

SOCIAL MEDIA LEITLINIEN

Version 0.1



Kommunikation unterliegt einem ständigen Wandel. Besonders im Bereich Social Media (z.B. Facebook, XING, Twitter) haben sich zahlreiche neue Kommunikationskanäle entwickelt. Die DMS hält es für sinnvoll, sich diesen neuen Kommunikationswegen zu öffnen. Gleichzeitig sollen die Beschäftigten im Hinblick auf Besonderheiten und Risiken beim Umgang mit den sozialen Medien sensibilisiert werden.

Die Leitlinien bieten für die berufliche Nutzung Sicherheit und Orientierung. Bitte beachten Sie diese, wenn Sie Social Media Aktivitäten planen und umsetzen.

1 Unterscheiden Sie berufliche und private Nutzung

Beruflich eingerichtete Accounts sind ausschließlich beruflich zu nutzen. Verwenden Sie zur Betreuung und Administration dieser Accounts keine privaten Zugänge.

Auch bei der Nutzung Ihrer privaten Accounts bitten wir Sie berufliche Themen mit der nötigen Sensibilität und Loyalität gegenüber Ihrem Arbeitgeber und Ihren Kolleginnen und Kollegen zu behandeln und Meinungsäußerungen als Ihre private Meinung zu kennzeichnen. Beachten Sie dabei, dass auch hier die Verschwiegenheitspflicht in Bezug auf vertrauliche, dienstliche Inhalte greift.

2 Machen Sie sich Ihrer Verantwortung bewusst

Wenn Sie Social Media Kanäle nutzen, machen Sie sich bitte vorher bewusst, dass Sie als Teil der DMS handeln und dass alles, was Sie veröffentlichen, einen (positiven wie negativen) Einfluss auf die öffentliche Wahrnehmung der DMS, im Querschnitt über alle Interessensgruppen von Gesellschaftern über Mitarbeiter bis hin zu Lieferanten, Kunden und Geschäftsinteressen, haben kann.

Bauen Sie daher nur mit Zustimmung der Geschäftsleitung Social Media Aktivitäten auf, die in Ihren beruflichen Zuständigkeitsbereich fallen und in denen Sie die DMS nach außen vertreten dürfen. Nehmen Sie sich im Vorfeld Zeit zu analysieren und zu entscheiden, ob ein Engagement sinnvoll ist. Der Social Media Leitfadener der DMS bietet hier Orientierung.

3 Wählen Sie Ihre Inhalte sorgfältig aus

Verfassen Sie Inhalte mit der gleichen Sorgfalt und Loyalität, wie bei anderen Medien auch und beachten Sie auch hier die Verschwiegenheitspflicht in Bezug auf dienstliche Inhalte.

Die Zielstellung, Kommunikationskanäle und Inhalte sind mit der Geschäftsführung im Vorfeld abzustimmen. Der zentrale Auftritt der DMS wird in den jeweiligen Social Media Kanälen vom Leiter Marketing und Vertrieb verantwortet und betreut. Hier sollten u.a. zentrale Terminankündigungen oder hochkarätige Auszeichnungen etc. erst veröffentlicht werden – der Leiter hat die Aufgabe zu bewerten, welches strategisch der beste Kanal und welcher der optimale Zeitpunkt der Veröffentlichung ist.

Wenn Sie unsicher sind, ob Sie eine Information veröffentlichen dürfen, halten Sie mit Ihrer oder Ihrem Vorgesetzten Rücksprache oder sprechen Sie den Leiter für Vertrieb und Marketing an.

4 Treten Sie in den Dialog

Kommunikation in Sozialen Netzwerken setzt die Bereitschaft voraus, mit der Zielgruppe in einen echten und persönlichen Dialog treten zu wollen. Um erfolgreich zu sein reicht es nicht aus, den eigenen Social Media-Kanal regelmäßig mit Nachrichten zu bestücken. Beantworten Sie Fragen, regen Sie Diskussionen an und liefern Sie qualitativ hochwertige und zielgruppenrelevante Inhalte, die Ihrer Zielgruppe einen Mehrwert bieten und die Bindung stärken. Der Social Media Leitfaden der DMS gibt hier Hilfestellungen.

5 Finden Sie den richtigen Ton

Geben Sie sich so, wie Sie es auch in anderen Kommunikationsformen (z.B. am Telefon) tun würden: freundlich, professionell und konstruktiv. Vermeiden Sie jede Form von Verunglimpfungen, Diskreditierungen oder Provokationen. Brechen Sie Gespräche und Diskussionen ab, wenn Ihre Gesprächspartnerin oder Ihr Gesprächspartner beleidigend wird.

6 Seien Sie Ehrlich und sorgen Sie für Transparenz

Halten Sie sich auch im Social Web an die Wahrheit. Falschaussagen oder Weglassungen sind im Internet schnell nachprüfbar und werden sofort aufgedeckt. Prüfen Sie alle Informationen vor ihrer Veröffentlichung auf ihre Richtigkeit. Trennen Sie zur Vermeidung von Missverständnissen Meinungen und Fakten. Kommentieren Sie Beiträge nicht anonym oder unter der Verwendung eines Pseudonyms.

7 Stehen Sie zu Fehlern und reagieren Sie auf Kritik

Werden Inhalte, die Sie veröffentlicht haben, kritisiert, antworten Sie zeitnah sachlich und begründet. Nehmen Sie die Kritik ernst und versuchen Sie angemessen zu reagieren. Eigene Fehler sollten Sie zugeben, das stärkt Ihre Glaubwürdigkeit und beugt Missverständnissen vor. Wenn Sie sich nicht sicher sind, wie Sie auf eine Kritik reagieren sollen, wenden Sie sich an den Leiter Vertrieb & Marketing. Oftmals löst sich die Kritik durch Einträge anderer User auf. Auf keinen Fall sollten Sie negative Kommentare oder Kritik löschen. Einziger Grund für die Löschung von Kommentaren sind rechtswidrige Inhalte (z.B. Verletzung der Rechte einer anderen Person und Verstöße gegen das Gesetz), hier sind Sie sogar zur Löschung verpflichtet.

8 Wahren Sie Persönlichkeits- und Urheberrechte

Persönlichkeits- und Urheberrechte müssen auch bei der Nutzung von Social Media eingehalten werden. Stellen Sie bei der Veröffentlichung beispielsweise von Fotos oder Videos sicher, dass die darauf abgebildeten Personen mit einer Veröffentlichung einverstanden sind. Stammen Fotos, Videos oder Texte nicht von Ihnen, müssen Sie zudem sicherstellen, dass und ggf. unter welchen Voraussetzungen der Urheber mit der Veröffentlichung einverstanden ist. Auch kostenlose Bilddatenbanken enthalten z.B. oftmals spezielle Nutzungsbedingungen, die Sie beachten müssen. Zitate sind zulässig, wenn diese als solche gekennzeichnet sind und über einen entsprechenden Quellennachweis verfügen.

9 Beachten Sie Datenschutz- und Haftungsfragen

Machen Sie sich unbedingt mit den Nutzungsbedingungen des Social Media-Kanals, den Sie nutzen wollen, vertraut. Hier kann die Empfehlung der DMS zur Nutzung Sozialer Netzwerke, die wichtige Informationen für den Umgang mit den personenbezogenen Daten gibt, hilfreich sein. Wahren Sie das Recht auf informationelle Selbstbestimmung Dritter und stellen Sie nur Informationen ein, die Sie vorab mit der entsprechenden Person abgesprochen haben. Hinsichtlich der Haftung gilt: Soziale Medien stellen nur einen Service zur Verfügung, die Haftung bleibt beim Mitglied. Die Mitglieder haften demnach für ihre eigenen Inhalte - auch für die Inhalte, die beauftragte MitarbeiterInnen veröffentlicht haben und die andere gepostet haben – sofern diese trotz Kenntnis der Rechtswidrigkeit nicht gelöscht werden.

Berlin 05.-11.2012

Ort, Datum



Geschäftsführung