



Social-Media-Guidelines

Hinweise für eine erfolgreiche Social-Media-Nutzung der Franziskus Stiftung und der angeschlossenen Einrichtungen | Verhaltens- und Kommunikationsregeln für Mitarbeitende in Anlehnung an die Social-Media-Leitlinien des Deutschen Caritasverbandes

Leitlinien zur Nutzung sozialer Medien für Mitarbeitende in den Einrichtungen der Franziskus Stiftung

Als christlich basierter Verbund von Einrichtungen des Krankendienstes, der Behinderten- und Altenhilfe unterstützen wir Menschen in schwierigen Lebenssituationen. Um gute Arbeit leisten und den uns anvertrauten Menschen helfen zu können, müssen die Mitarbeitenden unserer Einrichtungen nahe bei den Menschen sein und wissen, was ihre Bedürfnisse sind.

Deshalb fördern wir den Dialog und nutzen die Kommunikations- und Interaktionsmöglichkeiten, die sich über soziale Medien und Netzwerke bieten. So können wir

- Menschen, die unsere Hilfe benötigen und unsere Leistungen in Anspruch nehmen wollen, direkter und schneller erreichen,
- Bewerber:innen unsere Möglichkeiten und Perspektiven als Arbeitgeber transparent machen,
- Kooperationspartner:innen, Freund:innen und Förderer:innen gewinnen und von unserer Arbeit überzeugen,
- durch Austausch und Rückmeldungen unsere Angebote weiterentwickeln,
- als Kompetenzträger mit unseren Ideen und Konzepten den gesundheitspolitischen Diskurs fördern und in soziale Netzwerke einbringen,
- viele Menschen als Multiplikator:innen erreichen und unsere Bekanntheit als christlicher Anbieter von Gesundheitsleistungen steigern.

Die folgenden Leitlinien sollen Mitarbeitenden helfen, mit dem Spannungsfeld zwischen beruflicher Rolle und privater Nutzung sozialer Medien verantwortungsvoll und sicher umzugehen. Sie machen deutlich, warum soziale Medien für unsere Einrichtungen wichtig sind, welche Verantwortung damit verbunden ist und wie Mitarbeitende zu einem glaubwürdigen und professionellen Auftritt beitragen können.

Sie übernehmen Verantwortung

Entscheiden Sie selbst, ob Sie in sozialen Netzwerken angeben, dass Sie bei der Franziskus Stiftung oder in einer ihrer Einrichtungen arbeiten. Für Ihre Inhalte sind Sie persönlich verantwortlich. Die Verantwortung für offizielle Social-Media-Aktivitäten liegt bei der jeweiligen Einrichtung.

Sprechen Sie für sich

Machen Sie deutlich, in welcher Funktion Sie sich äußern. Offizielle Stellungnahmen geben nur der Vorstand, die Geschäftsführung oder dazu beauftragte Personen ab. Wenn Sie sich privat äußern, kennzeichnen Sie dies als persönliche Meinung.

Schreiben Sie authentisch und korrekt

Sprechen Sie menschlich, verständlich und authentisch. Achten Sie auf klare Formulierungen, korrekte Rechtschreibung und einen professionellen Ton. Vermeiden Sie unnötige Fachsprache. Kommentare und Rückmeldungen sollten ernst genommen werden.

Mitarbeitende als Botschafter:innen

Mitarbeitende prägen mit ihren Beiträgen, Kommentaren und öffentlichen Interaktionen die Wahrnehmung ihrer Einrichtung und der Franziskus Stiftung. Authentische, fachlich fundierte und respektvolle Beiträge können Vertrauen schaffen und positive Sichtbarkeit fördern.

Dies gilt in vergleichbarer Weise auch für Ehrenamtliche, soweit sie mit erkennbarem Bezug zu einer Einrichtung der Franziskus Stiftung in sozialen Medien auftreten.

Beachten Sie den Datenschutz

Machen Sie keine Aussagen über Patient:innen, Angehörige, Kolleg:innen, Geschäftspartner:innen oder andere Dritte in sozialen Medien, sofern keine rechtliche Grundlage oder Einwilligung vorliegt. Vertrauliche oder interne Informationen dürfen nicht veröffentlicht werden. Gerade in den Einrichtungen der St. Franziskus-Stiftung Münster ist besondere Vorsicht geboten, da schon einzelne Angaben, Bilder oder Situationen Rückschlüsse auf konkrete Personen oder persönliche Lebenslagen zulassen können. Dies gilt insbesondere für Gesundheitsdaten, pflegebezogene Informationen und andere besonders sensible personenbezogene Daten. Datenschutz- und Vertraulichkeitsanforderungen sind auch bei der Nutzung privater Handys während der Pausen zu beachten, insbesondere wenn dabei dienstliche oder einrichtungsbezogene Inhalte verarbeitet, aufgenommen, gespeichert oder weitergegeben werden könnten. Zusätzlich ist die geltende Verfahrensanweisung zur Handynutzung zu beachten. Einwilligungsunterlagen und Nachweise sind stiftungsweit geregelt und in der jeweiligen Unternehmenskommunikation aufzubewahren.

Bleiben Sie freundlich und respektvoll

Der Dialog in sozialen Netzwerken ist mitunter hitzig, manchmal auch unfair oder beleidigend. Bleiben Sie dennoch sachlich und respektvoll und orientieren Sie sich an den Fakten. Wenn Sie unsicher sind, verweisen Sie bitte an die zuständigen Sprecher:innen Ihrer Einrichtung.

Äußern Sie Kritik konstruktiv und respektvoll

Soziale Netzwerke ermöglichen offene Diskussionen, sind aber nicht der richtige Ort, um interne Probleme oder persönliche Konflikte öffentlich auszutragen. Äußern Sie Kritik daher stets konstruktiv, respektvoll und verantwortungsbewusst. In sensiblen oder kritischen Fällen sollte frühzeitig die Unternehmenskommunikation eingebunden werden.

Respektieren Sie die Regeln des Dialogs

Veröffentlichen Sie keine beleidigenden, diskriminierenden, rechtswidrigen oder themenfremden Inhalte. Dazu gehören insbesondere Spam, Gewaltaufrufe, pornografische Inhalte, Verletzungen von Rechten Dritter sowie extremistische oder menschenverachtende Aussagen. Auch herabwürdigende Äußerungen über Personen, Organisationen oder Glaubensgemeinschaften sind unzulässig. Für offizielle Kanäle gilt: Kommentare sollen nicht vorschnell gelöscht werden. Bei Rechtsverstößen, Persönlichkeitsverletzungen, Spam oder anderen unzulässigen Inhalten ist jedoch eine angemessene Moderation erforderlich. Kritische Fälle sind intern abzustimmen und bei Bedarf zu dokumentieren.

Sorgen Sie für Ihre Sicherheit

Passen Sie auf allen Plattformen Ihre Einstellungen zur Privatsphäre an. Geben Sie Ihre Zugangsdaten nicht an Dritte weiter und prüfen Sie Inhalte sorgfältig, bevor Sie sie veröffentlichen. Für offizielle Accounts sind sichere Passwörter, möglichst Zwei-Faktor-Authentifizierung und klar geregelte Zuständigkeiten erforderlich. Bei Personalwechseln sind Berechtigungen unverzüglich zu prüfen und anzupassen.

Halten Sie sich an das Urheberrecht

Veröffentlichen Sie Fotos, Filme, Grafiken, Texte oder Audiomaterial nur, wenn Sie dazu berechtigt sind. Nennen Sie Quellen korrekt und kennzeichnen Sie Zitate eindeutig. Beachten Sie auch Persönlichkeits- und Nutzungsrechte Dritter.

Hinweis

Diese Leitlinien sind verbindlich für alle offiziellen Social-Media-Aktivitäten der St. Franziskus-Stiftung Münster und ihrer Einrichtungen. Sie dienen dem Schutz der Mitarbeitenden und der Einrichtungen und fördern einen professionellen, verantwortungsvollen und sicheren Umgang mit sozialen Medien. Für private Äußerungen mit erkennbarem beruflichem Bezug geben sie verbindliche Orientierung.

Einordnung

Soziale Medien, Foren und Netzwerke verändern Kommunikation dauerhaft. Sie ermöglichen einen direkten, schnellen und niedrigschwelligen Austausch, bergen aber zugleich Risiken wie Missverständnisse, Eskalationen, Datenschutzverstöße oder die unbedachte Weitergabe vertraulicher Informationen. Für viele Menschen sind soziale Medien heute selbstverständlicher Bestandteil ihres Alltags. Sie nutzen Plattformen und digitale Netzwerke nicht nur privat, sondern auch zur Information, zur Meinungsbildung und zum Dialog mit Organisationen.

Die Franziskus Stiftung und ihre Einrichtungen stellen sich diesen kommunikativen Anforderungen und nutzen die Chancen digitaler Kommunikation. Für den Umgang mit sozialen Medien gelten daher die folgenden Leitlinien. Sie dienen nicht nur der Regelung von Zuständigkeiten und Grenzen, sondern auch der gemeinsamen Orientierung: Mitarbeitende sollen wissen, warum unsere Einrichtungen in sozialen Medien aktiv sind, welche Rolle sie selbst dabei einnehmen können und wo besondere Sorgfalt erforderlich ist. Gerade weil sich private und berufliche Bezüge im digitalen Raum häufig überlagern, braucht es ein gemeinsames Verständnis von Verantwortung, Respekt, Professionalität und rechtlicher Sicherheit.

Strategische Überlegungen: Warum sich die Franziskus Stiftung mit ihren Einrichtungen in sozialen Medien engagiert.

1. Was soziale Medien und Netzwerke sind und was sie auszeichnet

Soziale Medien (Social Media) sind Anwendungen und Kanäle, die über das Internet ermöglichen, sich mit anderen zusammen tun, sich auszutauschen, einander zu helfen und gemeinsam etwas zu erarbeiten oder zu entwickeln. Sie sind einfach zu bedienen, zumeist kostenlos und leben davon, dass viele Menschen eigene Inhalte veröffentlichen, kommentieren, bewerten und mit anderen teilen.

Auf weltweit verfügbaren Plattformen verbreiten sie Inhalte, ohne dass diese von Medien, Unternehmen oder Organisationen vorgefiltert werden: So kann ein bei YouTube hochgeladenes Video zum Start der Karriere einer Sängerin werden oder kann die über Twitter veröffentlichten Kurzmitteilungen diktatorische Regime ins Wanken bringen. In Weblogs stellen Privatleute ihre Meinung zur Diskussion und begleiten darin zum Beispiel kritisch die Aktivitäten eines Unternehmens.

Viele Social-Media-Anwendungen bündeln die Erfahrungen und das Wissen einzelner Menschen: Auf Online-Landkarten markieren Nutzer:innen barrierefreie Gebäude, bei Wikipedia schreiben viele mit am größten Wissensspeicher der Welt und auf Bewertungsseiten teilen Kund:innen oder auch Patient:innen ihre Eindrücke von Produkten, Hotels, Dienstleistungen, Krankenhäusern und Altenheimen.

Soziale Netzwerke wie beispielsweise Instagram, LinkedIn und Facebook bieten die Möglichkeit, mit Freund:innen, Kolleg:innen, Geschäftspartner:innen und Organisationen in Kontakt zu treten und über deren Aktivitäten und Meinungen informiert zu bleiben. In offenen Gruppen entstehen neue Bekanntschaften und Verbindungen aufgrund ähnlicher Interessen, Hobbys oder Positionen.

Die Werkzeuge sozialer Medien kann über einen Internetzugang jeder nutzen. Von zu Hause, vom Arbeitsplatz oder überall mobil mit dem Handy/Smartphone, Tablet-PC etc.. Dadurch ergibt sich ein nicht endender Strom an Kommunikation. Die Antwortzeiten reduzieren sich, oft findet der Austausch zeitgleich und parallel auf unterschiedlichen Kanälen statt.

Durch die digitale Vernetzung können Informationen enorm schnell verbreitet und Menschen für eine Sache mobilisiert werden. Dabei haben persönliche Empfehlungen von Bekannten und Freund:innen mehr Gewicht als offizielle Verlautbarungen, Werbung oder Marketingmaßnahmen von Unternehmen. Mitarbeiter:innen, Freiwillige, Kund:innen oder Spender:innen werden so zu Botschafter:innen und Fürsprecher:innen ihrer Organisation.

Zugleich unterscheiden sich Plattformen deutlich in ihren Anforderungen. Auf Meta/Facebook und Instagram spielen Bilder, Kurztexte, Stories, Reels und Kommentare eine große Rolle. Auf YouTube stehen Bewegtbild, Ton, Untertitel und langfristig auffindbare Inhalte im Vordergrund. Auf LinkedIn wirkt Kommunikation häufig fachlicher, institutioneller und arbeitsweltbezogener. Wer Social Media professionell nutzt, sollte die Besonderheiten der jeweiligen Plattform beachten, ohne die Grundsätze dieser Leitlinien aus dem Blick zu verlieren.

2. Warum sich die Franziskus Stiftung mit ihren Einrichtungen in sozialen Medien engagiert!

Dialog, Transparenz und Teilhabe sind wichtige Grundlagen professioneller Kommunikation. Deshalb nutzt die Franziskus Stiftung die Möglichkeiten sozialer Medien, um mit Menschen in Kontakt zu treten, Informationen zugänglich zu machen und Einblicke in ihre Arbeit zu geben.

Die Entwicklungen im Bereich sozialer Medien und Netze sind rasant. Deshalb werden die strategische und konzeptionelle Ausrichtung der Social-Media-Aktivitäten regelmäßig überprüft und bei Bedarf angepasst. Die Unternehmenskommunikation der Franziskus Stiftung informiert die Einrichtungen fortlaufend über relevante Neuerungen und Trends.

3. Wie das Engagement der Franziskus Stiftung mit ihren Einrichtungen in sozialen Medien erfolgreich wird!

Dialogbereitschaft

Soziale Medien sind nicht nur ein weiterer Kanal zur Verbreitung von Informationen, sondern auch ein Ort für Austausch, Orientierung und Transparenz. Die Franziskus Stiftung und ihre Einrichtungen können dort über ihre Arbeit, ihre Angebote und wichtige Themen informieren und zugleich Rückmeldungen aufnehmen. Nutzer:innen erwarten dabei nicht nur Inhalte, sondern auch Aufmerksamkeit für Fragen, Anmerkungen und Diskussionen. Wer Informationen verständlich vermittelt und zugleich dialogbereit bleibt, stärkt Glaubwürdigkeit, fördert Verständnis und gewinnt wertvolle Impulse für die Weiterentwicklung der Arbeit.

Planung

Soziale Medien und Netzwerke sind für viele Einrichtungen bereits ein fester Bestandteil der Kommunikation. Ist eine Organisation mit ihrem Profil präsent, wird sie auch mit den Erwartungen der Nutzer:innen nach Information, Orientierung und Dialog konfrontiert. Erfüllt sie diese nicht verlässlich, kann das negative Auswirkungen auf die öffentliche Wahrnehmung der Organisation haben.

Die Nutzung sozialer Medien und Netzwerke muss deshalb in die vorhandene Kommunikationsstrategie der Organisation eingebunden werden. Sie ist ein weiterer Baustein im Medienmix, für den Aufgaben, Ziele, Ressourcen und Inhalte definiert werden müssen. Erst daraus ergibt sich Klarheit darüber, in welchen Netzwerken die Organisation dauerhaft und sinnvoll präsent sein will und kann. Der auf Dauer angelegte Austausch mit Follower:innen, Freund:innen oder Kontakten braucht immer wieder neue Impulse. Ein Redaktionsplan und das abgestimmte Zusammenspiel mit den Inhalten der eigenen Website helfen, diesem Anspruch gerecht zu werden.

Ressourcen

Das Engagement in sozialen Medien braucht Zeit, Aufmerksamkeit und verlässliche Zuständigkeiten. Wie im wirklichen Leben werden die Franziskus Stiftung und ihre Einrichtungen auch in sozialen Netzwerken durch die Menschen lebendig, die für sie sprechen. Das können beauftragte Verantwortliche sein, aber auch Mitarbeitende, die mit erkennbarem beruflichem Bezug auftreten und damit das Bild ihrer Einrichtung mitprägen.

Für die Betreuung offizieller Kanäle in den Einrichtungen bedarf es klar benannter Verantwortlicher, die einander bei Abwesenheit vertreten. Es muss festgelegt sein, wer Inhalte erstellt, freigibt, veröffentlicht oder moderiert und wann eine Abstimmung mit der Unternehmenskommunikation der St. Franziskus-Stiftung Münster erforderlich ist. Die Verantwortung für die Umsetzung liegt bei der jeweiligen Einrichtung.

Monitoring und Reporting

Die Social-Media-Aktivitäten der Einrichtungen und die öffentlichen Rückmeldungen darauf sollten regelmäßig beobachtet und ausgewertet werden. Dabei geht es nicht allein um Kontrolle, sondern auch um Aufmerksamkeit und Zuhören. So lassen sich Themen, Stimmungen, Fragen und Entwicklungen frühzeitig erkennen.

Die dabei gewonnenen Erkenntnisse können den Einrichtungen helfen, ihre Kommunikation weiterzuentwickeln und ihre Angebote besser zu vermitteln. Entscheidend ist nicht nur die Reichweite von Beiträgen, sondern auch, ob Inhalte verständlich, glaubwürdig und für die jeweiligen Zielgruppen hilfreich sind.

Datenschutz und IT-Sicherheit

Die Einhaltung der geltenden Datenschutzbestimmungen (DSGVO) ist verpflichtend. Personenbezogene Daten dürfen nur veröffentlicht werden, wenn hierfür eine rechtliche Grundlage oder eine wirksame Einwilligung vorliegt. Vertrauliche oder interne Informationen dürfen nicht in soziale Medien gelangen. Gerade in den Einrichtungen der St. Franziskus-Stiftung Münster ist besondere Vorsicht geboten. Schon einzelne Angaben, Bilder oder Situationen können Rückschlüsse auf konkrete Personen oder persönliche Lebenslagen zulassen. Dies gilt insbesondere für Gesundheitsdaten, pflegebezogene Informationen und andere besonders sensible personenbezogene Daten. Für Social-Media-Accounts sind sichere Passwörter und nach Möglichkeit eine Zwei-Faktor-Authentifizierung zu verwenden.

Umgang mit privaten Accounts

Auch auf privaten Profilen können Äußerungen Auswirkungen auf die Wahrnehmung der jeweiligen Einrichtung oder der Franziskus Stiftung haben, wenn ein beruflicher Bezug erkennbar ist. Wer seine Zugehörigkeit zur Franziskus Stiftung oder zu einer ihrer Einrichtungen öffentlich macht, sollte sich dieser Außenwirkung bewusst sein und die Leitlinien entsprechend berücksichtigen.

Auch im privaten Umfeld gilt daher: Veröffentlichen Sie keine vertraulichen Informationen und äußern Sie sich mit der gebotenen Sorgfalt, wenn ein Bezug zu Ihrer beruflichen Tätigkeit oder zu Ihrer Einrichtung erkennbar ist. Datenschutz- und Vertraulichkeitsanforderungen gelten auch bei der Nutzung privater Accounts über private Handys während der Pausen, insbesondere wenn dabei dienstliche oder einrichtungsbezogene Inhalte verarbeitet, aufgenommen, gespeichert oder weitergegeben werden könnten. Zusätzlich ist die geltende Verfahrensweisung zur Handynutzung zu beachten.

Fotos, Videos oder andere Inhalte aus einer Einrichtung dürfen über private Accounts nicht veröffentlicht werden, wenn dadurch Rechte Dritter, Datenschutz, Vertraulichkeit oder die Grundsätze dieser Leitlinien verletzt werden. Bereits veröffentlichte Inhalte sind in solchen Fällen unverzüglich zu löschen; bei Unsicherheiten ist die zuständige Unternehmenskommunikation der jeweiligen Einrichtung beziehungsweise die zuständige Unternehmenskommunikation der Region oder des Trägers einzubeziehen.

Freigabeprozesse

Beiträge zu sensiblen oder strategisch wichtigen Themen sind vor der Veröffentlichung mit der Unternehmenskommunikation der jeweiligen Einrichtung abzustimmen. Soweit Themen über die einzelne Einrichtung hinausreichen oder für die Franziskus Stiftung insgesamt von besonderer Bedeutung sind, ist zusätzlich die Unternehmenskommunikation der St. Franziskus-Stiftung Münster einzubeziehen. Bei Unsicherheiten ist stets vorab Rücksprache zu halten.

Krisenkommunikation

Im Falle kritischer Kommentare, Shitstorms oder anderen Krisensituationen ist unverzüglich die Unternehmenskommunikation der Franziskus Stiftung (presse@st-franziskus-stiftung.de) zu informieren. Die Unternehmenskommunikation empfiehlt das weitere Vorgehen, stimmt die Eskalationsstufen ab und informiert die betroffenen Einrichtungen über aktuelle Entwicklungen und Maßnahmen. Die Verantwortung für die Umsetzung und die finale Entscheidung liegt bei der jeweiligen Einrichtung selbst.

Schulungen und Weiterbildungen

Die Entwicklungen in sozialen Medien, bei rechtlichen Vorgaben und bei technischen Möglichkeiten verändern sich fortlaufend. Deshalb ist es sinnvoll, dass die in den Einrichtungen für Social Media Verantwortlichen ihr Wissen regelmäßig aktualisieren und vertiefen.

Dies gilt insbesondere für Fragen der Plattformnutzung, der Barrierefreiheit, der Account-Sicherheit, der Kennzeichnungspflichten und des Einsatzes Künstlicher Intelligenz. Die Unternehmenskommunikation der St. Franziskus-Stiftung Münster gibt hierzu Hinweise und Empfehlungen.

4. Ergänzende Anforderungen für die aktuelle Social-Media-Nutzung

Impressum

Offizielle Präsenzen in sozialen Medien müssen ein korrektes und gut erreichbares Impressum enthalten. Soweit Plattformen eigene Felder oder Verlinkungsmöglichkeiten hierfür vorsehen, sind diese zu nutzen.

Corporate Design und Erscheinungsbild

Das einheitliche Erscheinungsbild der St. Franziskus-Stiftung Münster ist auch für die Gestaltung offizieller Präsenzen in sozialen Medien verbindlich. Dazu gehören insbesondere abgestimmte Namensgebungen, die Nutzung freigegebener Logos und Bildmarken, konsistente Profil- und Titelbilder sowie eine zur Einrichtung passende, glaubwürdige und einheitliche Darstellung. Uneinheitliche oder nicht abgestimmte Auftritte sind zu vermeiden.

Werbekennzeichnung und Kooperationstransparenz

Wer mit externen Partnern zusammenarbeitet, gemeinsame Inhalte erstellt oder Beiträge mit werblichem oder kooperativem Charakter veröffentlicht, muss dies offen und nachvollziehbar tun. Kooperationen mit Agenturen, Fotograf:innen, Dienstleister:innen, Veranstalter:innen oder anderen externen Stellen dürfen nicht den Eindruck erwecken, sie seien rein unabhängig oder ausschließlich redaktionell, wenn tatsächlich eine Zusammenarbeit besteht. Wenn Inhalte entsprechend gekennzeichnet werden müssen, ist dies klar und verständlich zu tun. Im Zweifel ist vor der Veröffentlichung Rücksprache zu halten.

Barrierefreiheit und mobile Nutzbarkeit

Achten Sie darauf, Inhalte möglichst verständlich und zugänglich aufzubereiten. Dazu gehören eine gut lesbare Gestaltung, verständliche Sprache, eine klare visuelle Struktur sowie – wo sinnvoll und technisch möglich – Untertitel bei Videos, Alternativtexte bei Bildern und eine gute Wahrnehmbarkeit auf mobilen Endgeräten.

Künstliche Intelligenz

Neue digitale Werkzeuge können die Arbeit in sozialen Medien erleichtern. Dazu gehören auch Anwendungen, die mit Künstlicher Intelligenz Texte, Bilder, Ton oder Videos erstellen oder bearbeiten. Ihr Einsatz entbindet jedoch nicht von der Verantwortung für Richtigkeit, Rechtmäßigkeit, Transparenz und Qualität. Für dienstliche Zwecke sollen nur die von der jeweiligen Einrichtung oder der St. Franziskus-Stiftung Münster freigegebenen KI-Anwendungen verwendet werden.

Wird Künstliche Intelligenz nur als Hilfsmittel eingesetzt, etwa für Rechtschreibkorrektur, Übersetzung oder erste Ideensammlungen, besteht in der Regel keine besondere Kennzeichnungspflicht. Entscheidend ist, dass der veröffentlichte Inhalt dadurch nicht inhaltlich wesentlich erzeugt oder verändert wird. Werden Texte für offizielle Kanäle ganz oder in wesentlichen Teilen mit Hilfe Künstlicher Intelligenz erstellt, sind sie vor der Veröffentlichung redaktionell zu prüfen. Maßgeblich sind dabei die ab dem 2. August 2026 geltenden Transparenzpflichten der europäischen KI-Verordnung sowie die hierzu veröffentlichten Leitlinien der Europäischen Kommission. Bei Texten zu Themen von öffentlichem Interesse kann eine Kennzeichnungspflicht bestehen. Wird der Text redaktionell geprüft und von der Unternehmenskommunikation inhaltlich verantwortet, kann eine sichtbare Kennzeichnung im Einzelfall entfallen. Ob diese Voraussetzungen vorliegen, ist vor der Veröffentlichung zu klären.

Für KI-generierte oder deutlich KI-bearbeitete Bilder, Videos und Audioinhalte gelten strengere Anforderungen. Dies gilt insbesondere für täuschend echte Inhalte und Deepfakes. Solche Inhalte sind vor der Veröffentlichung klar offenzulegen. Soweit eingesetzte Systeme technische Kennzeichnungen oder Metadaten vorsehen, dürfen diese nicht ohne Prüfung entfernt oder umgangen werden.

Wenn Nutzer:innen auf offiziellen Kanälen unmittelbar mit einem KI-System kommunizieren, etwa mit einem Chatbot, muss dies klar erkennbar sein. Unabhängig davon gilt: Auch bei der Nutzung Künstlicher Intelligenz bleibt die Verantwortung für Inhalte immer beim Menschen. Im Zweifel erfolgt vor der Veröffentlichung eine Abstimmung mit der Unternehmenskommunikation.

Regelmäßige Überprüfung und Aktualisierung

Die Social-Media-Leitlinien müssen regelmäßig überprüft und bei Bedarf angepasst werden. Nur so kann sichergestellt werden, dass sie den tatsächlichen Entwicklungen in sozialen Medien, den praktischen Erfahrungen der Einrichtungen und den rechtlichen Anforderungen weiterhin entsprechen.

Kontakt

Für alle Fragen, Freigaben und Anregungen wenden Sie sich bitte an die Unternehmenskommunikation der St. Franziskus-Stiftung Münster: presse@st-franziskus-stiftung.de

