

Handreichung

Webauftritt und Webaktivitäten von Verbänden

02.-04. Juli 2018 Tunis – Tunesien

Einleitung

Die vorliegende Handreichung entstand als Produkt eines Treffens der Deutschlehrerverbände aus Nord- und Westafrika, das vom 02.-04. Juli 2018 in Tunis, Tunesien, stattfand. Daran arbeiteten aktiv folgende Kolleginnen und Kollegen mit:

Name	Institution
HERR ABDELKADER BEHILIL	DLV ALGERIEN
Frau RAFIAA BELBACHIR	DLV ALGERIEN
Frau DIJA CHETOUI	DLV Tunesien
Frau RYM EL GHOUL	DLV Tunesien
Herr KHALIL GHOURABI	DLV Tunesien
Herr ABDELKADER ESSOUSSI	DLV Marokko
Herr IBRAHIM KEITA	DLV Mali
Herr BERNADIN KOUAMÉ	DLV Côte d'Ivoire
Herr MALICK NDAO	DLV Senegal
Herr MOHAMMED SATOUR	DLV Marokko
Herr GERALDO DE CARVALHO	IDV-Vorstand
Frau ANDREA SCHÄFER	Goethe-Institut, Zentrale - München
Frau DALIA SHALABY	Goethe-Institut Ägypten
Herr SEBASTIAN VÖTTER	Goethe-Institut Ägypten
Herr HORST WEBER	Referent, Deutschland

Die Entstehung dieser Handreichung ist ein Gemeinschaftsprojekt zwischen dem IDV und dem Goethe-Institut. Die Erfahrungen, die wir während des Projekts gesammelt haben, möchten wir mit anderen Kolleginnen und Kollegen, sowohl von den Deutschlehrerverbänden weltweit als auch vom Goethe-Institut bzw. anderen deutschsprachigen Mittlerorganisationen, teilen.

Während des Workshops haben wir uns intensiv mit unterschiedlichen Webauftritten vieler Deutschlehrer- und Fremdsprachenverbänden sowie zahlreicher Facebook-Seiten der Verbände auseinandergesetzt. Zusätzlich haben wir uns zu den Themen „Bildrechte“ sowie „Webgerecht texten“ beschäftigt. Die vorliegende Handreichung liefert praktische Empfehlungen auf der Basis unserer Auswertungen und Diskussionen.

Es geht in dieser Handreichung um folgende Themen:

1. Präsenz im Web und wirkungsvolle Öffentlichkeitsarbeit
2. Website und Social-Media
 - 2.1. Repräsentative Verbandswebsite
 - 2.2. Verbandsaktivitäten in Social-Media-Kanälen
3. Juristisches
4. Qualitätssicherung

Zu dieser Handreichung gehören drei weitere Dateien als Anlage:

Anlage 1: bildrechte.pdf

Anlage 2: webgerecht-texten.pdf

Anlage 3: anleitung-website-mit-Wordpress.pdf

1. Präsenz im Web und wirkungsvolle Öffentlichkeitsarbeit

Das Ziel „wirkungsvolle Öffentlichkeitsarbeit“ eines Deutschlehrerverbandes erfährt durch eine qualitativ hochwertige Website sowie durch einen überlegt genutzten Social-Media-Kanal wertvolle Unterstützung. Regelmäßige „Postings“ auf Facebook halten Ihre Mitglieder informiert, ermöglichen Kommentar- und Diskussionsmöglichkeiten und lassen sich leicht mit anderen Verbänden teilen oder von diesen übernehmen. Dies unterstreicht die „Lebendigkeit“ und den Service-Aspekt Ihres Verbandes. Die Website hingegen unterstreicht und belegt die Seriosität des Verbandes sowohl gegenüber den Mitgliedern als auch gegenüber Partnern, Schulbehörden, anderen offiziellen Stellen, Ministerien usw. sowie vorhandenen und potenziellen Sponsoren.

Jeder Verband sollte daher eine Website mit eigener Domain besitzen und nach Möglichkeit auf einem im Land stark genutzten Social-Media-Kanal präsent sein. Der zeitliche und finanzielle Aufwand dafür ist skalierbar und somit an Ihre zur Verfügung stehenden Ressourcen anpassbar.

2. Website und Social-Media

Website und Social-Media-Kanäle sind zwei sehr unterschiedliche Präsenzen im Web. Jede erfüllt jeweils eine wichtige Funktion. Die zentrale Anlaufstelle unter den Aspekten „unabhängig“ und „seriös“ sollte jedoch eine Website mit eigener Domain sein. Diese kann bei Bedarf eine „kleine“ jedoch solide und repräsentative Basisversion mit 1-3 Seiten sein.

2.1. Repräsentative Verbandswebsite

Unbestreitbare Vorteile einer Website sind:

- Die Inhalte sind für jeden Internetnutzer sofort verfügbar. Es besteht keine Notwendigkeit für Nutzerinnen und Nutzer, sich anzumelden oder einen Account anzulegen, um die Inhalte zu sehen.
- Sie werden als seriöser Verband wahrgenommen.
- Ihre Verbindung zu wichtigen Partnern und Ihre Rolle im weltweiten Netzwerk der Deutschlehrerverbände ist sofort ersichtlich.
- Vorstandsinfos, Kontaktdaten, Impressum, Links zu Partnern und Sponsoren unterstreichen die Seriosität und die Bedeutung des Verbandes.
- Sie besitzen eine eigene, feste Domain.
- Sie sind unabhängig von Fremdanbietern und damit auch unabhängig von deren Regeln, Geschäftsbedingungen, Änderungen im Umgang mit Nutzerdaten. Sie sind damit nicht an die Regeln anderer gebunden.
- Sie haben die volle Kontrolle über Ihr eigenes, klares Navigationskonzept.

- Sie genießen relativ gute Gestaltungsfreiheit. (Die Freiheit ist schon bei den günstigsten Lizenzmodellen recht gut, wächst allerdings mit der Summe, die Sie investieren.)
- Von Ihren Nutzern werden keine Daten erhoben und gesammelt außer denen, die Sie selbst zulassen.
- Sie geben Ihrem Verband ein eigenes Gesicht, eine eigene Marke.

Je nach Ressourcen sind unterschiedlich umfangreiche Websites denkbar. Folgende Informationen sollten aber in jedem Fall auf Ihrer Site zu finden sein:

Im Kopfbereich	<ul style="list-style-type: none"> • Verbandslogo • Verbandsname • evtl. ein Untertitel 	Der Untertitel ist kein Muss, aber er verdeutlicht den Inhalt der Site.
Im Inhaltsbereich	<ul style="list-style-type: none"> • Der Verband • Vorteile der Mitgliedschaft Aufruf, Mitglied zu werden • Tagungen und Wettbewerbe (oder andere Veranstaltungen) • Partner, insbesondere IDV und Goethe-Institut • Linktipps • Der Vorstand • Die Satzung • Impressum bzw. weitere juristisch notwendige Angaben 	<p>Diese acht Punkte lassen sich auf 1-3 Seiten darstellen.</p> <p>Beispielhaft wurde eine Mustersite aufgebaut: https://dlvml.wordpress.com/</p> <p>Die Site ist im Lizenzmodell des Anbieters kostenlos. Als Demo ist dies ausreichend, sollte aber nicht für Ihre Site verwendet werden. (Es wird unkontrolliert Werbung eingespielt. Weitere Infos dazu in Anlage 3: anleitung-website-mit-Wordpress.pdf</p>

Diese Basisversion ist graduell beliebig erweiterbar. Es sollte jedoch immer sichergestellt sein, dass jede Erweiterung in Zukunft gepflegt werden kann. Im Folgenden drei schematische Beispiele mit den ungefähr zu erwartenden Kosten und Arbeitsstunden.

1 Basisversion (Startseite und 2-3 Unterseiten)

Website, die Sie mit wenigen Ressourcen und fast kostenfrei betreiben können. Sie entspricht der obigen Beschreibung:

Logo und Name

Verband (Ziele, Aufgaben, Leistungen für Mitglieder + Anmelden-Button, Kontaktadresse)

(Linkliste zu DaF-Inhalten)

IDV-Tagungen bzw. IDO-Ankündigung

Footer oder rechte Spalte: Partner-Logos; alternativ eine eigene Partnerseite

Finanziell: 50-80 Euro/Jahr
Mit der Software Wordpress etwa 4 Euro/Monat (Stand Oktober 2018), evtl. zusätzlich Kosten für die Domain

Arbeitszeit:
Für den Erstaufbau je nach Umfang und Kenntnisstand 8-20 Stunden
nach dem Erstaufbau nur dann notwendig, wenn Vorstand oder Satzung sich ändern und jeweils zu IDTs oder IDOs.

2 Basis+

Inhalte wie in der Basisversion

Zusätzlich:

- Infos zu DaF-Material
- Infos zu Stipendien
- Infos zu geplanten oder abgeschlossenen Projekten oder Aktivitäten (1-2x/Jahr oder mehr; hier können je nach Projekt auch viele Fotos oder Videos enthalten sein)

Finanziell: 50-80 Euro/Jahr,
Mit der Software Wordpress etwa 4 Euro/Monat (Stand Oktober 2018), evtl. zusätzlich Kosten für die Domain je nach Designwunsch und Funktionalität eventuell weitere 30-50 Euro

Arbeitszeit:
Erstaufbau 2-10 Stunden länger als in der Basisversion
Während des (Schul-)Jahres:
2-6 Mal pro Jahr und jeweils zu IDTs oder IDOs. Häufigkeit hängt ab von Aktualisierungen bei DaF-Material bzw. den Projekten. (Hier können 10-50 Stunden pro Jahr zusammenkommen.)

3 Ausbaustufe

Inhalte wie in der Basisversion

Zusätzlich:

- Infos zu DaF-Material
- Infos zu Stipendien
- Infos zu geplanten oder abgeschlossenen Projekten oder Aktivitäten (*1-2x/Jahr oder mehr; hier können je nach Projekt auch viele Fotos oder Videos enthalten sein*)
- regelmäßig aktualisierte Linkliste
- Magazin (Blogbeiträge mit oder ohne Kommentarfunktion)
- Mitgliederbereich (*Passwortverwaltung plus monatlich neue Inhalte, da sich sonst der Mitgliederbereich wenig oder nicht lohnt*)

Finanziell: 50-80 Euro/Jahr,
Mit der Software Wordpress etwa 4
Euro/Monat (Stand Oktober 2018), evtl.
zusätzlich Kosten für die Domain
je nach Designwunsch und Funktionalität
weitere 30-150 Euro

Arbeitszeit:
Erstaufbau 10-30 Stunden länger als bei 2
Basis+ (*sehr abhängig von der Anzahl der
Magazinbeiträge zu, Launchtermin*)

Während des (Schul-)Jahres:
4-10x/Jahr und jeweils zu IDTs oder
IDOs.
Hat man einen internen Bereich, sollte
während des Schuljahres alle vier Wochen
neuer Inhalt vorhanden sein, sonst wird
der Mehrwert nicht erkennbar.
Redaktionelle Koordination und
Betreuung:

„Wer moderiert die Nutzerkommentare?“

„Wer schreibt einen neuen Beitrag?“

„Wer redigiert die Beiträge?“

„Sollen Beiträge eingekauft werden?“

„Wer recherchiert bei anderen Verbänden
oder Organisationen, welche neuen
Themen es gibt?“

„Wer führt Interviews?“, usw.

*(Hier können 20-80 Stunden pro Jahr
zusammenkommen.)*

Die Kalkulationen bei den obigen Modellen beruhen finanziell auf den Preislisten im Oktober 2018, und bezüglich der Arbeitszeiten hochgerechnet auf der Basis der Erstellung der Musterseiten für die Basisversion <https://dlvml.wordpress.com/>

Diese Musterseiten setzen als technische Basis für das Erstellen der Seiten das System *Wordpress* ein. Diese Technik ist eine Möglichkeit von vielen unterschiedlichen Systemen. Viele bestehende Websites von Deutschlehrerverbänden benutzen *Wordpress*. Jeder Verband ist aber in der Wahl der Webtechnik völlig frei. Auf dem Markt werden unterschiedliche, doch technisch etwa gleichwertige Systeme angeboten. Weitere Informationen dazu finden Sie in Anlage 3: anleitung-website-mit-Wordpress.pdf.

Das Leseverhalten im Web ist anders als das Leseverhalten in Printmedien. Webtexte sind eine eigene Textsorte. Daher sollten alle Texte fürs Web immer direkt fürs Web, also neu geschrieben werden. Es ist davon abzuraten, per Copy/Paste aus Broschüren, Projektanträgen oder Projektberichten Inhalte eins zu eins zu übertragen. Hinweise und weiterführende Literatur dazu finden Sie in Anlage 2: webgerecht-texten.pdf

Die Verwendung von Bildern, Audio, Video unterliegt einem juristischen Regelwerk, das Sie unbedingt beachten müssen. Weitere Hinweise dazu in Anlage 1: bildrechte.pdf sowie unter Punkt 3. Juristisches

2.2. Verbandsaktivitäten Social-Media-Kanälen

Aktivitäten in Social-Media-Kanälen unterscheiden sich grundsätzlich von Inhalten auf einer Website. Am Beispiel *Facebook* kann man folgende unbestreitbare Vorteile nennen:

- Man kann aktuell und schnell kurze Tipps und Hinweise geben.
- Nutzer können leicht Feedback geben (Likes und Kommentare, auch die Teilen-Funktion ist ein indirektes wertvolles Feedback).
- Interessante Posts anderer Facebook-Nutzer können leicht geteilt werden. Dies können Posts anderer Verbände sein, aber auch Links auf Zeitungsartikel, auf DaF-Materialien, auf Videos usw.
- Sie können mit wenig Aufwand häppchenweise oder thematisch auf DaF-Materialien verweisen und gleich ein Feedback einholen.
- Ihre Mitglieder sehen, dass der Verband aktiv ist und sich um seine Mitglieder kümmert.
- Je nach Landesgegebenheiten und Verbandsstrategie kann man auf *Facebook* eine öffentliche Seite betreiben oder eine geschlossene Gruppe.
- Als Verband haben Sie einen stetigen und direkten Austausch sowie Kontakt zu Ihren Mitgliedern bzw. allen Deutschlehrerinnen und Deutschlehrern in Ihrem Land.

Besondere Fragestellungen, spezifische Probleme oder beliebte Themen können Sie so leicht erkennen und darauf reagieren.

- Sie können mit einfachen Abstimmungen schnell ein aktuelles Meinungsbild erhalten.
- Sie können sinnvolle Nachkontakte zu durchgeführten Workshops pflegen.
- Sie können Ihre Zielgruppe per Social-Media in Planung, Themenfindung, aktive Arbeit Ihres Verbandes einbinden.
- Sie zeigen Präsenz, Interesse und Einsatz.

Je nach Ressourcen kann Ihre Aktivität unterschiedlich intensiv sein. Empfehlenswert ist ein Beitrag pro Woche während des Schuljahres, idealerweise immer am gleichen Tag. Die Regelmäßigkeit zeigt, dass der Verband sich um Service für die Lehrerinnen und Lehrer kümmert. Ein Post pro Woche zeigt auch, dass der Verband ein aktiver und interessierter Verband ist, und dass sich die Mitgliedschaft lohnt.

Administratoren sollten in regelmäßigen Abständen einen Report der Aktivitäten erstellen. Relevante Fragen sind zum Beispiel: Wie viele Likes haben die Beiträge bekommen? Wie viele Kommentare wurden geschrieben? Auf welche Themen oder welche Inputs wurde stärker reagiert, was ist „langweiliger“? Steigen die Nutzeraktivitäten oder sinken sie? Für Facebook-Seiten kann man dies leicht im Backend analysieren. Je nach Resultaten kann man Publikationsaktivitäten an die Nutzer-Reaktionen anpassen.

Das Einrichten einer Facebook-Seite oder einer (offenen bzw. geschlossenen) Gruppe dauert etwa 1-2 Stunden, inkl. Bildbearbeitung, Eingeben der notwendigen Informationen und der ersten 1-3 Beiträge. Bei einem Post pro Woche fällt, je nach Länge der Recherche, eine Zeit von 3-15 Minuten an.

Je nach personellen Ressourcen lohnt es sich, einen kleinen Redaktionsplan zu erstellen. Inhalt kann zum Beispiel sein: Welche Themen sind in den nächsten 1-3 Monaten besonders relevant? Sollte ein bestimmter Event immer wieder mal mit unterschiedlichen Beiträgen beworben werden? Kann oder muss man das Publizieren auf mehrere Schultern verteilen? Wer ist in welchem Monat für das Publizieren zuständig?

Auch bei Social Media gilt:

Das Leseverhalten im Web ist anders als das Leseverhalten in Printmedien. Texte für Facebook-Beiträge sind genauso wie Texte für eine Webseite eine eigene Textsorte. Social-Media-Kanäle arbeiten zusätzlich auch mit Hashtags. Diese sollten sie auf jeden Fall für Inhalte wie eine landesweite Deutscholympiade, die IDO oder andere Veranstaltungen, Lehrertage, Workshops planen und einsetzen bzw. bei internationalen Events einsetzen. Allgemeine Hinweise und weiterführende Literatur zu webgerecht finden Sie in Anlage 2: webgerecht-texten.pdf

Besonders bei der Veröffentlichung von Bildern auf Social-Media-Kanälen müssen Sie extra vorsichtig sein. Nicht jedes Bild, das für die Publikation im Web freigegeben ist, darf damit automatisch auf Social-Media-Kanälen verwendet werden. Hierfür muss eine explizite Social-Media-Freigabe vorliegen. Wenn Sie selbst Fotos in Auftrag geben oder bei Personen die Zustimmung zur Veröffentlichung einholen, müssen Sie explizit informieren, dass die Fotos auch auf Social-Media veröffentlicht werden.

Weitere Hinweise zu Bildrechten in Anlage 1: bildrechte.pdf

3. Juristisches

Ein seriöses Auftreten verlangt, dass man die relevanten legalen Bestimmungen einhält. Nun sind die juristischen Anforderungen an Websites und Social-Media-Auftritte von Land zu Land unterschiedlich. Auch wenn Facebook zum Beispiel diverse Informationen abfragt, kann es sein, dass Sie in Ihrem Land zusätzlichen Bestimmungen unterliegen. Für Facebook muss man in Deutschland zum Beispiel auch als Verein ein gültiges Impressum angeben. Sie sollten sich auf jeden Fall rechtliche Unterstützung holen, welche Mindestanforderungen für Ihr Land gelten.

Die Mustersite <https://dlvml.wordpress.com/> orientiert sich an den Vorschriften in Deutschland bzw. der EU. Weitere Informationen finden Sie auch in Anlage 3: anleitung-website-mit-Wordpress.pdf.

Insbesondere bei der Verwendung von Bildern, Video und Audio gelten Urheberrechte und Persönlichkeitsrechte. Dies gilt auch für PDFs oder andere Download-Dateien. Der anscheinend praktische Gedanke, eine interessante Power-Point-Präsentation oder ein brauchbares Arbeitsblatt zum Download anzubieten, ist in fast allen Fällen nicht legal. Sie müssen für jedes Bild der Datei die Genehmigung zur Veröffentlichung von dem Urheber besitzen. Sind Personen erkennbar, müssen diese ebenso mit der Publikation einverstanden sein. Urheber und dargestellte Personen müssen informiert sein, in welchen Medien Sie die Inhalte verwenden möchten.

Wenn Sie ein E-Mail-Formular einsetzen, dürfen Sie keine sensiblen persönlichen Daten erfassen, insbesondere keine Bank-Verbindungen oder Ähnliches, außer es ist sichergestellt, dass die Übertragung der Mail eine gesicherte Übertragung ist. Zusätzlich müssen Sie in vielen Ländern, u. a. in der EU, sicherstellen, dass Sie entsprechend der Europäischen Datenschutzgrundverordnung Daten erfassen und verwalten.

Protokolle sind interne Dokumente und dürfen nicht, wie auch alle anderen internen Dokumente, öffentlich angeboten werden.

4. Qualitätssicherung

Regelmäßige Evaluationen unterstützen Sie dabei, einen angemessenen Qualitätsstandard einzuhalten. Daher empfiehlt diese Anleitung, dass Sie einmal jährlich, am besten zu Beginn des Schuljahres, die unten stehende Checkliste durchsehen. Dies soll Sie dabei unterstützen, Ihre Site aktuell zu halten.

Website (alle Varianten):

- Die Informationen zum Vorstand (Namen, Kontaktdetails (soweit angegeben), Fotos usw.) sind aktuell und korrekt.
- Der angezeigte Mitgliedsbeitrag ist aktuell.
- Die E-Mail zur Anmeldung eines neuen Mitglieds ist aktuell.
- Die angezeigte Satzung ist aktuell.
- Alle Partner und Sponsoren sind genannt und korrekt verlinkt.
- Alle Logos der Partner und Sponsoren sind auf Aktualität geprüft.
- Alle Logos werden korrekt und nicht verpixelt dargestellt.
- Alle Bilder, Audios, Videos tragen einen korrekten Urheberrechtsnachweis.
- Zu allen vor Ort erstellten Fotos liegt dem Verband eine Einwilligung der dargestellten Personen vor.
- In den verlinkten Download-Dokumenten sind keine Bilder ohne Bildnachweis.
- Vertrauliche Dokumente (Protokolle etc.) sind nicht in einem öffentlichen Bereich verlinkt.
- Neue Linktipps wurden recherchiert und gegen bestehende ausgetauscht.
- Die Angebote der Hauptpartner IDV und Goethe-Institut sind angemessen vertreten.
- IDO und IDT sind korrekt verlinkt.
- Alle Benutzerdaten für Administratoren der Site sind aktuell, nicht mehr aktive Administratoren wurden gelöscht.
- Alle PDFs zeigen das Verbandslogo, in der Fußzeile einen Link auf die Verbandssite und einen verständlichen Dateinamen.
- Alle PDFs sind komprimiert auf eine Größe, die die Bandbreiten im Land berücksichtigt und den Download nicht unnötig verzögert.
- Alle Download-Dateien tragen in den Datei-Informationen die korrekten Informationen, insbesondere zu Titel und Autor.

Zusätzliche Punkte für die Website (Basis+)

- Alle Infos zu DaF-Material sind aktuell, alle Links wurden gecheckt.
- Alle Infos zu Stipendien sind aktuell, alle Links sind korrekt.
- Alle Infos zu geplanten Projekten oder Aktivitäten sind korrekt.
- Länger zurückliegende Dokumentationen zu früheren Projekten wurden in ein Archiv verschoben oder endgültig gelöscht.
- Zusätzliche eigene Inhalte wurden gecheckt und sind aktuell.

Zusätzliche Punkte für die Website (Ausbaustufe)

- Alle Infos zu DaF-Material sind aktuell, alle Links wurden gecheckt.
- Alle Infos zu Stipendien sind aktuell, alle Links sind korrekt.
- Alle Infos zu geplanten Projekten oder Aktivitäten sind korrekt.
- Länger zurückliegende Dokumentationen zu früheren Projekten wurden in ein Archiv verschoben oder endgültig gelöscht.

- Die Linkliste zu interessanten Inhalten wurde gecheckt und aktualisiert. Links zu veralteten Inhalten wurden gelöscht, neue Links wurden recherchiert und eingebaut.
- Das Magazin ist weiterhin aktuell. Für das neue Schuljahr besteht ein neuer Redaktionsplan.
- Der Mitgliederbereich wurde überarbeitet und aktualisiert bzw. aus Ressourcengründen deaktiviert.
- Das Passwort für den Mitgliederbereich wurde aktualisiert, alle aktuellen Mitglieder wurden über die Passwortänderung informiert.
- Zusätzliche eigene Inhalte wurden gecheckt und sind aktuell.

Social-Media-Kanäle

- Alle Administrator-Zugänge sind aktuell, nicht mehr aktive Administratoren-Accounts wurden gelöscht.
- Unser Verband hat im vergangenen Schuljahr mindestens einmal pro Woche einen Beitrag gepostet.
- Im vergangenen Jahr wurden regelmäßig, alle _____ Monate die Aktivitäten analysiert.
- Für das nächste Schuljahr / für das nächste Schulhalbjahr / für den nächsten Monat wurde ein Redaktionsplan erstellt oder grob skizziert.