

Satzung

„Arbeitskreis Social Media Relations in der Unternehmenskommunikation“

§ 1 – Name des Arbeitskreises

Der Arbeitskreis trägt den Namen „Arbeitskreis Social Media Relations in der Unternehmenskommunikation“.
Er hat seinen Sitz in der Elisabethstraße 13 in 80796 München.

§ 2 – Zweck

Zweck des Arbeitskreises ist:

1. Erarbeitung und Vermittlung sowie die Weiterentwicklung von Wissen aus dem Bereich Social Media Relations unter Gesichtspunkten der Unternehmenskommunikation im B2B- / B2C-Segment.
2. Sammlung und Auswertung von relevanten Arbeitsergebnissen aus den o.g. Fachgebieten.
3. Herausgabe von Informationen an interessierte Fachleute und Nichtfachleute.
4. Fachübergreifende Einbeziehung von Erkenntnissen anderer wissenschaftlicher Disziplinen.
5. Förderung und Gestaltung eines Berufsbildes „Social Media Relations Expert“.
6. Erarbeitung / Verbreitung von Verhaltens- und Arbeitsstandards beim Einsatz von Social Media in der Unternehmenskommunikation sowie beim Ausüben Social Media relevanter Beratungsleistungen. Grundlage dieser Standards bildet der „Social Media Code of Conduct“ des Arbeitskreises.
7. Beobachtung von Trends und Entwicklungen im o.g. Fachgebiet sowie Kommentierung der Entwicklungen und Erkenntnisse.
8. Erstellen von Studien / Umfragen; Erhebung von Daten und Fakten u.ä., die zur Erklärung bzw. zur Wissensvermittlung im Zusammenhang von Social Media unter Gesichtspunkten der Unternehmenskommunikation relevant sind.

Satzung

„Arbeitskreis Social Media Relations in der Unternehmenskommunikation“

§ 3 – Non Profit

1. Der Arbeitskreis verfolgt nicht in erster Linie wirtschaftliche Zwecke.
2. Mittel des Arbeitskreises dürfen nur für die satzungsgemäßen Zwecke verwendet werden. Die Mitglieder des Arbeitskreises dürfen in ihrer Eigenschaft als Mitglieder keine Zuwendungen aus Mitteln des Arbeitskreises erhalten.

§ 4 – Mitgliedschaft

Mitglieder können natürliche sowie juristische Personen werden.

Der Arbeitskreis kann

- a) ordentliche Mitglieder: Angehörige von Berufsgruppen, die im Bereich Kommunikation, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Medien erfahren, kompetent und aktiv tätig sind;
- b) außerordentliche Mitglieder;
- c) fördernde Mitglieder aufnehmen.

Die Mitgliedschaft entsteht durch Beitritt in den Arbeitskreis; über die Aufnahme entscheidet das Leitungsgremium des Arbeitskreises. Die Ablehnung der Aufnahme durch das Leitungsgremium ist nicht anfechtbar; ein Anspruch auf Aufnahme besteht nicht. Die Mitgliedschaft endet durch Tod oder Austritt. Bei satzungs- bzw. arbeitskreiswidrigem Verhalten eines Mitgliedes kann die Arbeitskreisleitung dessen

Satzung

„Arbeitskreis Social Media Relations in der Unternehmenskommunikation“

Ausschluss mit drei Viertel Mehrheit beschließen. Der Beschluss ist schriftlich zu begründen und kann binnen eines Monats nach Zustellung vom Mitglied schriftlich angefochten werden.