

An alle Auslandsvertretungen

Betr.: Web- und Social-Media-Kommunikation der Auslandsvertretungen
Bezug: RES 6-10 vom 26.10.2016 - **hiermit aufgehoben**
Anlagen: 1. [Kurzhinweise zu AV-Webseiten \(aktualisiert\)](#)
2. [Handbuch zur Nutzung sozialer Medien durch Auslandsvertretungen](#)
3. [Kurzleitfaden zur Verwendung von Bildmaterial](#)
Adressatenkreis: alle Leiter/-innen der AVs, Pr-1 und zuständige Mitarbeiter/-innen für AV-Webseiten und soziale Medien
Berichtspflicht: Entfällt
Wiedervorlage: 01.07.
Verfallsdatum: 31. Dezember 2018

Internetportal für beurlaubte Beschäftigte: keine Veröffentlichung

Enthält Weisung

1. Professionelle **Web- und Social Media-Kommunikation gehört zum Kerngeschäft** einer jeden Auslandsvertretung. Die Internet- und Social-Media-Präsenz dient in der Regel als erste Anlauf- und Servicestelle für das Publikum im Gastland. Sie sollte auch eingesetzt werden, um außenpolitische Botschaften zu verbreiten, das Deutschlandbild im Ausland positiv zu prägen und die Strahlkraft öffentlicher Aktivitäten zu erhöhen. Genau wie die **Bedeutung** der Online-Kommunikation wächst auch der **Wettbewerbsdruck** – dem sollten die Auslandsvertretungen bei der **Ressourcenverteilung** Rechnung tragen. Operativ zuständig für die Online-Kommunikation sind die Pressereferate, jedoch sollten alle Arbeitseinheiten in ihren Bereichen die Augen für mögliche Inhalte offen halten und damit proaktiv auf die Pressereferate zugehen.
2. Die Auslandsvertretungen agieren in der Web- und Social-Media-Kommunikation **eigenverantwortlich**. Bei Aktivitäten, die ein Echo in deutschen oder internationalen Medien erwarten lassen, wird um Rücksprache mit Ref. 013-9 gebeten. Darüber hinaus steht Ref. 013-9 Ihnen als **Ratgeber** in technischen und konzeptionellen Fragen und bei der Einrichtung neuer Kanäle zur Seite. Beachten Sie auch das **Schulungsangebot** für Betreuung von Webseiten und sozialen Medien bei [1-AK-3](#).
3. Auf Grundlage des beobachteten Nutzerverhaltens empfiehlt sich folgende Arbeitsteilung zwischen Webseite und Social-Media-Kanälen:
 - a) Die **AV-Webseiten** dienen in erster Linie als **Service-Angebot**: Kern der Seite bilden daher Angaben zu Lage und Öffnungszeiten, RK-Informationen und Formulare sowie vergleichbare Inhalte. Darüber hinaus steht es den AVs frei, eine Rubrik für Aktuelles (z. B. Pressemitteilungen) und eine weitere mit

- Themenschwerpunkten (z. B. Entwicklungszusammenarbeit, Informationen über Deutschland in Gastlandssprache) zu führen.
- b) Über die **Social-Media-Kanäle** sollten sich die AVs auf die Förderung des Deutschlandbilds im Ausland, außenpolitische Inhalte (eigene oder der Zentrale), Veranstaltungen und sonstige **aktuelle Inhalte** konzentrieren und den direkten Dialog mit dem Publikum im Gastland suchen.
- c) Darüber hinaus eignen sich die sozialen Medien, um auf weiterführende Inhalte auf der AV-Webseite zu verweisen.
4. Ref. 013-9 informiert zwei Mal wöchentlich mit einem **E-Mail-Newsletter** an alle Pressereferate der AVs über **aktuelle Themen und offizielle Sprache der Zentrale**. Dies ist ein Service-Angebot an die AVs, die dann eigenständig die passenden Themen **für den eigenen Markt auswählen, anpassen und übersetzen**. Weiterhin bieten die **Deutschlandzentren** übersetzte Inhalte der Zentrale und weitere relevante Themen für bestimmte Sprachräume an.
 5. Die **AV-Webseiten** sind übersichtlich und aktuell zu halten. Sie sollten insbesondere in der Sprachauswahl zielgruppenorientiert sein, also beispielsweise Informationen über Deutschland nur in Gastlandssprache anbieten. Bitte beachten Sie dazu die **aktualisierten Kurzhinweise zum professionellen Webseiten-Betrieb (Anlage 1)**. Im Herbst 2017 beginnt planmäßig die Migration auf ein **neues Content Management System** für die Seite der Zentrale und einiger Pilot-AVs. Die übrigen AVs folgen im Verlauf des Jahres 2018. Um diesen Prozess möglichst reibungslos zu gestalten, ist es umso wichtiger, die Webseiten gemäß dieser Kurzhinweise sorgfältig zu pflegen.
 6. Mittlerweile sind fast alle Auslandsvertretungen weltweit mit eigenen Kanälen in den **sozialen Medien** präsent (**Übersicht im Intranet bei Ref. 013-9**). Von den übrigen Vertretungen wird grundsätzlich erwartet, eine eigene Präsenz in den sozialen Medien aufzubauen. Diese Kanäle richten sich an das lokale Publikum und sollten daher möglichst in Landessprache betrieben werden. Das **Social Media Handbuch** **erläutert die Ziele und Erfolgsfaktoren** des Engagements und geht auf Risiken und rechtliche Erfordernisse ein (**Anlage 2**).
 7. Zur Versorgung Ihrer Online-Kanäle mit **Bildmaterial** finden Sie im **Bildleitfaden** wichtige rechtliche Hinweise und praktische Tipps zu den Angeboten der Zentrale (**Anlage 3**).

Die beiden **Smartphone-Apps** „Sicher reisen“ und „Auswärtiges Amt“ werden im Zuge der Migration im Herbst 2017 zu einer neuen App zusammengeführt.