Social-Media-Guidelines für die Stadtverwaltung Worms

Stand: 01/2026

Genderneutralität - Wir meinen alle!

Social-Media-Guidelines für die Stadtverwaltung Worms

Inhaltsverzeichnis:

1. Präambel
2. Was sind Social Media?
3. Warum nutzt die Stadt Worms Social Media?
4. Genutzte Plattformen
5. Ziele der Social-Media-Arbeit
6. Organisation und Zuständigkeiten
7. Grundregeln für Inhalte
8. Kommunikation und Community Management
9. Kritik und Krisenkommunikation
10. Weitere Social-Media-Accounts im städtischen Kontext
11. Private Accounts von Mitarbeitenden
12. Monitoring und Analyse

1. Präambel

Diese Social-Media-Guidelines gelten für die offiziellen Social-Media-Auftritte der Stadt Worms. Sie dienen den Mitarbeitenden der Stadtverwaltung Worms als verbindlicher Orientierungs- und Verhaltensrahmen für die Nutzung sozialer Medien im dienstlichen Kontext und informieren zugleich Bürgerinnen und Bürger über die Grundsätze der städtischen Kommunikation und Moderation in sozialen Netzwerken.

Ziel ist ein einheitlicher, professioneller, transparenter und rechtssicherer Auftritt der Stadt Worms in sozialen Medien sowie der Schutz aller beteiligten Mitarbeitenden. Die Richtlinien richten sich gleichermaßen an alle Personen, die im Auftrag oder im Namen der Stadt Worms Social Media nutzen oder Inhalte erstellen.

Die Guidelines wurden bewusst klar, praxisnah und verständlich formuliert. Bei Rückfragen oder Unklarheiten steht das Social-Media-Team der Stadt Worms unter **pressestelle@worms.de** zur Verfügung.

2. Was sind Social Media?

Soziale Medien sind digitale Plattformen, die den Austausch von Informationen, Meinungen und Inhalten ermöglichen. Sie dienen der Kommunikation, Vernetzung und Interaktion zwischen Nutzerinnen und Nutzern.

Zu den wichtigsten Plattformen zählen unter anderem Facebook, Instagram, YouTube, LinkedIn, TikTok sowie Messenger-Dienste wie WhatsApp. Art, Zielgruppe und Kommunikationsform unterscheiden sich je nach Plattform erheblich erfordern eine angepasste Ansprache.

3. Warum nutzt die Stadt Worms Social Media?

Die Stadt Worms nutzt soziale Medien, weil:

- ein großer Teil der Bevölkerung sich primär über soziale Netzwerke informiert,
- Bürgerinnen und Bürger eine moderne, erreichbare und dialogorientierte Verwaltung erwarten,
- Social Media einen niedrigschwelligen Austausch ermöglichen,
- Verwaltungshandeln transparenter, verständlicher und greifbarer wird.

Ein professioneller Social-Media-Auftritt ist daher ein zentraler Bestandteil moderner Verwaltungs- und Öffentlichkeitsarbeit.

4. Genutzte Plattformen (Stand 01/2026)

Facebook
Informations- und Servicekanal mit hoher Reichweite, insbesondere für mittlere und ältere Zielgruppen.

Instagram
Visueller Kanal zur Darstellung von Stadtleben, Verwaltungseinblicken, Veranstaltungen und Mitarbeitenden.

YouTube
Plattform für längere Videoformate.

LinkedIn
Kanal für Arbeitgeberkommunikation, Personalgewinnung und Positionierung als moderne Verwaltung.

TikTok
Kurzvideo-Plattform zur Ansprache junger Zielgruppen, insbesondere im Bereich Ausbildung und Nachwuchsgewinnung.

Facebook-Seiten der Kernverwaltung:

- Stadt Worms und Feuerwehr Worms (Kommunikation und Marketing/Bereich 1)
- Touristik Worms (Tourist Information/Bereich 7)
- Wormsliebe (Kampagnen-Seite/Tourist Information/Bereich 7)
- Museum der Stadt Worms im Andreasstift (Museen/Bereich 9)
- Lucie-Kölsch-Musikschule der Stadt Worms (Musikschule/Bereich 4)
- Kinder- und Jugendbüro Worms (KiJub/Bereich 5)
- Umwelt Klima Worms (Umweltabteilung/Bereich 3)
- Grüne Schiene (ESF-Bundesprogramm BIWAQ/Bereich 5)
- Adolf Kessel, Oberbürgermeister der Stadt Worms ((Kommunikation und Marketing/Bereich 1)
- Stadtbibliothek Worms (Bibliotheken/Bereich 4)
- Pfingstmarkt Worms (Weihnacht (Veranstaltungs-Seite/Kommunikation & Marketing/Bereich1 und Tourist Information/Bereich 7)
- Wormser Weihnacht (Veranstaltungs-Seite/Kommunikation & Marketing/Bereich1 und Tourist Information/Bereich 7)

Facebook-Seiten der Gesellschaften:

- Tiergarten Worms (Tiergarten Worms gGmbH)
- Wormser Sportbäder (Freizeitbetriebe Worms GmbH)
- Backfischfest (KVG)
- Das Wormser (KVG)
- Nibelungen-Festspiele Worms (KVG)
- Worms: Jazz & Joy (KVG)
- Spectaculum Worms (KVG)

- Nibelungenmuseum Worms (KVG)
- Worms Verlag (KVG)

Instagram-Seiten der Kernverwaltung:

- Stadt Worms (Kommunikation & Marketing/Bereich 1)
- Touristik Worms (Tourist Information/Bereich 7)
- Museum der Stadt Worms im Andreasstift (Museen/Bereich 9)
- Lucie-Kölsch-Musikschule der Stadt Worms (Musikschule/Bereich 4)
- Volkshochschule Worms (Volkshochschule/Bereich 4)
- Grüne Schiene (ESF-Bundesprogramm BIWAQ/Bereich 5)
- Umwelt Klima Worms (Klimaschutzmanagement/Bereich 7)
- MOJA Worms (Mobile Jugendarbeit Worms/Kinder- und Jugendbüro/Bereich 5)
- Haus der Jugend Worms (Kinder- und Jugendbüro/Bereich 5)
- Stadtbibliothek Worms (Bibliotheken/Bereich 4)
- Pfingstmarkt Worms (Weihnacht (Veranstaltungs-Seite/Kommunikation & Marketing/Bereich1 und Tourist Information/Bereich 7)
- Wormsliebe (Kampagnen-Seite/Tourist Information/Bereich 7)
- Wormser Weihnacht (Veranstaltungs-Seite/Kommunikation & Marketin/Bereich1 und Tourist Information/Bereich 7)

Instagram-Seiten der Gesellschaften:

- Tiergarten Worms (Tiergarten Worms gGmbH)
- Wormser Sportbäder (Freizeitbetriebe Worms GmbH)
- Das Wormser (KVG)
- Nibelungen-Festspiele Worms (KVG)
- Worms: Jazz & Joy (KVG)
- Backfischfest (KVG)
- Spectaculum Worms (KVG)
- KVG Worms (KVG)

Berufliche Netzwerk-Seiten der Kernverwaltung:

- LinkedIn Stadt Worms (Kommunikation und Marketing/Bereich 1)

TikTok-Seiten der Kernverwaltung:

- Ausbildung Stadt Worms (Kommunikation und Marketing/Bereich 1)

5. Ziele der Social-Media-Arbeit

Die Social-Media-Präsenzen der Stadt Worms verfolgen insbesondere folgende Ziele:

- transparente Information über Verwaltungshandeln
- Stärkung von Bürgernähe und Dialog
- Fragen und Anregungen der Bürger aufnehmen
- Attraktivität, Bürgerorientierung und Identifikation verbessern
- Darstellung der Verwaltung als moderner Dienstleister
- Sichtbarmachung der Mitarbeitenden
- Steigerung von Bekanntheit und Reichweite
- Unterstützung der Personalgewinnung
- Nutzung als Instrument der Krisenkommunikation
- Bewerbung städtischer Angebote und Veranstaltungen

6. Organisation und Zuständigkeiten

Die Gesamtverantwortung für alle Social-Media-Aktivitäten der Stadt Worms liegt bei der **Abteilung 1.02 Kommunikation und Marketing**.

Hauptansprechpartnerin:
Margaretha Mohr
Social-Media-Managerin
margaretha.mohr@worms.de

Weitere städtische Accounts werden von benannten Redakteurinnen und Redakteuren betreut. Alle Inhalte müssen dem gesamtstädtischen Auftritt entsprechen und dürfen diesem nicht widersprechen.

Zu den Aufgaben des Social-Media-Teams zählen u. a.:

- Themenrecherche und Content-Planung
- Erstellung von Foto-, Video- und Textinhalten
- Community Management
- Koordination städtischer Social-Media-Aktivitäten
- Beratung von Mitarbeitenden
- Monitoring und Analyse
- Weiterentwicklung der Social-Media-Strategie

7. Interne Grundregeln für die Nutzung von Social Media

Die Social-Media-Kommunikation der Stadt Worms erfolgt sachlich, transparent, bürgernah und verantwortungsbewusst.
Alle veröffentlichten Inhalte müssen den Grundsätzen der Neutralität, Wertschätzung und Rechtssicherheit entsprechen.

Inhalte: Was wird veröffentlicht?

Über die offiziellen Social-Media-Kanäle der Stadt Worms werden insbesondere folgende Inhalte veröffentlicht:

- Verwaltungs- und Serviceinformationen
- relevante Verwaltungsinformationen
- Service- und Bürgerservice-Themen
- Hinweise zu städtischen Dienstleistungen
- Veranstaltungen und Beteiligungsformate
- Stellenangebote und Ausbildungs- und Karrierethemen
- Einblicke in den Arbeitsalltag der Stadtverwaltung
- Themen aus den Bereichen Stadtleben, Tourismus, Kultur, Umwelt, Digitalisierung, Soziales und Sport

Die Inhalte sollen verständlich, zielgruppenorientiert und nachvollziehbar aufbereitet sein.

Inhalte: Was wird nicht veröffentlicht?

Nicht veröffentlicht werden insbesondere:

- diskriminierende, beleidigende oder extremistische Inhalte
- parteipolitische oder parteiergreifende Aussagen
- interne, vertrauliche oder nicht freigegebene Informationen
- personenbezogene Daten ohne rechtliche Grundlage oder Einwilligung
- Inhalte ohne geklärte Urheber-, Nutzungs- oder Persönlichkeitsrechte
- rechtswidrige, jugendgefährdende oder sittenwidrige Inhalte

8. Kommunikation und Community Management

Die Kommunikation auf den Social-Media-Kanälen der Stadt Worms folgt klaren Regeln, um einen respektvollen und konstruktiven Austausch zu gewährleisten:

- wertschätzend, sachlich und verständlich
- Ansprache: Ihr/Euch. In der direkten persönlichen Ansprache, z.B. bei der Antwort auf Kommentare/Nachrichten empfehlen wir die Sie-Form.
- keine persönlichen, politischen oder wertenden Meinungsäußerungen
- freundlicher und professioneller Umgangston
- in der Regel innerhalb eines Arbeitstages (Montag–Freitag)
- Diskussionen werden moderiert, nicht eskaliert. Ziel ist ein sachlicher Dialog, kein Schlagabtausch.
- Beiträge und Kommentare werden nur bei gelöscht bei:
    - Beleidigungen oder Diskriminierung
    - extremistischen, rassistischen oder menschenverachtenden Äußerungen
    - Spam oder wiederholten Regelverstößen

Ergänzend gelten die **Netiquette** sowie die **Datenschutzhinweise** auf www.worms.de.

9. Kritik und Krisenkommunikation

Sachliche Kritik ist ausdrücklich erwünscht und stellt einen wichtigen Bestandteil des Dialogs mit der Bürgerschaft dar.

Umgang mit Kritik

- Kritik wird ernst genommen und sachlich beantwortet
- Ziel ist Aufklärung, Information und – sofern möglich – Lösungsfindung

Krisenkommunikation

Ein Krisenfall liegt insbesondere dann vor, wenn:

- eine massive negative öffentliche Resonanz entsteht
- Tonalität oder Beitragsvolumen deutlich eskalieren
- rechtliche oder reputationsbezogene Risiken bestehen

In solchen Fällen erfolgt die weitere Kommunikation **ausschließlich in Abstimmung mit**:

- der Abteilung 1.02 – Kommunikation und Marketing
- der Social-Media-Managerin
- der jeweils zuständigen Führungsebene

Eigenständige Stellungnahmen außerhalb dieser Abstimmung sind zu unterlassen.

10. Weitere Social-Media-Accounts im städtischen Kontext

Neue oder bestehende Social-Media-Accounts mit offiziellem Charakter werden nur in begründeten Ausnahmefällen eingerichtet. Voraussetzung hierfür ist:

- die vorherige Genehmigung und enge Abstimmung mit der Abteilung 1.02 Kommunikation und Marketing,
- eine nachvollziehbare Erforderlichkeitsprüfung,
- ein schriftliches Redaktionskonzept,
- ein gesichertes Qualitäts- und Moderationskonzept,
- die vollständige Einhaltung der geltenden Datenschutzbestimmungen sowie der Impressumspflicht.

Eine frühzeitige Abstimmung mit der Abteilung 1.02 ist zwingend erforderlich. Die abschließende Entscheidung obliegt der Social-Media-Gesamtverantwortung und der Leitung der städtischen Kommunikation.
Bei Fragen oder Beratungsbedarf wenden sich Mitarbeitende bitte direkt an die Abteilung 1.02.

Social Media in den Stadtteilen

Bürgerinnen und Bürger erwarten zunehmend, dass auch kommunale Strukturen in den sozialen Medien präsent sind. Für die Stadtteile bietet Social Media die Möglichkeit, schnell, direkt und zielgerichtet über stadtteilspezifische Themen zu informieren und so einen ergänzenden Informations- und Kommunikationskanal zu schaffen.

Gleichzeitig ist es wichtig, die Stadt Worms auf Social Media einheitlich, sicher und verantwortungsvoll zu repräsentieren. Dies gilt für alle Plattformen und Netzwerke. Bei Unsicherheiten zur Einordnung oder Umsetzung steht die Abteilung 1.02 beratend zur Verfügung.

Stadtteile sind verpflichtet, die Nutzung sozialer Medien mit der Abteilung 1.02 abzustimmen, sofern ein Account mit **offiziellem Charakter** betrieben werden soll (z. B. Name „Büro des Ortsvorstehers“, Kategorie „öffentliche Dienstleistungen“).

Für den Betrieb eines offiziellen Social-Media-Accounts sind folgende Voraussetzungen zu erfüllen:

1. Erstellung einer Erforderlichkeitsprüfung
   (Orientierung unter: https:/datenschutz.worms.de → „Soziale Medien (Facebook, Instagram u. a.)“)
2. Vorlage eines an diesen Richtlinien orientierten Nutzungs- und Redaktionskonzepts
3. Sicherstellung eines Qualitätsmanagements
   (u. a. lückenlose Moderation; politische Inhalte sowie Werbung für Parteien oder parteipolitische Veranstaltungen sind ausgeschlossen)
4. Regelmäßiger Austausch mit dem städtischen Social-Media-Team zur Sicherung einheitlicher Standards
5. Einhaltung der datenschutzrechtlichen Vorgaben

Die vollständigen Unterlagen sind gebündelt bei der Social-Media-Gesamtverantwortlichen der Verwaltung sowie der Leitung der städtischen Kommunikation einzureichen. Auf dieser Basis erfolgt die abschließende Entscheidung. Bei Bedarf unterstützt die Abteilung 1.02 den Prozess beratend.

Dieses Verfahren dient der Einhaltung rechtlicher Vorgaben, einer konsistenten Außendarstellung der Stadt Worms und dem Schutz der beteiligten Mitarbeitenden. Können die Richtlinien nicht umgesetzt werden, entscheidet die Verwaltung über das weitere Vorgehen. Ist ein offizieller Auftritt nicht möglich, wird gemeinsam mit der Abteilung 1.02 nach alternativen Kommunikationsformen gesucht – dies gilt auch für die Optimierung bereits bestehender Accounts.

Nachfolgend werden Möglichkeiten aufgezeigt, wie bestehende Profile insbesondere auf Facebook und Instagram sinnvoll genutzt oder angepasst werden können.

Facebook

Als Alternative zu offiziellen Seiten stehen drei praktikable Optionen zur Verfügung:

- **Facebook-Gruppen**
  - *Öffentlich:* Inhalte und Mitglieder sind für alle sichtbar.
  - *Privat:* Beiträge sind nur für Mitglieder sichtbar; die Administratoren legen fest, wer posten darf. Diese Variante fördert den Austausch und schafft einen geschützten Kommunikationsraum.

  Offizielle Seiten können mit wenigen Schritten in Gruppen umgewandelt werden. Eine entsprechende Anleitung stellt die Abteilung 1.02 zur Verfügung.

- **Nicht-offizielle Seiten**
  Eine weitere Möglichkeit ist die Umwandlung in eine nicht-offizielle Seite, z. B. *„Infos aus Stadtteil XY“*, Kategorie *„lokaler Dienstleister/Dienstleistungen“*
  (nicht: „öffentliche Verwaltung“ oder „Regierungsbehörde“).
  Dabei gilt: kein städtisches Logo, keine Nennung der Stadt Worms im Impressum – dieses ist dennoch zwingend erforderlich.

Unabhängig davon können Ortsvorsteher private Accounts nutzen. Diese sind klar als privat zu kennzeichnen, z. B. durch folgenden Hinweis:

„Es handelt sich hierbei ausdrücklich um meine persönliche Meinung. Diese repräsentiert nicht die Positionen, Strategien oder die Meinung der Stadt Worms.“
Die Hinweise zur Nutzung privater Accounts sind zu beachten.

Instagram

Instagram bietet keine Gruppenfunktion. Stadtteile können daher entweder ein **privates Profil** für einen ausgewählten Nutzerkreis führen oder – bei öffentlichem/offiziellem Auftritt – die oben genannten Voraussetzungen erfüllen.

Bezeichnungen wie *„Ortsverwaltung XY“* oder die Kategorie *„öffentliche Verwaltung“* **sind nicht zulässig.** Möglich sind neutrale Bezeichnungen wie *„Stadtteil XY“*.

Auch hier gilt: Private Accounts von Ortsvorstehern sind zulässig, müssen jedoch eindeutig als solche gekennzeichnet werden (siehe Hinweis oben).

Für **Facebook und Instagram** gilt gleichermaßen:
Die jeweiligen Gruppen-Administratoren bzw. Seiteninhaber sind inklusive Kontaktdaten dem städtischen Kommunikationsteam unter **pressestelle@worms.de** mitzuteilen, um einen fachlichen Austausch zu ermöglichen.

Bei Rückfragen steht die städtische Social-Media-Managerin gerne zur Verfügung:
margaretha.mohr@worms.de

11. Private Accounts von Mitarbeitenden

Beiträge von Mitarbeitenden mit privaten Accounts auf offiziellen Seiten der Stadtverwaltung Worms oder auf nicht-städtischen Seiten sollten nur dann erfolgen, wenn eindeutig erkennbar ist, dass es sich um eine **rein private Meinungsäußerung** handelt. Für diese klare Kennzeichnung sind die Mitarbeitenden selbst verantwortlich, z. B. durch einen entsprechenden Hinweis wie:
„Es handelt sich hierbei ausdrücklich um meine persönliche Meinung. Diese repräsentiert nicht die Positionen, Strategien oder die Meinung der Stadt Worms.“

Dabei ist stets zu beachten, dass private Äußerungen mit den Pflichten aus dem Arbeitsvertrag oder dem Beamtenverhältnis kollidieren können. Verstöße – insbesondere die Weitergabe vertraulicher Informationen oder das Missachten der Verschwiegenheitspflicht – sind unzulässig und können arbeits- oder dienstrechtliche Konsequenzen nach sich ziehen. Bei der Nutzung sozialer Medien gelten daher immer die allgemeinen arbeits- und beamtenrechtlichen Grundsätze.

Ist in Profilinformationen privater Accounts der Arbeitgeber „Stadtverwaltung Worms“ angegeben oder sind Mitarbeitende aufgrund von Name oder Funktion eindeutig zuzuordnen, wird dringend empfohlen, das Profil ausdrücklich als privat zu kennzeichnen.

Werden Mitarbeitende im Social Web auf negative Beiträge, Vorwürfe oder Anschuldigungen im Zusammenhang mit der Stadt Worms aufmerksam, bitten wir darum, die städtische Kommunikationsabteilung zu informieren, damit ggf. weitere Schritte eingeleitet werden können (z. B. durch Weitergabe von Screenshots).

Auch im privaten Kontext ist ein besonnener und sachlicher Umgang zu wahren. Bitte widerstehen Sie dem Impuls, vorschnell zu reagieren – selbst dann, wenn Sie sich im Recht fühlen. Beleidigungen oder unsachliche Äußerungen sind zu vermeiden. Das Teilen städtischer Beiträge ist ausdrücklich erlaubt und erwünscht.

Für Kritik oder Verbesserungsvorschläge zur Verwaltung nutzen Sie bitte bevorzugt die internen Kommunikationswege, z. B. über **intern@worms.de**.

Bitte denken Sie daran: Als Mitarbeitende der Stadt Worms sind wir alle Multiplikatoren, Repräsentanten und Vorbilder 😊

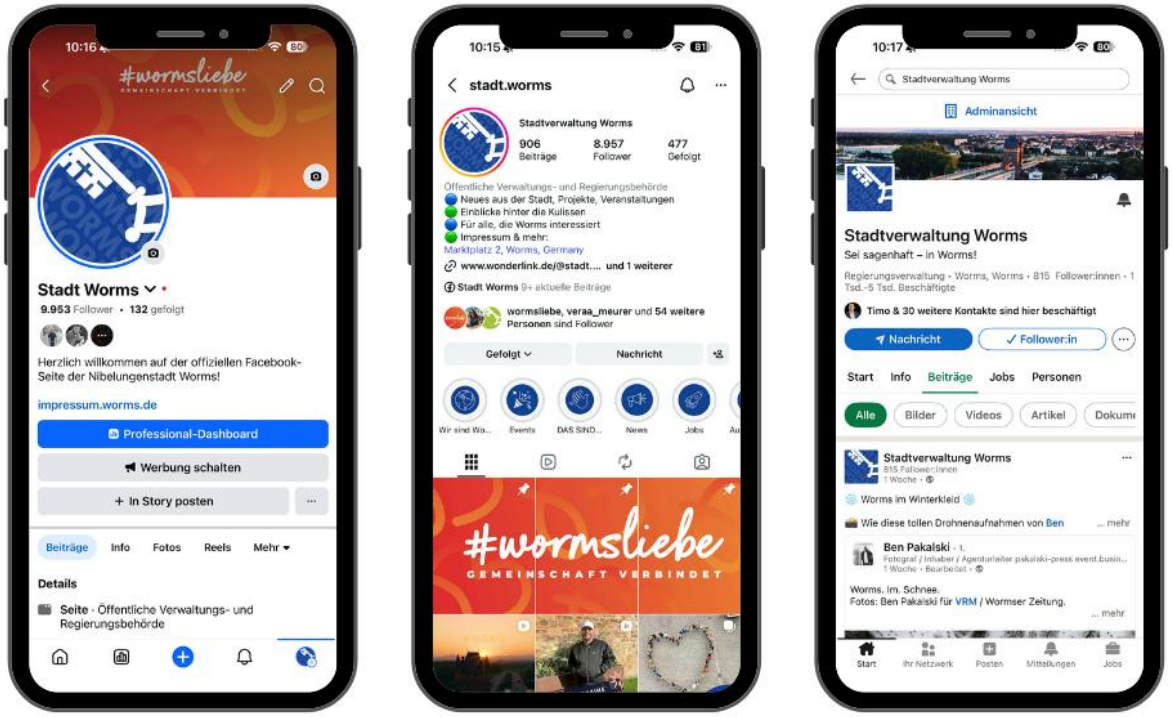
12. Monitoring und Analyse

Die Social-Media-Aktivitäten der Stadt Worms werden regelmäßig beobachtet und ausgewertet, um:

- Anliegen frühzeitig zu erkennen,
- Dialoge zeitnah zu führen,
- Themenbedarfe der Bürgerschaft zu identifizieren.

Hierbei achten die Mitarbeitenden, die für die jeweilige Social-Media-Präsenz verantwortlich sind, darauf, dass datenschutzrechtliche Vorschriften eingehalten werden.

Die Abteilung 1.02 dankt den Mitarbeitenden ganz herzlich für Ihr Engagement und für Ihre Mithilfe bei der Umsetzung der Richtlinien. Wenn es Fragen oder Anregungen gibt, stehen wir jederzeit mit einem offenen Ohr zur Verfügung 😊



Stand: Januar 2026 – redaktionelle Anpassungen vorbehalten