informationsstelle beobachtet, welche Trends und Themen innerhalb der Community oder bei den Zielgruppen diskutiert werden. Sie adaptiert diese Inhalte oder geht darauf ein, sofern sie zu den strategischen Zielen der der Gemeinde Rüti und ihrer (Online-)Kommunikation sowie ihrem Online-Auftritt passen.

Die Inhalte sind entsprechend des Kommunikationskonzepts, des CI/CD, der geltenden Datenschutzbestimmungen sowie der Netiquette des Internets zu gestalten. Mitarbeitende, Kundinnen und Kunden oder identifizierbare Drittpersonen dürfen nicht ohne ihr Wissen oder gegen ihr Einverständnis dargestellt werden. Minderjährige und Menschen in vulnerablen Lebenssituationen sind besonders zu schützen. Vertrauliche Informationen sowie sensible Daten jeglicher Art dürfen nicht veröffentlicht werden. Werden für die Erstellung von Posts KI-Tools verwendet, sind sensible Daten so abzuändern bzw. wegzulassen, dass die Datenschutzbestimmungen gewährleistet sind.

Bei besonders wichtigen Informationen (siehe bspw. 3.5.11.) ist Barrierefreiheit (alternative Texte für Bilder, Untertitel für Videos, ausreichende Kontraste und die Verwendung von einfacher Sprache) zu gewährleisten sowie zu prüfen, ob eine Übersetzung in weitere in der Gemeinde verbreitete Sprachen sinnvoll ist.

3.5.7. ZUSAMMENARBEIT MIT ODER INHALTE VON DRITTEN

Eigens erstellte Inhalte der Bevölkerung, beispielsweise im Rahmen von Wettbewerben sowie gemeinde- oder kantonsübergreifende Angebote, Dienstleistungen oder Projekte dürfen bei Bedarf auf geeigneten, gemeindeeigenen Kanälen publiziert werden. Die Bedingung dafür lautet, dass es sich um nicht gewinnorientierte Projekte oder Inhalte handelt, die der Bevölkerung zugutekommen. Kooperationen mit Firmen sowie Werbung oder Links für deren Angebote, Dienstleistungen oder Produkte sind im Sinne der Gleichbehandlung nicht erlaubt.

3.5.8. ZUGANG ZU DEN PLATTFORMEN

Die Kommunikations- und Informationsstelle verwaltet die Zugänge zu den Plattformen. Sie postet Inhalte und gibt weiteren Personen, Abteilungen oder Betrieben nach Absprache Zugänge, wo dies einfachere, effektivere oder eigenständigere Abläufe ermöglicht. Posts



sind im dafür vorgesehenen Planungstool einzutragen und Überschneidungen oder Änderungen zu kommunizieren.

3.5.9. VERANTWORTUNG FÜR DIE ONLINE-KOMMUNIKATION

Die Hauptverantwortung für den Auftritt in sozialen Medien liegt bei der Kommunikations- und Informationsstelle. Sie hat die die Übersicht über sämtliche bestehende Plattformen und stellt sicher, dass diese der Strategie der Gemeinde Rüti, dem Kommunikationskonzept sowie dem CI/CD entsprechen.

3.5.10. PERSONELLE, ZEITLICHE, FINANZIELLE UND TECHNISCHE RESSOURCEN

Für die Pflege der sozialen Medien stellt die Gemeinde Rüti angemessene personelle, zeitliche, finanzielle und technische Ressourcen zur Verfügung. Hierzu zählen insbesondere die erforderliche technische Ausstattung, Software-Lizenzen für Planungs- und Analyse-Tools sowie regelmässige Schulungen für Mitarbeitende der Kommunikations- und Informationsstelle. Bei Bedarf können auch Mittel für bezahlte Werbung auf sozialen Plattformen bereitgestellt werden. Die notwendigen Mittel werden im Rahmen des jährlichen Budgetprozesses beantragt und gesprochen.

3.5.11. KRISENKOMMUNIKATION

Soziale Medien sind in Krisensituationen relevant und eignen sich für eine rasche, breitflächige Kommunikation. In Krisensituationen werden relevante Informationen deshalb zwingend auch über soziale Medien kommuniziert. In solchen Situationen ist ausschliesslich die Kommunikations- und Informationsstelle befugt, Inhalte auf gemeindeeigenen Accounts zu publizieren. Für die genauen Inhalte hält sie sich an die Anweisungen des Gemeinderats, des Gemeindeschreibers oder der Gemeindeschreiberin und befolgt Empfehlungen der zuständigen Gremien, bspw. eines Krisenstabs. Abteilungs- oder betriebseigenen Accounts ist die Kommunikation in dieser Zeit im Sinne einer einheitlichen und nachvollziehbaren Kommunikation untersagt. Ausgenommen von dieser Regelung sind Rütner Blaulichtorganisationen sowie die Schule Rüti, welche über einen eigenen Krisenstab verfügt.

3.5.12. ABTEILUNGS- ODER BETRIEBSEIGENE ACCOUNTS

Abteilungen und Betriebe dürfen eigene Accounts betreiben. Dies soll so eigenständig wie möglich geschehen. Bedingung hierzu ist, dass Abteilungen und Betriebe vor Eröffnung ein kurzes Konzept mit Zielen, Zielgruppen, geplanten Inhalten, Verantwortlichkeiten und Ansprechpersonen vorlegen und dieses mit der Kommunikations- und Informationsstelle besprechen. Weiter sind sie verpflichtet, sich an das Kommunikationskonzept sowie das CI/CD zu halten. Zudem müssen die verantwortlichen Personen der Kommunikations- und Informationsstelle die Zugangsdaten mitteilen.

Die Kommunikations- und Informationsstelle stellt ihrerseits sicher, dass Abteilungen und Betriebe über das nötige Fachwissen verfügen und steht beratend zur Verfügung, wenn sich technische, strategische oder inhaltliche Fragen oder Herausforderungen ergeben. Zusätzlich organisiert sie für und mit den entsprechenden Abteilungen und Betrieben, die eigene Accounts betreiben, regelmässige Austauschtreffen. Ziel ist, dass alle Seiten



voneinander lernen und profitieren, sowie die Aktivitäten, wo nötig und zielführend, untereinander koordiniert werden.

Die Kommunikations- und Informationsstelle behält sich vor, Accounts von Abteilungen und Betrieben, die sich mehrfach und langfristig nicht ans Kommunikationskonzept und/oder das CI/CD halten, den eigenständigen Zugang zum Account zu entziehen. In Krisensituationen ist die Kommunikation auf diesen Kanälen im Zuge einer einheitlichen Kommunikation unter den im Abschnitt 3.5.11. genannten Bedingungen untersagt.

3.5.13. POSTS VON MITARBEITENDEN

Mitarbeitende der Gemeinde Rüti dürfen Posts über ihre Arbeit verfassen. Sie benötigen hierzu keine Einwilligung der Kommunikations- und Informationsstelle. Jedoch müssen sie klarstellen, dass sie als Privatperson und nicht im Namen der Gemeinde kommunizieren.

Die Posts sind gemäss den unter Punkt 3.5.6. genannten Richtlinien zu gestalten. Mitarbeitende haben auch auf sozialen Medien Loyalitätspflicht gegenüber der Gemeinde Rüti als Arbeitgeberin. Private Engagements neben der Arbeit in der Gemeinde Rüti sind als solche zu kennzeichnen.

Bei Fragen, Unsicherheiten Unklarheiten dürfen sich Mitarbeitende an die Kommunikations- und Informationsstelle wenden. Die Gemeinde Rüti behält sich vor, unangemessenes Verhalten oder Verstösse anzusprechen oder zu sanktionieren.

3.5.14. POSTS VON BEHÖRDENMITGLIEDERN

Behördenmitglieder dürfen über ihre Arbeit im Gemeinderat kommunizieren, ohne dass hierfür eine explizite Bewilligung vorliegen muss. Dafür ist ein eigener Account für die politische Arbeit einzurichten.

Die Posts sind gemäss den unter Punkt 3.5.6. genannten Richtlinien zu gestalten. Bei den Posts sind die Entscheidungen des Gemeinderats nach dem Kollegialitätsprinzip mitzutragen und das Amtsgeheimnis einzuhalten. Parteipolitische Aussagen oder privatunternehmerische Tätigkeiten, beispielsweise die Werbung für oder der Verkauf von Angeboten, Dienstleistungen oder Produkten sind nicht erlaubt.

Möchte sich ein Mitglied des Gemeinderats privat äussern oder parteipolitische Aussagen machen, sind diese auf privaten Accounts zu teilen und als private Meinung zu kennzeichnen. Privatunternehmerische Interessen sind auf dafür eigens eingerichteten Accounts zu verfolgen.

Bei Fragen, Unsicherheiten Unklarheiten dürfen sich Mitglieder des Gemeinderats sich an die Kommunikations- und Informationsstelle wenden. Die Gemeinde Rüti behält sich vor, unangemessenes Verhalten oder Verstösse anzusprechen.



3.5.15. AUSLEIHEN VON MATERIALIEN

Möchten Mitarbeitende oder Behördenmitglieder Fotos, Videos, Tondateien, technisches Material oder Zugänge im Besitz- oder Urheberrecht der Gemeinde Rüti nutzen, benötigt sie das Einverständnis der Kommunikations- und Informationsstelle. Für private Engagements ausserhalb der Arbeit stellt die Gemeinde Rüti weder technisches Material noch gemeindeeigene Bild-, Video- oder Tondateien zur Verfügung.

3.5.16. COMMUNITY-MANAGEMENT

Die Gemeinde Rüti ermöglicht und begrüsst den digitalen Austausch mit der Bevölkerung und nimmt daran teil. Bürgerinnen und Bürger sollen und dürfen auf Inhalte reagieren, diese kommentieren, darüber diskutieren oder Bewertungen und Rezensionen schreiben. Dieses Feedback muss nicht nur positiv, sondern darf auch kritisch oder negativ sein. Basis für digitale Umgangsformen bildet jedoch die Netiquette des Internets, die beim Kanton Zürich einsehbar ist.

Es ist Sache der Kommunikations- und Informationsstelle, aktives Community-Management zu gewährleisten und für einen professionellen Umgang insbesondere mit kritischen oder negativen Rückmeldungen zu sorgen, sowie Mitarbeitende vor Endlos-Diskussionen, Hass oder Shitstorms zu schützen. Die Kommunikations- und Informationsstelle entscheidet deshalb abschliessend – unter Berücksichtigung der Inputs der zuständigen Abteilung oder des zuständigen Betriebs – wie reagiert wird.

Die Kommunikations- und Informationsstelle trägt ausserdem die Verantwortung, Kommentare und Rezensionen zu lesen und bei Bedarf darauf zu reagieren. Um zeit- und ressourceneffizient mit Kommentaren umzugehen, reagiert die Gemeinde grundsätzlich einmalig auf jedwede Rückmeldung und erarbeitet nach Möglichkeit standardisierte Antworten.

Bei fachlichen Richtigstellungen, beispielsweise bei heiklen Vorwürfen an einzelne Mitarbeitende oder Behördenmitglieder, zieht die Kommunikations- und Informationsstelle die betroffenen Abteilungen, Betriebe oder Behördenmitglieder hinzu und entscheidet gemeinsam über eine Formulierung.

Auf Anfragen wird nach Möglichkeit innerhalb eines Arbeitstages reagiert. Bei komplexeren Anfragen wird zumindest eine Eingangsbestätigung mit ungefährender Bearbeitungszeit kommuniziert.

3.5.17. HASS IM INTERNET

Äussern sich Nutzende sexistisch, rassistisch, diskriminierend, beleidigend, bedrohen oder verbreiten Hass auf gemeindeeigenen Accounts, dokumentiert die Kommunikations- und Informationsstelle diese Äusserungen für strafrechtliche Zwecke. Anschliessend löscht sie die entsprechenden Inhalte und meldet und blockiert die entsprechenden Accounts und leitet gegebenenfalls strafrechtliche Schritte ein. Die entsprechenden Accounts werden vorab informiert und die Entscheidung kurz begründet.

3.5.18. BILDUNG VON MITARBEITENDEN UND BEHÖRDENMITGLIEDERN IM UMGANG MIT SOZIALEN MEDIEN

Es ist Aufgabe der Kommunikations- und Informationsstelle, die Mitarbeitenden und Behördenmitglieder im Umgang mit sozialen Medien sowie der Netiquette des Internets zu schulen, sodass sie sich informiert, selbstbestimmt und wertschätzend im digitalen Raum bewegen können. Hierzu erstellt sie ein Übersichtsblatt mit den wichtigsten Informationen für Mitarbeitende. Nach Möglichkeit wird dieses bereits in den Onboarding-Prozess integriert. Bei Bedarf führt die Kommunikations- und Informationsstelle Schulungen für Mitarbeitende und Behördenmitglieder durch. Jedoch ist es Sache des Gemeinderats und des Gemeindeschreibers oder der Gemeindeschreiberin mit allfälliger rechtlicher Beihilfe, sowohl die Mitarbeitenden als auch die Behördenmitglieder physisch und psychisch vor Cybermobbing, Cyberstalking oder Hass im Internet zu schützen. Die Kommunikations- und Informationsstelle unterstützt den Gemeinderat sowie den Gemeindeschreiber oder die Gemeindeschreiberin mit ihrem Fachwissen.

3.5.19. ÜBERPRÜFUNG UND ÜBERPRÜFBARKEIT DER ZIELE SOWIE REPORTING

Die Kommunikations- und Informationsstelle orientiert sich in der Messbarkeit bzw. dem Erreichen ihrer Ziele an mehreren Faktoren:

- **Erstens** misst die Gemeinde Rüti den Erfolg ihrer Kommunikation auf sozialen Medien am Erreichen der unter Punkt 3.5.3. genannten übergeordneten, strategischen Ziele.
- **Zweitens** misst sie ihren Erfolg am Erreichen projektspezifischer Kommunikationsziele, beispielsweise der Teilnahme von Einwohnerinnen und Einwohnern Rütis an Veranstaltungen oder der Teilnahme an E-Mitwirkungsprojekten.
- **Drittens** berücksichtigt sie klassische Kennzahlen sozialer Medien wie Likes, Interaktionen mit den Inhalten (Kommentare, Teilen, Remixes) sowie neue Followerinnen und Follower bzw. wachsende Community-Zahlen.

Kommunikation auf sozialen Medien ist aufgrund der technologischen Voraussetzungen der Betreiberfirmen keine exakte Wissenschaft. Es ist Teil der Arbeit auf sozialen Medien, dass Inhalte entgegen ihrer Erwartung unsichtbar bleiben oder unerwartet hohe Sichtbarkeit generieren. Deshalb ist es wichtig, dass unterschiedliche Inhalte, Formate und Plattformen getestet werden. Diese offene Herangehensweise erlaubt, Inhalte in den sozialen Medien einerseits so anzupassen, dass sie bei der Bevölkerung ankommen und stellt damit andererseits eine langfristige und dauerhafte Kommunikation mit der Bevölkerung sicher.

Im Sinne der Überprüfbarkeit ihrer Wirksamkeit analysiert die Kommunikations- und Informationsstelle regelmässig, welche Inhalte welche Resonanz auslösen (sogenanntes «Social-Media-Monitoring») und passt Inhalte und Kanalstrategien gegebenenfalls an. Grössere Veränderungen bespricht sie mit ihrem Vorgesetzten; ebenso werden personelle, zeitliche, finanzielle oder technische Ressourcen besprochen und bei Bedarf angepasst. Auf Wunsch des Gemeinderates oder ihres Vorgesetzten oder ihrer Vorgesetzten verfasst die Kommunikations- und Informationsstelle einen zusammenfassenden Bericht (sogenanntes «Reporting») über die Entwicklungen.

3.5.20. ARCHIVIERUNG

Geschäftsrelevante oder archivwürdige Inhalte und Interaktionen auf sozialen Medien werden gemäss den geltenden Archivierungsvorschriften dokumentiert und aufbewahrt.

3.5.21. RECHTLICHE ASPEKTE

Auf allen Plattformen sind die rechtlichen Rahmenbedingungen einzuhalten, insbesondere bezüglich Urheberrechts, Impressumspflicht und Datenschutzerklärungen.

Fabienne Iff
Fachspezialistin Kommunikation

