

Dein Verein macht sich bekannt

 **Digitale
Nachbarschaft**

**Homepage: Sicher gestalten,
organisieren und pflegen**



Homepage: Sicher gestalten, organisieren und pflegen

Handbuch der Digitalen Nachbarschaft

Die fünf Themenbereiche der Digitalen Nachbarschaft kommen direkt aus der Praxis des freiwilligen Engagements. Mit den DiNa-Handbüchern zu „Dein Verein macht sich bekannt“, „Dein Verein und seine Mitglieder“, „Dein Verein und das Geld“, „Dein Verein tauscht sich aus“ und „Dein Verein will's wissen“ macht sich Dein Verein fit fürs Netz.

Inhalt

Über dieses Handbuch	6
1 Darstellung & Inhalt:	
Wie Du Deine Website wirksam gestaltest	8
2 Administration & SEO-Analyse:	
Wie Du Deine Website zuverlässig pflegst	14
3 Netiquette & Ampel-System:	
Wie Du Feedback im Netz souverän begegnest	21
Checkliste 11 DiNa-Tipps: Online präsentieren – aber sicher!	25
Mehr digitale Themen	26
Über uns und unsere Partner	27

Über dieses Handbuch

Wenn die Schütz*innen des Bogensportvereins ihr Hobby auf einer eigenen Website präsentieren möchten, ist es wichtig, das Ziel klar vor Augen und ein paar inhaltliche und rechtliche Hilfestellungen im Köcher zu haben. Mit einfachen Website-Baukästen oder günstigen Hosting-Lösungen schaffen sie es ziel-sicher in die Trefferlisten der Suchmaschinen. Die Auf-gaben können untereinander aufgeteilt werden, beim Erstellen eines notwendigen Impressums und einer Datenschutzerklärung helfen Online-Textgeneratoren. Und wenn die Bogensportbegeisterten sich auf eine Netiquette und eine Online-Kommunikationsampel einigen, können die Administrator*innen der Web-site pfeilschnell reagieren, um Ruhe und Sachlichkeit in die Diskussion zu bringen.

Die Digitale Nachbarschaft hat **11 DiNa-Tipps** formu-liert, die Dir helfen, die digitalen Chancen für Dich und Deinen Verein sicher zu nutzen. Im ersten Kapitel geht es um die technischen und inhaltlichen Fragen bei der Gestaltung der eigenen Vereinswebsite. Das zweite Kapitel erklärt, was zur Pflege Deiner Website gehört und wie Du dabei den Datenschutz berücksichtigst. Und schließlich erfährst Du im dritten Kapitel, wie Du insbesondere mit kritischen Kommentaren auf Deiner Website richtig umgehst.

In den DiNa-Häuschen findest Du kurze und praktische Hilfsmittel:



Informieren

Hier werden Fachbegriffe verständlich erklärt.



Machen

Hier werden digitale Werkzeuge vorgestellt, die Du sofort verwenden kannst.*



Üben

Hier gibt es Übungsaufgaben, um das neue Wissen anzuwenden.



Weiterlesen

Hier werden Websites und DiNa-Handbücher mit weiterführenden Informationen empfohlen.

* Die ausgewählten Werkzeuge sind bevorzugt frei zugänglich und zumindest in der Basisversion unentgeltlich. Sie arbeiten außerdem datensparsam, transparent und möglichst werbefrei. Die Aufzählung verschiedener Alternativen folgt keiner Rangfolge, sondern ist alphabetisch geordnet.



Darstellung & Inhalt: Wie Du Deine Website wirksam gestaltest

Welche Möglichkeiten gibt es, sich als Verein mit einer eigenen Website zu präsentieren? Wie reservierst Du eine juristisch einwandfreie Domain? Und wie gelingt eine optisch ansprechende Gestaltung? Für eine erfolgreiche Präsenz Deines Vereins im Netz brauchst Du nicht unbedingt eine professionelle Webdesignausbildung. Die Digitale Nachbarschaft zeigt Dir in diesem Kapitel, wie es geht.

DiNa-Tipp

DiNa-Tipp 1: Kläre die wichtigsten Fragen vor dem Start Deiner Website!

Die kontinuierliche Kommunikation mit Mitgliedern und Unterstützer*innen ist für kleine Vereine und große Non-Profit-Organisationen gleichermaßen wichtig. Ein gelungener Webauftritt stellt Interessierten alle relevanten Informationen anschaulich bereit und weckt Interesse, mehr zu erfahren oder den Verein persönlich kennenzulernen. Das Handbuch soll Dir helfen, die folgenden Fragen vor dem Start der Website zu beantworten:

- Welche Formate können wir anbieten (zum Beispiel Texte, Bilder, Grafiken, Videos, Audiobeiträge, Podcasts, Logos, Verlinkungen) und welche Rechte haben wir daran?
- Wer hat das Know-how, die Website zu bauen? Wer kann dauerhaft bei der redaktionellen Arbeit unterstützen und benötigt Zugangsrechte?
- Wer ist rechtlich verantwortlich für die Inhalte der Website?
- Wo wird die Website mit all ihren Daten und Informationen gehostet?
- Wozu soll der Internetauftritt dienen? Welche Ergebnisse versprechen wir uns davon?
- Welche Rubriken halten wir für sinnvoll und welche Inhalte sind wichtig?
- Wie soll die Webadresse (die sogenannte Domain) lauten?

- Welches Budget steht dafür zur Verfügung?
- Wer kann Freigaben für die Inhalte und das Design erteilen?

Für die technische Umsetzung der Website gibt es je nach Anforderungen, Ansprüchen, Budget und Kenntnissen der Beteiligten unterschiedliche Möglichkeiten. Bei der Auswahl des Anbieters solltest Du darauf achten, wo dessen Webserver stehen. Anbieter mit einem Webserverstandort in Deutschland oder der Europäischen Union sind alle an die Richtlinien der EU-Datenschutz-Grundverordnung gebunden.

Baukasten oder Content-Management

Viele Anbieter bieten fertige Strukturen für Websites, sogenannte **Homepagebaukästen** an. Hier kann man aus verschiedenen Layouts das passende auswählen und in wenigen, verständlich erklärten Schritten die Menüstruktur anpassen. Assistenten und Drag-and-Drop-Funktionen helfen, die Seite richtig einzurichten. So sind auch Engagierte ohne Programmierkenntnisse in der Lage, eine ansprechende und individuelle Website zu erstellen und zu pflegen.

i

Drag-and-Drop bedeutet auf Deutsch „Ziehen und Ablegen“. Mit dieser Computerfunktion können Elemente auf dem Bildschirm angeklickt und bei gedrückter Maustaste verschoben werden.

Homepagebaukästen sind in der Regel vollständig in den sogenannten **Webhoster** des Anbieters integriert. Webhosting bezeichnet das Bereitstellen von Speicherplatz im Internet und das Ablegen von Websites auf dem Server eines Anbieters. Bei Anbietern

von Webhostings kannst Du gegen eine Gebühr eigene Domains hinzubestellen, E-Mail-Adressen wie beispielsweise eine Infomail anlegen und Zertifikate erstellen.

Bei den meisten Webhosting-Anbietern ist es möglich, in wenigen Schritten ein sogenanntes **Content-Management-System** (CMS, auf Deutsch: Inhaltsverwaltungssystem) zu installieren. Wie bei der Baukastenlösung setzt CMS keine Programmierkenntnisse für die Erstellung einer Website voraus. Während die Anzahl von Funktionen bei Homepagebaukästen durch den jeweiligen Anbieter begrenzt ist, stehen Nutzer*innen von CMS oft mehr Funktionen und Erweiterungen zur Verfügung. Mit ein wenig Einarbeitungszeit sind Content-Management-Systeme eine Alternative zu Baukästen.



Google-Sites ist ein Webhosting-Dienst des Unternehmens Google. Registrierte Nutzer*innen können kostenfrei eine Website erstellen, auf der dann allerdings auch nicht beeinflussbare Werbeanzeigen erscheinen. Verschiedene Farben, Schriftarten, Bilder und Hintergründe stehen zur Auswahl. Auf der Website können ein Blog, Kontaktformulare und ein Online-Shop eingerichtet werden, auch ein passwortgeschützter Bereich sowie Webanalysen sind möglich.

► sites.google.com

Der Homepagebaukasten von **WiX** ist intuitiv bedienbar, so dass Du eine an die Bedürfnisse Deines Vereins angepasste Website erstellen kannst. Dabei hast Du die Möglichkeit, aus einem Fundus von über 500 Gestaltungsvorlagen das passende Design zu wählen. Die mit WiX erstellten Websites sind für die Nutzung mit mobilen Endgeräten optimiert.

► de.wix.com

WordPress ein freies Content-Management-System. Mit der Open-Source-Software kannst Du nach einer kurzen Einarbeitungsphase problemlos und kostenfrei eine Website erstellen. Um weitere Dienste wie etwa einen E-Mail-Support oder erweiterte Designanpas-

sungen zu nutzen, ist es jederzeit möglich, in einen höheren Tarif zu wechseln.

► de.wordpress.com

Easyname bietet eine Hosting- und eine Domainfunktion sowie einen Homepagebaukasten an. Ab dem zweiten Jahr ist die Domainfunktion kostenpflichtig. Das Hosting und der Homepagebaukasten bleiben kostenlos. Im Paket ist ein Speicherplatz von 25 GB enthalten, E-Mail-Adressen können in unbegrenzter Anzahl eingebunden werden. Du findest das Angebot auf dem IT-Portal Stifter-helfen, das Produktspenden und Sonderkonditionen an Vereine und andere gemeinnützige Organisationen vermittelt.

► www.stifter-helfen.de

Webgo stellt ein Hosting-Paket zur Verfügung, das über eine Laufzeit von sechs Monaten kostenlos ist. Das Paket umfasst eine kostenlose .de-Domain, 44 GB Speicherplatz sowie bis zu zehn E-Mail-Adressen. Nach Ablauf der sechs Monate wird ein geringer monatlicher Betrag fällig.

► www.webgo.de/gopakete/silver-hdd/#detail

Die Privat-Tarife des Hosting-Dienstleisters **Webspace4All** eignen sich auch für die Verwaltung von Vereinswebsites. Neben einer eigenen Domain bietet beispielsweise der „Privat Mini 3.0 Tarif“ für einen sehr geringen monatlichen Betrag 1 GB Speicherplatz, zwei E-Mail-Postfächer und einen umfassenden Schutz vor Viren und Malware.

► www.webspace4all.eu/guenstigeshosting

Nahezu alle Websites verarbeiten personenbezogene Daten, auch wenn dies auf den ersten Blick nicht immer sofort zu erkennen ist. Spätestens wenn auf Deiner Website Daten von Nutzer*innen beispielsweise über ein Kontaktformular abgefragt werden, musst Du mit einer verschlüsselten Verbindung für eine sichere Übertragung dieser Daten sorgen. Durch die Nutzung eines **SSL-Zertifikats** wird der gesamte Website-Traffic verschlüsselt und kann so durch Dritte nicht abgefangen werden.

i

SSL (Secure Sockets Layer) ist zum Synonym für die Verschlüsselung von Datenströmen im Internet geworden. Dadurch werden Daten über eine sichere Verbindung vom Browser der Besucher*innen zum Server der Website versendet. Ob eine Website verschlüsselt ist, erkennen Nutzer*innen an dem grünen Schloss-Symbol im Browser, das oben neben der Webadresse (URL) zu sehen ist. Zudem ist die Verschlüsselung an dem Ausdruck „https://“ anstelle von „http://“ in der URL erkennbar.

Deine Website kannst Du auch von **Profis** programmieren lassen. Das bieten Online-Agenturen oder freie Programmierer*innen an. Wichtig ist dabei, sich vor Vertragsabschluss über spätere Administrations- und Wartungsaufgaben und die dafür anfallenden Kosten zu verständigen. In einem Lastenheft sollte vorab genau definiert werden, was programmiert wird. Ebenfalls Teil des Angebots sollten die dauerhafte Administration, das regelmäßige Aufspielen von Sicherheits-Updates sowie das Hosting und Zertifikate sein. Das schützt Dich vor versteckten Folgekosten.



Unternehmen und Organisationen können einen kostenfreien **Website-Check** durchführen. Dabei wird der Webauftritt auf schadhafte Software überprüft. Wird ein Schadprogramm identifiziert, bekommt Dein Verein eine E-Mail mit einer Anleitung zur Beseitigung des Schadens.

► siwecos.de

DiNa-Tipp 2: Recherchiere Deinen Domain-Namen gründlich!

DiNa-Tipp

Die eigene Webadresse, die sogenannte **Domain**, kann über verschiedene Anbieter registriert werden. Mit einer Onlinerecherche verschaffst Du Dir einen Überblick über die Auswahlmöglichkeiten. Recherchiere außerdem, ob der gewünschte Name der Webadresse noch frei ist. Für die Registrierung einer Adresse ist üblicherweise ein Jahresbetrag fällig. Prüfe die Kosten vor der Registrierung der Domain und studiere die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) des Anbieters zu den Kündigungsfristen, dem Widerspruchsrecht sowie der Erhebung und Verwendung von Daten.

Um nicht mit anderen, gleichnamigen Organisationen verwechselt zu werden, empfiehlt es sich, mehrere Domains mit unterschiedlichen Endungen (sogenannte Top-Level-Domains wie beispielsweise .de, .at, .com, .org) zu buchen. Das kostet zwar etwas mehr, stellt jedoch sicher, dass keine gleichnamigen Konkurrenz-Domains auftauchen.

Bei der Namenswahl der eigenen Website ist zu beachten, keine Rechte anderer zu verletzen. So darf der Fußballverein zum Beispiel keine Website mit der Adresse www.fc-schalke-04-manuel-neuers-heimatverein.de einrichten. Auch Namen mit Verwechslungsgefahr gegenüber Firmen oder Orten sind verboten.

Elemente der Website bestimmen

Als Visitenkarte des Vereins sollte die Website individuell gestaltet und getextet sein. Einige standardisierte Elemente sind aber in jedem Fall zu berücksichtigen:

- **Startseite**
Hier wird mit wenig Text prägnant vermittelt, was Dein Verein macht und wofür er steht. Die Startseite sollte die wichtigsten Themen des Vereins vorstellen und dabei mehr auf Bilder setzen als auf zu viel Text.
- **Menü & Rubriken**
Das Auswahlmenü zeigt an, welche weiteren Rubriken auf der Website zu finden sind, zum Beispiel Aktuelles, Termine und Veranstaltungen, Turnierkalender, Fotogalerien, Spielergebnisse und -berichte. Fünf bis maximal zehn Rubriken sind übersichtlich und gut nutzbar.
- **Kontakt**
Hier sind alle Kontaktdaten zu finden wie der Name des Vereins, gegebenenfalls Ansprech-

partner*innen, die Adresse, Telefonnummer und eine allgemeine E-Mail-Adresse wie zum Beispiel info@verein.de oder anfrage@verein.de. Damit die Adresse nicht für Spam-Mails missbraucht wird, lohnt es sich, das @-Sonderzeichen in Klammern oder zwischen Leerzeichen zu setzen, also info[@]verein.de oder info(at)verein.de. So können automatische Spam-Versender die E-Mail-Adresse nicht als solche erkennen. Der Kontaktbereich der Website ist außerdem nützlich für eine Anfahrtsskizze mit Auto und öffentlichem Nahverkehr sowie für ein integriertes Kontaktformular.

- **Impressum**

Ein rechtlich verpflichtendes Element jeder Website ist das Impressum, in dem steht, wer für den Inhalt der Website rechtlich verantwortlich ist. Wie ein rechtssicheres Impressum erstellt wird und welche Informationen dort erwähnt sein müssen, wird im zweiten Kapitel erläutert.

- **Datenschutzerklärung**

Eine Datenschutzerklärung ist ebenfalls ein Pflichtelement. Wie Du eine rechtssichere Datenschutzerklärung erstellst, erklärt das zweite Kapitel.

- **Cookie-Hinweis**

Seitenbetreiber*innen sollten die Einwilligung von Nutzer*innen einholen. Wie ein Cookie-Hinweis zu erstellen ist, wird ebenfalls im zweiten Kapitel erläutert.



Recherchiere drei Vereinswebsites, die in dem gleichen Leistungsfeld tätig sind: Was gefällt Dir gut, was weniger gut? Was kannst Du für die eigene Website übernehmen? Wie schätzt Du den Aufwand für die Pflege dieser Website ein?

Rubrikenstruktur erstellen

Ein **Menü** zeigt die verschiedenen Rubriken, unter denen Website-Besucher*innen weitere Informationen finden. Es ist sinnvoll, detaillierte Informationen in Rubriken aufzuteilen anstatt alles auf der Startseite

zu bündeln. So verhinderst Du, dass Website-Besucher*innen inhaltlich überfordert werden. Außerdem macht eine Unterteilung in Rubriken Inhalte leichter auffindbar. Zur Erstellung einer Rubrikenstruktur eignet sich ein Tabellenverarbeitungsprogramm. Hier können auch verschiedene Unterebenen übersichtlich dargestellt werden.



Überlege Dir sinnvolle Menüpunkte für Deinen Verein: Worüber möchtest ihr informieren? Was wollen Mitglieder und Gäste wissen? Prüfe gegebenenfalls Deine aktuelle Website: Welche Rubriken kannst Du ergänzen? Welche sind eventuell zu viel?

Gestaltungskriterien berücksichtigen

Ein eigenes Logo, eine Auswahl von zwei bis drei Farben und Schrifttypen sorgen für Wiedererkennung und ein abwechslungsreiches Erscheinungsbild. Zu viele Farben und Schrifttypen können hingegen schnell unruhig wirken. Ansprechende Bilder aus dem Verein, von den Menschen und Aktionen vermitteln eine gute Atmosphäre. Kläre unbedingt die **Nutzungsrechte** aller Bilder, die für die Online-Kommunikation verwendet werden sollen. Als Faustregel gilt: Nur Bilder, die Du oder andere Vereinsmitglieder selbst erstellt haben, dürfen für die Website genutzt werden. Und Personen, die darauf abgebildet sind, müssen ihre Zustimmung zu der Veröffentlichung geben.



Ausführliche Informationen zur rechtssicheren Nutzung von Bildern und anderen Werken findest Du im DiNa-Handbuch „Fotos und Videos: Rechte klären, online stellen und präsentieren“.

Ansprechende Texte formulieren

Website-Texte sollten möglichst kurz und verständlich geschrieben sein. Dabei lassen sich Leser*innen insbesondere durch interessante **Überschriften** zum Weiterlesen gewinnen. Die Texte sollten miteinander verbunden sein, so dass Pfade im Text, sogenannte **Links**, zu weiteren Informationen in anderen Rubriken oder auf anderen Websites führen. Dieser modulare Aufbau der Texte erlaubt den Nutzer*innen, ihren Leseweg selbst zu bestimmen. Sie können entweder nur Teile lesen, sich durch die ganze Website klicken oder einzelnen Links folgen.

Achte beim Einpflegen der Inhalte zudem auf die **Barrierefreiheit** der Texte. Nicht nur für Menschen mit Behinderung, Einschränkung oder ältere Menschen ist es wichtig, dass Websites übersichtlich, verständlich und einfach zu bedienen sind. Auch Nutzer*innen von Smartphones oder Tablets mit kleineren Bildschirmen profitieren davon. Beachte daher folgende Tipps:

- Richte das Augenmerk auf Schriftarten und Bilder, die gut lesbar und erkennbar sind.
- Achte auf eine gute Formatierung von Texten. Sie ist besonders wichtig, um Texte über Hilfsprogramme zu erfassen.
- Fasse die wesentlichen Inhalte von eingebundenen Videos, Tonaufnahmen oder Bildern als Text zusammen.
- Biete verständliche Hilfetexte an. Diese erklären beispielsweise bei Kontaktformularen, wie ein Eintrag aussehen muss, damit er vom Formular akzeptiert wird.

Die Website ► www.sicher-im-netz.de ist ein Beispiel für eine gelungene Onlinepräsenz. Die Startseite arbeitet mit prominent platzierten Bildern, die sich in einem Slider abwechseln. Das Logo des Vereins und die Farbwahl geben der Website einen hohen Wiedererkennungswert. Die Rubriken sind übersichtlich angeordnet.



Slider (auf Deutsch: Schieber) wird auf der Website ein Inhalt genannt, also beispielsweise ein Bild oder Text, der nach einer bestimmten Zeit wechselt.

Das Impressum sowie die Datenschutzerklärung befinden sich im unteren Bereich der Website. Über das Kontaktformular kannst Du Dich für den Newsletter anmelden. Dort erscheinen beim Aufruf der Seite auch der Hinweis auf den Einsatz von Cookies und die entsprechende Einwilligungserklärung.



Administration & SEO-Analyse: Wie Du Deine Website zuverlässig pflegst

Wo sind Datenschutz und Urheberrecht bei der Erstellung einer Website zu beachten? Wie organisierst Du die Pflege der Website? Und was ist Suchmaschinen-Optimierung? Sicheres Passwortmanagement und Verteilung von Zugangsrechten sind zwei der wichtigen Maßnahmen, die Du hier berücksichtigen solltest. Die Digitale Nachbarschaft zeigt Dir in diesem Kapitel, wie es geht.

DiNa-Tipp

DiNa-Tipp 3: Richte ein rechtssicheres Impressum ein!

Das Impressum gibt an, wer für die Website und ihre Inhalte rechtlich verantwortlich ist. Dies ist ein **Pflichtelement** bei Webpräsenzen, die in Deutschland gehostet (das bedeutet auf Deutsch in etwa „eingesetzt und gepflegt“) werden. Vorlagen für Impressumstexte findest Du auf redaktionellen Plattformen über die Internetsuche. Das Impressum sollte in jedem Fall enthalten:

- Name des Websitebetreibers und postalische Adresse;
- Telefonnummer und E-Mail-Adresse, sofern vorhanden auch die Fax-Nummer;
- Vertretungsberechtigte*r der Organisation.



Erstelle ein rechtssicheres Impressum für Deine (spätere) Website. Nutze dafür Impressumsgeneratoren, die Du im Internet findest. Überlege Dir: Welche Daten würdest Du auf Deiner Website gerne erheben oder beobachten?

DiNa-Tipp 4: Erstelle eine Datenschutzerklärung gemäß der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO)!

Die Datenschutzerklärung sollte von jeder einzelnen Unterseite der Website erreichbar sein. Sie erläutert im Einzelnen,

- welche personenbezogenen Daten zu welchem Zweck vom Websitebetreiber erhoben, verwendet und gespeichert werden;
- welche Daten gegebenenfalls an wen und warum weitergegeben werden;
- ob auf der Website sogenannte Cookies verwendet werden, die ebenfalls personenbezogene Daten erheben und das Klickverhalten aufzeichnen.

i

Ein **Cookie** (auf Deutsch: Keks) ist eine Textdatei auf einem Computer, die Daten über besuchte Websites enthält, die der Webbrowser beim Surfen im Internet speichert. Dadurch müssen sich Nutzer*innen beim wiederholten Besuch einer verschlüsselten Seite nicht erneut anmelden. Cookies dienen außerdem der Besucher*innen-Analyse. Sie übermitteln Informationen über Websitebesuche an die Seitenbetreiber, die damit Inhalte und Werbung gezielter auf die Interessen der Nutzer*innen zuschneiden können.



Eine Anleitung, wie Du im Browser Cookies ausschaltest, findest Du im DiNa-Handbuch „Gemeinsam im Netz: Geräte absichern, Informationen sammeln und Netzwerke teilen“.

DiNa-Tipp

Gemäß § 13 der DSGVO muss die Datenschutzerklärung präzise, transparent, verständlich und in einfacher Sprache verfasst sein. In der Datenschutzerklärung informierst Du die Besucher*innen Deiner Website, welche Daten Deine Website sammelt und warum. Für Seiten, die sich speziell an Kinder richten, gelten zusätzliche Informationspflichten.

Die DSGVO enthält außerdem ein **Koppelungsverbot**. Demzufolge darf die Erfüllung eines Vertrags nicht an die Einwilligung in die Erhebung und Verarbeitung personenbezogener Daten gekoppelt sein. Das bedeutet zum Beispiel: Wenn Du einen Download anbietest, dann können die Nutzer*innen die Datei herunterladen, ohne dafür ihre E-Mail-Adresse angeben zu müssen. Oder wenn Dein Verein einen Newsletter versendet, dann muss es möglich sein, hierfür nur eine E-Mail-Adresse anzugeben. Denn der Name oder weitere Daten der Nutzer*innen sind für den Versand eines Newsletters nicht erforderlich.

Bei komplexeren Websites, die vermehrt externe Tools zur Optimierung der Seite einsetzen, sind gegebenenfalls umfangreichere Anpassungen im Bereich des Datenschutzes notwendig. Die Datenschutzerklärung muss unter anderem bei der Nutzung folgender Elemente angepasst werden:

- Social Plugins, die es möglich machen, Inhalte von der Website direkt in sozialen Netzwerken wie Facebook zu teilen;
- Newsletter, die man über die Website abonnieren kann;
- Werbe- und Retargeting-Tools die unter anderem dazu eingesetzt werden, stark auf einzelne Nutzer*innen zugeschnittene Werbemaßnahmen auszuspielen.



Ausführliche Hintergründe zur Datenschutz-Grundverordnung mit Informationen zum Umgang mit personenbezogenen Daten findest Du im DiNa-Handbuch „Mitgliederdaten: Schützen, verwalten und verwenden“.

DiNa-Tipp 5: Informiere die Seitenbesucher*innen über den Einsatz von Cookies!

DiNa-Tipp

Vor dem Einsatz von Cookies auf Deiner Website solltest Du Dich über den aktuellen Stand der EU-Cookie-Richtlinie informieren. Um sich rechtlich abzusichern, haben viele Websites auf ihrer Startseite ein sogenanntes **Cookie-Banner** eingebunden, das über den Einsatz von Cookies informiert. Darin führt ein Link zur umfassenden Datenschutzerklärung mit einem entsprechenden Passus, der so konkret wie möglich Auskunft darüber gibt, welche Daten erhoben, wofür sie genutzt und an wen sie gegebenenfalls weitergegeben werden. Der Extra-Hinweis auf der Startseite kann beispielsweise so formuliert werden:

„Um unsere Website für Sie optimal zu gestalten und fortlaufend verbessern zu können, verwenden wir Cookies. Durch die weitere Nutzung der Website stimmen Sie der Verwendung von Cookies zu. Weitere Informationen zu Cookies erhalten Sie in unserer Datenschutzerklärung.“

DiNa-Tipp 6: Beachte bei Foto- und Videoaufnahmen die Urheber- und Persönlichkeitsrechte!

DiNa-Tipp

Fotos und Videos erzeugen Stimmungen und machen Inhalte anschaulich. Dabei ist sowohl Fingerspitzengefühl als auch Rechtsverständnis gefragt. Denn bei der Nutzung von eigenem und fremdem Bildmaterial sind die Bestimmungen des Urheber- und/oder Persönlichkeitsrechts sowie diverser Nutzungslizenzen zu berücksichtigen.

Bevor Du Materialien für Deine Website verwendest, musst Du folgende Fragen des Urheberrechts klären:

- Wer hat das Material erstellt?
- Wie ist das Material lizenziert?
- Wo wurde das Material veröffentlicht und wofür willst Du es nutzen?

Ist die Nutzung des Inhalts nicht zweifelsfrei durch eine eindeutige Lizenzierung erlaubt, müssen Rechteinhaber*innen um Erlaubnis gefragt werden. Beschreibe dabei genau, was Du für welche Zwecke wie lange nutzen willst. Eine eindeutige Nutzung erlauben beispielsweise freie **Lizenzen** wie die Creative-Commons-Lizenzen (CC). Sie beschreiben anhand von

Piktogrammen und Titeln, was mit dem Werk gemacht werden darf.

Das sogenannte **Recht am eigenen Bild** als Teil des Persönlichkeitsrechts besagt, dass alle Menschen das Recht haben, selbst zu bestimmen, ob Fotos von ihnen veröffentlicht werden dürfen. Wenn Du also Bilder von Veranstaltungen auf der Website zeigen willst, müssen die abgebildeten Menschen vorher ihr Einverständnis geben. Auch wenn diese sich mit dem Foto einverstanden erklären, müssen sie darüber informiert werden, wo das Bild veröffentlicht wird, und die Möglichkeit zum Widerspruch gegen die Veröffentlichung haben. Bei Aufnahmen von Kindern ist die Nutzung unbedingt mit den Eltern abzustimmen.

DiNa-Tipp

Sind die abgebildeten Personen Teil einer größeren Gruppe und nicht eindeutig zu identifizieren, prominent oder begeben sich wissentlich in ein TV-Interview, kann auf die Erlaubnis verzichtet werden. Die Grenzen verlaufen hier teilweise schmal, daher solltest Du Dich ausführlich mit dem Urheber- und Persönlichkeitsrecht auseinandersetzen.



Ausführliche Informationen zum Urheber- und Persönlichkeitsrecht, zu Veröffentlichungs- und Lizenzformen findest Du im DiNa-Handbuch „Fotos und Videos: Rechte klären, online stellen und präsentieren“.

Administration organisieren

Die Pflege der eigenen Website sowie einer Präsenz in sozialen Netzwerken erfordert Zeit und Kompetenzen. Wer Zugang zu rechtlich relevanten Inhalten hat, sollte sich mit dem Urheber- und Persönlichkeitsrecht auskennen. Ebenso müssen Administrator*innen mit dem Datenschutz vertraut sein, insbesondere wenn es um Kontaktanfragen und das Tracking der Seitenbesucher*innen geht.

i

Tracking ist das Verfolgen von Besucher*innenströmen durch kleine Programme. Diese liefern Informationen darüber, von welchen anderen Seiten die Besucher*innen kommen, wonach sie auf der eigenen Website gesucht und an welchen Stellen sie den Besuch der Website abgebrochen haben. Daran lässt sich ablesen, ob die Logik der Website nachvollziehbar ist und welche Inhalte besonders relevant sind.

DiNa-Tipp 7: Aktualisiere die Inhalte Deiner Website regelmäßig!

Die **Kommunikation** über die Website lebt von der Aktualität und vom Dialog. Mit jeder neuen Meldung, einem Foto und auch durch das Teilen von interessanten Inhalten pflegst Du die Beziehung zu den Mitgliedern und Websitebesucher*innen. Daher sollten die Inhalte der Website zwei- bis dreimal in der Woche, mindestens jedoch einmal im Monat aktualisiert werden. Auch eine sorgfältige Terminplanung zeichnet eine gute Administration aus. Bei der Veröffentlichung der Beiträge sollten die jeweiligen Administrator*innen ihre Namenskürzel angeben. Dann ist eindeutig klar, wer was veröffentlicht hat.

Um als Administrator*in im Sinne des Vereins bestmöglich, rechtssicher und kompetent den Online-Auftritt gestalten zu können, solltest Du

- mit den wichtigsten Funktionen der Website vertraut sein;
- wissen, wofür der Verein steht, und die Ziele der Online-Kommunikation des Vereins kennen;
- Kenntnisse und Zugang zu allen Informationen haben, um Fragen kompetent beantworten zu können.

DiNa-Tipp 8: Nutze sichere Passwörter für die Website-Administration!

In vielen Vereinen sind mehrere Administrator*innen je nach zeitlicher Verfügbarkeit aktiv, was einen flexiblen Umgang mit Zugängen und Passwörtern erfordert. Die Weitergabe von Passwörtern ist dabei immer sorgfältig abzuwägen, da bei der gemeinsamen Nutzung von Benutzer*innenkonten schwer nachvollziehbar ist, wer was auf der Website oder Profilseite gemacht hat.

Zur Sicherheit sollten sich die Passwörter für den Zugang zur Website, zum Vereinscomputer und weiteren Onlinepräsenzen sowie Anwendungen unterscheiden. Passwörter sollten generell

- nur an Personen weitergegeben werden, die verantwortungsvoll mit Daten und der Online-Kommunikation umgehen;
- nicht an öffentlichen Orten aufbewahrt werden, zu denen mehrere Mitglieder oder auch Gäste Zugang haben, sondern nur verschlüsselt abgelegt werden (beispielsweise in einem Passwort-Management-Tool);
- mindestens acht Zeichen aus Buchstaben (Groß- und Kleinschreibung), Zahlen und Sonderzeichen enthalten;
- nicht in Bezug zur Organisation stehen, sodass sie nicht erraten werden können.



Wie Du ein sicheres Passwort anlegst und Dir mehrere Passwörter für verschiedene Anwendungen gut merken kannst, erfährst Du im DiNa-Handbuch „Gemeinsam im Netz: Geräte absichern, Informationen sammeln und Netzwerke teilen“.

Websites optimieren

Der Einstieg in die Internetrecherche erfolgt in der Regel über eine Suchmaschine. Über die dort eingegebenen **Keywords**, sogenannte Schlüsselwörter, werden Websites gefunden. Die Keywords „Hockey“, „Aschaffenburg“ und „Verein“ sollten beispielsweise auf der Website eines Aschaffener Hockey-Vereins auftauchen, damit die Suchmaschine sie bei diesen Stichworten findet.

Keywords unterscheiden sich je nach Verein und können je nach Ziel einer Kampagne wechseln. So gehst Du vor, um eine Liste mit relevanten Keywords zu erstellen:

Brainstorming

Wonach suchen Leser*innen, wenn sie Deine Seite finden wollen? Welche Wörter geben sie in die Suchmaschine ein?

Keyword-Recherche

Prüfe vorab das Suchvolumen der einzelnen Begriffe mithilfe entsprechender Online-Tools.

Themen-Cluster

Überlege Dir zu einem Themenkomplex mehrere Keywords, denn Suchmaschinen erkennen oft semantische Zusammenhänge.

Du kannst die Texte auf Deiner Website für die Internetsuche optimieren, wenn Du die Keywords häufig im Text verwendest. Der Fachbegriff dafür ist **SEO** (search engine optimization, auf Deutsch: Suchmaschinenoptimierung). Beachte dabei unbedingt, dass der Text noch angenehm lesbar ist und nicht als überoptimiert wahrgenommen wird. Zudem sind für das Suchmaschinen-Ranking Verlinkungen von anderen Websites auf Deine Website hilfreich. Durch guten und relevanten Content (auf Deutsch: Inhalt; so nennt man auch den Informationsgehalt von Websites) steigt die Wahrscheinlichkeit, dass andere auf Deine Website verlinken.



Answerthepublic.com ist ein kostenloses Tool zur Recherche von Long-Tail-Keywords, die aus mehreren Keyword-Kombinationen bestehen. Zu einem selbst eingegebenen Keyword auf der Startseite sammelt answerthepublic Vorschläge aus der Google-Suche und ordnet diese nach Fragen sowie nach Präpositionen, die im Zusammenhang mit dem Keyword besonders häufig gesucht werden. Dies gibt beispielsweise Aufschluss über die Suchintention hinter einem Keyword. ► [answerthepublic.com](https://www.answerthepublic.com)

Auch das Unternehmen Google bietet Tools zur Optimierung von Websites. **Google Trends** gibt Aufschluss darüber, welche Präferenzen es für Themen gibt. Und der **Keyword-Planner** von Google Ads zeigt Dir das Suchvolumen für Keywords und Keyword-Ideen an. Kostenpflichtig lassen sich hier auch Werbekampagnen buchen.

► www.google.de/trends

► adwords.google.com/KeywordPlanner

Ubersuggest.org ist ein weiteres kostenloses Tool, das Keyword-Ideen liefert.

► neilpatel.com/de/ubersuggest

Mit dem **WDF*IDF-Tool** lassen sich Texte bezüglich des Vorkommens und der Anzahl bestimmter Schlüsselwörter und Formulierungen analysieren. Dazu gibst Du auf der Startseite ein Keyword und eine Internetadresse ein. Auf Basis der Analyse kannst Du die Texte auf der Deiner Website verändern, um bei der Google-Suche weiter oben gelistet zu werden.

► www.wdfidf-tool.com



Überlege Dir zehn Keywords, mit denen Dein Verein bei einer Suchmaschinensuche gefunden werden soll. Wenn Dein Verein bereits eine Website hat, solltest Du die vorhandenen Texte auf diese Keywords hin untersuchen und Stellen markieren, an denen sie besser eingebunden werden können.

DiNa-Tipp 9: Anonymisiere die erhobenen Daten von Websitebesucher*innen vor der Analyse!

Um die Inhalte der eigenen Website zu optimieren, kannst Du die Navigationswege Deiner Besucher*innen analysieren. Dafür stehen kostenfreie **Tracking-Tools** zur Verfügung. Die folgenden datenschutzrechtlichen Regeln solltest Du bei der Nutzung von Analysetools unbedingt beachten:

- Nimm den Hinweis auf das verwendete Tracking-Tool und die Nutzung von Cookies mit in die Datenschutzerklärung auf und kläre Deine Besucher*innen transparent über Umfang und Zweck der Erhebung ihrer Daten auf.
- Räume den Nutzer*innen eine jederzeit verfügbare Widerrufsoption ein: Tracking-Anbieter bieten dazu meistens ein Skript, das in die Website integriert und als Link in die Datenschutzerklärung eingefügt wird. Besucher*innen können so individuell das Webtracking der Website abschalten. Dabei handelt es sich um ein sogenanntes Opt-out-Verfahren, da die Nutzer*innen gegen die voreingestellte Datenerhebung optieren können.
- Alternativ können Tracking-Tools teilweise so konfiguriert werden, dass die Datenerhebung erst nach individueller Erlaubnis durch die Nutzer*innen startet (das sogenannte Opt-in-Verfahren).
- Schließe mit dem Anbieter der Tracking-Software einen Auftragsverarbeitungsvertrag gemäß § 28 EU-DSGVO ab.

- Anonymisiere die IP-Adresse der Besucher*innen vor der Speicherung auf dem Server und der Durchführung von Analysen. Hierzu kannst Du die letzten Stellen der erfassten IP-Adresse löschen. Viele Analysetools bieten Dir die Möglichkeit, die erfassten Daten automatisch zu anonymisieren.

Sobald andere Dienstleister Zugriff auf die Daten Deiner Mitglieder und Unterstützer*innen haben und diese verarbeiten, musst Du mit diesem Unternehmen einen **Auftragsverarbeitungsvertrag** abschließen. Dies betrifft nicht nur den Versand von Newslettern oder die Verwaltung von Spendengeldern über externe Dienstleister, sondern auch die Verarbeitung von Nutzer*innendaten über Tracking-Tools.



Online gibt es Vorlagen für Auftragsverarbeitungsverträge, die Du für Deinen Verein anpassen kannst. Mehr zum Thema Auftragsverarbeitungsvertrag und Datenschutz findest Du im DiNa-Handbuch „Mitgliederdaten: Schützen, verwalten und verwenden“.



Google Analytics ist der Marktführer unter den Tracking-Tools. Die Anwendung liefert vielfältige Daten zur Analyse und ist unkompliziert zu bedienen. Die erfassten Daten werden jedoch auf Fremdservern gespeichert, die Datenhoheit liegt somit nicht bei den Websitebetreibern.

► analytics.google.com/analytics/web

Matomo ist ein verbreitetes Open-Source-Tracking-Tool. Matomo läuft auf dem eigenen Server und nicht auf einem Fremdserver. Du musst das Tool selbst installieren, es ist dadurch jedoch datensparsamer.

► matomo.org

Open Web Analytics ist eine kostenlose Open-Source-Software, mit der Du die Nutzung Deiner Vereinswebsite analysieren kannst. Die Software stellt beispielsweise eine sogenannte Click-Heatmap zur Verfügung, die Aufschluss darüber gibt, welche Bereiche Deiner Website häufig angeklickt werden. Auch klassische Analysekatgorien wie die Page Impressions, die Besuchertypen sowie die Klickabfolge (auf Englisch: click stream) werden zur Verfügung gestellt.

► www.openwebanalytics.com

3

Netiquette & Ampel-System: Wie Du Feedback im Netz souverän begegnest

Was ist beim Meinungs austausch im Internet grundsätzlich zu beachten? Welche Verhaltensmaßnahmen helfen bei Kommunikationskrisen? Und wie lässt sich Missverständnissen im Netz vorbeugen? Um souverän und rechtssicher reagieren zu können, solltest Du Dich mit den wichtigsten Kommunikationsregeln vertraut machen. Die Digitale Nachbarschaft zeigt Dir in diesem Kapitel, wie es geht.

Meinungen im Netz

Das Internet ist auch eine große **Meinungsplattform**. Diese zeichnet sich dadurch aus, dass sich Meinungen online besonders schnell verbreiten und potenzieren können. Zudem verzichtet die digitale Kommunikation in der Regel auf Mimik und Körpersprache, was ein zusätzliches Potenzial für Missverständnisse birgt. So kann sich hinter einem überschwänglichen Lob auch eine ironische Kritik verbergen. Oder aber ein ehrliches Lob wird fälschlicherweise als Kritik verstanden. Umso wichtiger ist es, bei der öffentlichen Kommunikation besonders aufmerksam zu sein und überlegt zu handeln.

Für Vereine stellt sich insbesondere die Frage, wie viel **öffentliche Kritik** sie als gemeinnützige Organisation zulassen müssen und wo die Grenze zur rechtlich relevanten Beleidigung liegt. Um auf der eigenen Website Probleme nicht größer zu machen, solltest Du bei kommunikativen Angriffen höflich und dialogorientiert bleiben. Administrator*innen können Hilfe anbieten oder ein persönliches Gespräch vorschlagen. Denn konstruktive Kritik ist grundsätzlich eine Chance zur Verbesserung. Ein sogenannter **Shitstorm**, bei dem große Mengen von kritischen Kommentaren bis hin zu Hass-Kommentaren auf eine Website treffen, ist sehr selten und oft die Folge von mehreren Kommunikationsfehlern.

Wichtig ist, bei Einrichtung der Website abzuwägen, in welchen Bereichen Du die **Kommentarfunktion** aktivierst. Außerdem kannst Du entscheiden, ob Kommentare sofort „öffentlich“ und somit für alle sichtbar sind, oder vor Veröffentlichung erst freigeschaltet werden müssen. Ist die Kommentarfunktion aktiv, erfolgt die

Kommunikation schriftlich. Dies ermöglicht es, diese zu speichern und nachzuvollziehen, wer was gesagt hat. So kannst Du rechtswidrige Angriffe dokumentieren und nachweisen, auch wenn der Eintrag selbst nachträglich wieder gelöscht wird. Das gilt zugleich auch für die eigenen, eventuell zu emotionalen Reaktionen.

DiNa-Tipp 10: Einige Dich in Deinem Verein auf eine Netiquette!

DiNa-Tipp

i

Der Begriff **Netiquette** setzt sich zusammen aus dem englischen Wort für Internet („Net“) und dem französischen „Etiquette“ für Verhaltensregeln. Dabei geht es um ein Regelwerk für den angemessenen und respektvollen Umgang miteinander in der Online-Kommunikation. Eine Netiquette besteht meist aus wenigen Grundregeln, die auf einer Website, in einem Forum oder in sozialen Medien hinterlegt oder verlinkt werden.

Die Netiquette hat zwar keine juristische Relevanz, bietet aber die Grundlage für einen positiven Dialog. Mit der Nutzung der Website akzeptieren Besucher*innen diese Umgangsregeln. Das heißt, wer gegen die von Deinem Verein formulierte Netiquette verstößt, kann mit seinen Kommentaren gelöscht oder gesperrt werden. Bei ausufernden Diskussionen kannst Du auf die Netiquette verweisen und andere Mitglieder der **Community** um Unterstützung bitten. Sie können sich in die öffentliche Debatte einschalten und den Verein mit seinen Umgangsregeln verteidigen. Bei einer aktiven, gut gepflegten Community geschieht dies meist ganz von allein.



Eine **Community** oder auch Online-Community (auf Deutsch: Internet-Gemeinschaft) bezeichnet eine organisierte Gruppe von Personen, die im Internet über Plattformen miteinander kommunizieren.



Ein Muster für eine solche **Netiquette** findest Du auf den Seiten des Deutschen Instituts für Erwachsenenbildung – Leibniz-Zentrum für Lebenslanges Lernen e.V. Zu dem Artikel „Die Netiquette – Eine Vorlage für Regeln zur legalen und fairen Kommunikation“ gelangst Du, wenn Du auf der Website in das Suchfeld oben rechts den Begriff „Netiquette“ eingibst.

► wb-web.de

Bei erfolglosen Problemlösungsversuchen und abgelehnten Dialogangeboten empfiehlt es sich, vorab anzukündigen, dass weitere Kommentare ab sofort gelöscht werden, wenn sie die Netiquette verletzen. So besteht die Chance, bei der kritisierenden Person eine Mäßigung zu bewirken und die Löschung wird nicht als Zensur missverstanden. Das kommentarlose Löschen kritischer Kommentare provoziert hingegen oft noch mehr Kritik. Außerdem ist es wichtig, authentisch zu bleiben. Vorgefertigte Textbausteine und allgemeine Worthülsen erkennen die Nutzer*innen sofort.

Neben der Netiquette kannst Du das **virtuelle Hausrecht** Deines Vereins auch in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) der Website festschreiben. Formuliere dabei die Regeln so genau wie möglich. Akzeptieren die Nutzer*innen die AGB mit einem Bestätigungshäkchen oder auch nur durch Nutzung der Website, kannst Du Dich auf die AGB berufen, falls Du Einträge löschst oder Personen den Zugang zu einem geschlossenen Bereich verwehren willst.

Kommentare mit eindeutig beleidigenden, rassistischen oder nicht rechtskonformen Äußerungen können und müssen sofort gelöscht werden.



Suche und lies die Netiquette-Regeln Deines meistgelesenen journalistischen Onlineportals. Welche Elemente kannst Du für Deine Onlinepräsenz übernehmen?

DiNa-Tipp

DiNa-Tipp 11: Reagiere bei Kommunikationskrisen im Netz nach Plan!

Wann wird aus Kritik eine Krise und schlägt in einen Shitstorm um? Um bei kritischen Situationen in der digitalen Kommunikation richtig zu reagieren, hilft ein transparentes Warnstufensystem.

Das **Ampel-System** bereitet auf Kritik und Krisen vor und hilft, zur richtigen Zeit die richtigen Schritte zu ergreifen. Ein planvolles Vorgehen beachtet alle Rechte und vermeidet größere Schäden für Image oder Vereinskasse. Das Ampel-System teilt verschiedene Formen der Kritik einzelnen Stufen mit bestimmten Reaktionen zu. Die Stufen und die Reaktionen legt jeder Verein selbst fest. Hier ein Beispiel:

- **Grün**
Es gibt eine kritische Stimme, ein Dialog ist aber möglich. Die Administrator*innen entscheiden selbst, was zu tun ist.
- **Gelb**
Es gibt mehrere kritische Stimmen und es handelt sich um ein sensibles Thema. Es sollte ein anderes Mitglied oder der Vorstand hinzugezogen werden.
- **Rot**
Es handelt sich um eine Kritikwelle mit hochsensiblen Thema. Ein Dialog ist nicht mehr möglich, der Vorstand und/oder Rechtsbeistand ist hinzuzuziehen.

Der Reaktionsplan zum Umgang mit Kritik sollte unbedingt rechtzeitig erstellt werden und allen Administrator*innen bekannt sein. Denn aufgrund der

kurzen Reaktionszeiten im Internet wird eine schnelle Antwort bei kritischen Äußerungen erwartet. Sich erst bei einem Vorfall Gedanken zu machen, was zu tun ist und wer zu informieren ist, kann wertvolle Reaktionszeit kosten und zu weiterer Kritik führen.



Sammle kritische Fragen, die Deinem Verein begegnen könnten.

Shitstorm vs. Kritik

Kritik ist in der Kommunikation mit größeren Gruppen normal, was auch für die Online-Kommunikation gilt. Der Unzufriedenheit Einzelner oder kleinerer Gruppen kann mit den Grundregeln der Krisenbewältigung begegnet und Unstimmigkeiten so meistens gelöst werden. Ein Shitstorm hingegen geht mit vermehrt beleidigenden Äußerungen im Internet einher. Es kann eine Facebook-Seite treffen, einen Twitter-Account oder den Kommentarbereich eines Blogs oder einer Website. Ein Shitstorm unterscheidet sich von einer Kritikwelle durch folgende Merkmale:

- zahlreiche, schnell aufeinanderfolgende Kritik von vielen Personen;
- unsachliche und/oder unbestimmte Argumentation der meisten Kritiker*innen;
- keine Offenheit der Kritiker*innen für Argumente oder Lösungsversuche;
- Beleidigungen, Pauschalisierungen sowie persönliche Angriffe, so dass der Betrieb oder die Moderation des Kommentarbereichs der Website nicht mehr möglich ist.

Wenn Argumente oder Lösungsangebote keine Wirkung zeigen, kann es im Umgang mit Shitstorms zielführend sein, der Kritik eine Weile freien Lauf zu lassen. Um die Kritiker*innen dennoch nicht allein zu lassen, können Betreiber*innen von Websites

- transparent kommunizieren, dass die Kritik gelesen und ernst genommen wird;

- den Kritiker*innen mitteilen, dass sie nicht auf alles im Einzelnen antworten können, aber in Kürze mit einer Reaktion oder einem Lösungsvorschlag auf sie zugehen werden (idealerweise wird der Zeitpunkt so konkret wie möglich formuliert);
- bei länger anhaltenden Kritikwellen diese Informationen immer wieder posten, damit auch alle Seitenbesucher*innen sie lesen;
- parallel ein Statement posten (per Text oder Video), wie mit der Kritik verfahren wird.



Auf der Website **internet-beschwerdestelle.de** kannst Du über verschiedene Online-Formulare volksverhetzende Äußerungen, jugendgefährdende Darstellungen oder einfach Inhalte melden, die Du für rechtswidrig hältst.

► www.internet-beschwerdestelle.de



Wie Du mit Cybermobbing, Hate Speech und Shitstorm umgehst, erklären wir Dir im DiNa-Handbuch „Soziale Netzwerke: Kennenlernen, nutzen und souverän kommunizieren“.

Wie Fake News, Social Bots und Filterblasen die Meinungsbildung im Internet beeinflussen, erfährst Du in der multimedialen Reportage „Meinungsmache im Netz“ auf der Plattform

► 1001wahrheit.de



Dein Verein macht sich bekannt

Checkliste

11 DiNa-Tipps: Online präsentieren – aber sicher!

-  1. Kläre die wichtigsten Fragen vor dem Start Deiner Website!
-  2. Recherchiere Deinen Domain-Namen gründlich!
-  3. Richte ein rechtssicheres Impressum ein!
-  4. Erstelle eine Datenschutzerklärung gemäß der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO)!
-  5. Informiere die Seitenbesucher*innen über den Einsatz von Cookies!
-  6. Beachte bei Foto- und Videoaufnahmen die Urheber- und Persönlichkeitsrechte!
-  7. Aktualisiere die Inhalte Deiner Website regelmäßig!
-  8. Nutze sichere Passwörter für die Website-Administration!
-  9. Anonymisiere die erhobenen Daten von Websitebesucher*innen vor der Analyse!
-  10. Einige Dich in Deinem Verein auf eine Netiquette!
-  11. Reagiere bei Kommunikationskrisen im Netz nach Plan!

Mehr digitale Themen

Du möchtest Sicherheitsinformationen tagesaktuell auf Dein Smartphone erhalten?

Lade kostenlos die SiBa-App herunter:

► www.sicher-im-netz.de/siba

Du möchtest digitale Kompetenzen weitervermitteln?

1001 WAHRHEIT ist eine Online-Plattform, um Themen der digitalen Welt zu verstehen: von Meinungsmache im Netz über digitalen Nachlass bis hin zu Datenschutz. Die Initiative des Projektpartners Deutsche Telekom eignet sich zum Selbststudium und für Multiplikator*innen im Umgang mit unterschiedlichen Lerngruppen. ► www.1001wahrheit.de

Die DsiN-BSI-**Cyberfibel für digitale Aufklärung** ist ein Handbuch für Multiplikator*innen in Vereinen, Stiftungen, Bildungseinrichtungen, Volkshochschulen oder Verbänden über grundlegende Verhaltensstandards für sicheres und selbstbestimmtes Handeln in der digitalen Welt. ► www.cyberfibel.de

Der **Digital-Kompass** unterstützt engagierte Menschen, älteren Generationen die Chancen des Internets und ihrer sicheren Nutzung näher zu bringen. Im Mittelpunkt steht der Erfahrungsaustausch zur verständlichen Vermittlung für Senior*innen deutschlandweit.

► www.digital-kompass.de

Du interessierst Dich für aktuelle digitalpolitische und digital-gesellschaftliche Themen?

Das **Kompetenzzentrum Öffentliche IT (ÖFIT)** vom Fraunhofer-Institut für offene Kommunikationssysteme (FOKUS) beschäftigt sich mit der Entwicklung von Informationstechnologien im öffentlichen Raum, die gesellschaftliche Lebensbereiche und Infrastrukturen zukünftig beeinflussen. ► www.oeffentliche-it.de

BSI für Bürger ist ein kostenloses Informationsangebot des Bundesamtes für Sicherheit in der Informationstechnik zum sicheren Surfen im Internet.

► www.bsi-fuer-buerger.de

D3 – so geht digital ist die Plattform der Stiftung Bürgermut mit Informationen und Veranstaltungen rund um Digitalisierungsthemen für Vereine, Verbände, Initiativen und Social Start-ups.

► www.so-geht-digital.de

Du hast noch Fragen?

Schreibe eine E-Mail an:

dina@digitale-nachbarschaft.de

Informationen zu aktuellen Veranstaltungen, Webinaren und weitere Materialien findest Du auf unserer Website:

► www.digitale-nachbarschaft.de

Über uns und unsere Partner



Deutschland sicher im Netz e. V.

Deutschland sicher im Netz e.V. (DsiN) wurde 2006 als Verein auf dem ersten Nationalen IT-Gipfel gegründet. Als gemeinnütziges Bündnis unterstützt DsiN Verbraucher*innen und kleinere Unternehmen im sicheren und souveränen Umgang mit der digitalen Welt. Dafür bietet der Verein in Zusammenarbeit mit seinen Mitgliedern und Partner*innen konkrete Hilfestellungen sowie Mitmach- und Lernangebote für Menschen im privaten und beruflichen Umfeld an. Schirmherr des Vereins ist der Bundesminister des Innern, für Bau und Heimat.



Die Digitale Nachbarschaft

Mit dem Projekt Nachbarschaft Digital >Ehrenamt >Sicher >Transformieren (DiNa) sensibilisiert Deutschland sicher im Netz e. V. (DsiN) Vereine, Initiativen und freiwillig engagierte Bürger*innen für die Chancen der Digitalisierung. Das Projekt verfügt über ein bundesweites Netzwerk von regionalen Anlaufstellen (DiNa-Treffs), das bedarfsgerechte Unterstützungsangebote für Bürger*innen im Ehrenamt bereitstellt. Die lokale Verankerung im vertrauten, ehrenamtlichen Umfeld fördert die nachhaltige Verbreitung von digitalen Themen im Alltag, bei denen IT-Sicherheit und Datenschutz grundlegend für ein erfolgreiches digitales Wirken im Ehrenamt sind. Mit zwei Infobussen (DiNa-Mobile) ist die DiNa auch mobil im Einsatz zu Fragen der Digitalisierung.



Das Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat

Die Aufgaben des Bundesministeriums des Innern, für Bau und Heimat (BMI) sind ebenso vielfältig wie verantwortungsvoll. Das Spektrum reicht von der Rolle als Hüter der Verfassung und Förderer des gesellschaftlichen Zusammenhalts über die Integration, Sportförderung des Bundes und die Informationstechnik bis hin zu den Sicherheitsaufgaben.

Als „Verfassungs- und Kommunalministerium“ ist das BMI für die Modernisierung von Staat und Verwaltung zuständig, aber auch für Kernfragen der staatlichen und föderalen Ordnung wie beispielsweise das Wahlrecht. Ziel der Digitalpolitik des Bundesministeriums des Innern ist es, die vielfältigen Chancen der Digitalisierung für möglichst viele Menschen zu ermöglichen und zugleich etwaige Risiken zu minimieren.



Die Deutsche Telekom AG

Die Deutsche Telekom ist eines der führenden integrierten Telekommunikationsunternehmen weltweit. Chancengleiche und aktive Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft ist der Telekom stets ein wichtiges Anliegen. Mit ihrem Angebot „Medien, aber sicher“ leistet sie einen wichtigen Beitrag zur Gestaltung der Digitalisierung in der Gesellschaft, indem ein kompetenter, verantwortungsvoller und dadurch sicherer Umgang mit neuen Technologien ermöglicht werden soll. Ziel ist die Förderung von Medienkompetenz für Jung und Alt. So stellt die Deutsche Telekom AG zum Beispiel über die Plattform „1001 Wahrheit“ gesellschaftlich relevante Themen wie Darknet, Meinungsmache im Netz oder Digitale Freundschaft vor und lädt zur kontroversen Diskussion zum jeweiligen Thema ein.



Das Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement (BBE)

Das Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement (BBE) ist ein Zusammenschluss von Akteuren (vorrangig Organisationen und Institutionen) aus Zivilgesellschaft, Wirtschaft und Arbeitsleben, aus Staat und Politik, Medien und Wissenschaft. Das übergeordnete Ziel des BBE ist es, die Bürgergesellschaft und bürgerschaftliches Engagement in allen Gesellschafts- und Politikbereichen nachhaltig zu fördern. In der Kooperation mit DsiN trägt das BBE im Projekt Digitale Nachbarschaft nachhaltig zur Förderung von Engagierten im Umgang mit den Chancen der Digitalisierung bei. Das Netzwerk versteht sich als Wissens- und Kompetenzplattform für bürgerschaftliches Engagement.

Ein Projekt von:



Mit Unterstützung von:



Gefördert durch:



Deine DiNa ist nah dran ...

- an Deinem Verein: Die DiNa-Treffs und DiNa-Mobile sind analoge Begegnungsorte für digitale Themen.
- an Deinen Themen: Die DiNa-Angebote und Materialien entwickeln wir aus der Praxis des freiwilligen Engagements.
- an Deiner Art zu lernen: Die DiNa-Workshops und Webinare zeigen die Chancen des Internets und wie Du sie sicher nutzt.

www.digitale-nachbarschaft.de