

## New Social Media für den SBK

### 1. Ausgangslage

An der Zielsetzungstagung 2010 des SBK wurde mit Nachdruck gefordert, dass der SBK sich in der Kommunikation gegenüber seinen Mitgliedern professionalisiert und neue Medien nutzt. So soll das Image des Verbandes verjüngt und ein entsprechendes Zielpublikum angesprochen werden. Mit dem personellen Wechsel in der Redaktion wird die Umsetzung dieses Ziels nun Realität.

Vor 10 Jahren fragte sich manche Organisation, ob es nötig ist, eine eigene Homepage aufzubauen. Heute stellt sich die gleiche Frage in Bezug auf Social Media-Plattformen. In beiden Fällen ist die Antwort: ja. 2,5 Millionen Schweizerinnen und Schweizer benutzen z.B. Facebook (FB), Tendenz steigend, wobei es nicht mehr nur die jungen sind, die sich auf dieser Plattform bewegen. Den grössten Zuwachs erhalten die über 65-jährigen.

Für eine Organisation wie den SBK bieten sich bei der Nutzung einige nicht unwesentliche Vorteile:

- eine grosse Zahl Personen ist potentiell erreichbar,
- Nachrichten verbreiten sich schnell und viral,
- Kampagnen können mit relativ geringem Aufwand ein beträchtliches Echo auslösen.

In einem ersten Schritt wird die Präsenz auf Facebook realisiert, weitere Kanäle wie Twitter, Xing, Youtube oder auch ein Blog müssen in Betracht gezogen werden und eignen sich eventuell für spezifischere Fragen (z.B. wissenschaftliche Entwicklungen).

### 2. Ziele der Facebook-Präsenz des SBK

#### Image:

Der SBK präsentiert sich als offene, moderne und kommunikative Berufsorganisation, die etwas für ihre Zielgruppe tut, ganz im Sinne von «Tu Gutes und sprich darüber».

#### Mobilisierung:

In Bezug auf konkrete politische Entscheidungen wird FB gezielt genutzt, um die Leute zu informieren und aktiv werden zu lassen. (Aktuell z.B. Nationale Wahlen, parl. Initiative KVG).

#### Informationen:

Interessantes/Relevantes mit Bezug zur Pflege allgemein oder zum SBK wird in kurzen Mitteilungen kommuniziert (denkbar auch in Form von Links zu Artikeln etc.)

#### Weitere Möglichkeiten:

Veranstaltungshinweise, Umfragen, Vernetzung mit Sektionen und Fachorganisationen, Partnerorganisationen usw. (Interessante Inputs finden sich z.B. hier:

<http://www.online-fundraising.org/index.php?/50-social-media-tipps-fuer-npos.html>)

**Positiver Nebeneffekt:** Aufgrund der höheren Verlinkung der SBK-Homepage durch die Links auf Facebook und später anderen Plattformen findet quasi automatisch eine bessere Positionierung der Homepage in Suchmaschinen statt (SEO).

### 3. Massnahmen

Neben dem konkreten Aufschalten des SBK FB-Profiles müssen für die professionelle Nutzung von FB einige Abläufe klar sein:

#### Konkreter Kommunikationsweg zum posten:

- Nur Seiten-Administratoren können Inhalte auf die Seite des SBK posten.
- Die Inhalte werden von der Geschäftsführerin freigegeben
- Verantwortlich ist Martina Camenzind [facebook@sbk-asi.ch](mailto:facebook@sbk-asi.ch)
- Inputs können an sie gemailt werden, (gerne auch mit einer webtauglichen Grafik, auch Filme sind denkbar und möglich). Sie koordiniert die Freigabe durch die Geschäftsführerin.
- Stellvertretende Administratorin bis auf weiteres: Yvonne Ribl
- Aktuell wird die Seite auf Deutsch und Französisch vorbereitet.
  
- **Kadenz der Postings:**
- Im Normalfall sollte 1-2 mal pro Woche ein Post veröffentlicht werden (Zeitaufwand: 1h/Tag/Kanal)
- Die Kadenz wird den Kampagnen angepasst.

#### Monitoring:

- Martina Camenzind beobachtet die Plattform und die Posts täglich.
- Bei destruktiven Reaktionen wird das Vorgehen (Reaktion) mit der Geschäftsführerin koordiniert.
- Facebook bietet die Möglichkeit, den Verkehr auf der Seite mittels Statistiken zu beobachten. Allfällige Anpassungen sollen sich darauf stützen.

#### Veröffentlichungsdatum: 28.9.2011

- Vorzugsweise ist zu diesem Zeitpunkt auf der SBK-Homepage ein Like-Button platziert .
- In der Zeitschrift Krankenpflege wird in der November-Nummer darauf aufmerksam gemacht.

### 4. Weiteres Vorgehen:

- Information an ZV am 22.9.2011
- Infomail an Geschäftsstellenteam am 23.9.2011
- Infomail an Gliedverbände und IGs am 27.9.2011

### 5. Evaluation

Die Evaluation findet laufend anhand des Monitorings statt. Dem Zentralvorstand werden in den „Informationen der Geschäftsstelle“ aktuelle Informationen laufend zugestellt.

21.9.2011, M. Camenzind, Y. Ribl