

Empfehlungen des ZSI - Zentrum für Soziale Innovation GmbH zur Nutzung von Social Media

Das Wichtigste in Kürze_ Stand 3. April 2015

Präambel: Das ZSI fördert und unterstützt die berufliche Social Media Kommunikation aller Mitarbeiterinnen sowie die kritische-reflexive Auseinandersetzung mit dem Thema.

Vision: Alle MitarbeiterInnen sind BotschafterInnen des ZSI und geben ihm ein Gesicht bzw. eine Stimme.

Ziele, Funktionen, Instrumente: Das ZSI will ein aktiver Teil des offenen wissenschaftlichen Diskurses sein und mit Auftragsgebern, Partnern, den Medien und der interessierten Öffentlichkeit in Dialog treten.

ZSI Corporate Social Media: Das ZSI ist als Institut auf Facebook, Twitter und Vimeo vertreten. Einen Überblick über Social Media (SM) in den Projekten liefern der PR-Bereich sowie Hinweise der individuellen MitarbeiterInnenseiten auf der ZSI Website.

Zugänge zu ZSI Social Media: Es gibt zwei redaktionelle Wege, um ZSI Facebook und ZSI Twitter im Namen des ZSI zu nützen: entweder direkt über den ZSI-Social-Media-Unternehmensaccount oder mit eingeschränkten Funktionen direkt über das CMS von zsi.at.

Code of Conduct: Auf ZSI Social Media aktive MitarbeiterInnen sind verantwortungsvolle „RedakteurInnen“. Dies inkludiert die Bereitstellung von Inhalten, die Klärung eventueller rechtlicher Fragen (u.a. Bild- und Urheberrechte) sowie den Check und die Pflege von Interaktion.

Krisenkommunikation: Der Einsatz von „Holding Messages“ hilft bei Fragen und Kritik angemessen zu reagieren, bis eine eventuell notwendige interne Klärung abgeschlossen ist.

Inhalte für ZSI Social Media: Erkenntnisse, Ergebnisse, allgemeine News über das ZSI und Projekte, Serviceinformationen zu Veranstaltungen oder Ausschreibungen und gelegentlich „Atmosphärisches“ wie z.B. Eindrücke aus der Projektarbeit – dies und mehr in einem „ansprechenden“ knappen Stil, möglichst mit gutem Bildmaterial, ist geeigneter Content für ZSI Social Media.

Ansprechpartner für Anregungen und Fragen: presse@zsi.at