



SOCIAL MEDIA RICHTLINIEN

10 Tipps für Unternehmen und ihre
Mitarbeiter



SOCIAL MEDIA RICHTLINIEN

10 TIPPS FÜR UNTERNEHMEN UND IHRE MITARBEITER

Wie bewegen sich mein Unternehmen und meine Mitarbeiter geschäftlich korrekt in Social Media? Auch wenn Mitarbeiter verschiedene soziale Netzwerke nur in ihrer Freizeit nutzen, verschwimmen private und berufliche Inhalte immer mehr im Social Web. Durch das steigende Interesse an sozialen Netzwerken, Online-Communities, Kommunikations-Tools und Dienstleistern rund um Social Media sehen Unternehmen einen Handlungsbedarf, ihre Mitarbeiter aktiv zu lenken und gleichzeitig ihre Marken, Produkte und Dienstleistungen zu schützen.

Social Media Richtlinien sind ein angemessenes Mittel zur Bildung eines aktiven Bewusstseins für den richtigen Umgang mit den neuen Kommunikationsmechanismen im Internet.

Der Leitfaden „Social Media Richtlinien – 10 Tipps für Unternehmen und ihre Mitarbeiter“ wurde von der Fachgruppe Social Media im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. veröffentlicht und stellt sowohl Handlungsempfehlungen als auch eine Absicherung der Mitarbeiter und des Unternehmens vor potenziellen Risiken dar. Der Leitfaden zeigt somit die grundlegenden Inhalte zur Erstellung unternehmenseigener Social Media Richtlinien auf. Unternehmen sollten die für sie zutreffenden Inhalte des Leitfadens für ihre eigenen Social Media Richtlinien aufgreifen und ausführliche Informationen in Form von FAQ oder Tipps zu konkreten Anwendungsfällen mit Handlungsempfehlungen für Aktivitäten in Social Media bereitstellen.

I. DEFINIEREN SIE ZIELE

Stellen Sie die Unternehmensziele von Social Media für Ihre Mitarbeiter klar und deutlich dar. Definieren Sie dabei eine Strategie, die für alle Unternehmensbereiche gilt. Social Media kann verschiedene Funktionen übernehmen, wie beispielsweise zur Kommunikation offizieller Unternehmensmeldungen oder zur Promotion von Produkten und Dienstleistungen auf Fanpages oder werblichen Microsites. Auch der Dialog mit Kunden, Geschäftspartnern und Meinungsmachern ist eine oft gesehene Nutzung. Gleichzeitig dient Social Media als Informationsquelle für jeden Mitarbeiter, um bei Bedarf spezifische Fachinformationen zur Unterstützung der Arbeitsleistung zu beziehen. Mitarbeiter sollten daher aktiv ihr Wissen und ihre Kenntnisse ausbauen, indem sie Kommunikations-Tools oder Inhalte nutzen und dabei ihr Fachwissen regelmäßig erweitern.

2. GEHEIMNISSE SIND GEHEIM UND INTERNA BLEIBEN INTERN

Bereits existierende Kommunikations- und Verhaltensrichtlinien des Arbeitgebers gelten selbstverständlich auch für das Veröffentlichen von Inhalten im Internet. Offizielle Informationen eines Unternehmens, die bereits von der Presseabteilung veröffentlicht wurden, dürfen von Mitarbeitern eigenständig verbreitet werden. Geschäfts- und Betriebsgeheimnisse, Informationen zu Projekten, Akquisitionen, Kunden und Mitarbeitern sowie Finanzdaten dürfen nur mit ausdrücklicher Zustimmung des Arbeitgebers veröffentlicht werden.

Mitarbeiter sollten sich vor einer Veröffentlichung gegebenenfalls schriftlich mit ihrem Vorgesetzten abstimmen und ihre eigenen beziehungsweise die vertraglichen Verpflichtungen des Unternehmens, wie zum Beispiel Geheimhaltungsvereinbarungen oder Verschwiegenheitserklärungen, beachten. Um rechtliche Belange sowie Presseanfragen sollten sich nur die zuständigen Mitarbeiter kümmern. Offizielle Mitteilungen des Unternehmens erfolgen ausschließlich durch die Geschäftsführer oder durch die Pressebeziehungsweise Kommunikationsabteilung.

3. MITARBEITER MÜSSEN AUTHENTISCH SEIN

Wo auch immer Mitarbeiter in Social Media unterwegs sind, werden sie von außenstehenden Personen zuerst als Teammitglieder angesehen. Mitarbeiter sollten sich dessen bei ihren Veröffentlichungen und Aktivitäten im Internet immer bewusst sein. Ihre Mitarbeiter sollten zu ihrem eigenen Schutz und dem Schutz des Unternehmens deutlich machen, wenn sie sich als Privatpersonen äußern. Adäquate Hilfsmittel stellen beispielsweise Hinweise im Impressum persönlicher Blogs oder in den Profilbeschreibungen verschiedener Benutzerkonten von Social Networks dar. Indem Mitarbeiter in Einzelfällen darauf hinweisen, dass der jeweilige Inhalt nur ihre persönliche Meinung und nicht die Position des Arbeitgebers reflektiert, können sie Social Media aktiv in ihrem Privatleben ausleben, ohne den Arbeitgeber direkt mit diesen Aktivitäten in Verbindung zu bringen. Behalten Sie dennoch im Hinterkopf, dass die Aussagen Ihrer Mitarbeiter auch bei privaten Aktivitäten in Social Media weiterhin als Aussagen Ihres Unternehmens gewertet werden können.

Für ein authentisches Auftreten sollten sich Mitarbeiter mit vollständigem Vor- und Nachnamen, Funktion und Unternehmen zu erkennen geben, sofern die veröffentlichten Inhalte ihre Arbeit betreffen. Dazu zählen vor allem Blogbeiträge und Kommentare auf internen und externen Websites. Die Mitarbeiter sollten ihre Identität nicht durch Pseudonyme verschleiern.

4. WER VERÖFFENTLICHT, ÜBERNIMMT VERANTWORTUNG

Machen Sie Ihren Mitarbeitern klar, dass sie für ihre veröffentlichten Meinungsäußerungen immer selbst verantwortlich sind. Jede Veröffentlichung kann über kurz oder lang von Vorgesetzten, Kollegen oder ehemaligen Mitarbeitern, bestehenden oder potenziellen Kunden sowie von Partnern, Bloggern oder Journalisten gelesen werden. Mitarbeiter sollten sich der möglichen Folgen, Konsequenzen und Reaktionen bewusst sein und aktiv darauf hingewiesen werden.

Reagieren Sie als Unternehmen mit ihren Mitarbeitern zeitnah und angemessen auf direkte Fragen, Anregungen und Kritik. Antworten Sie auf themenbezogene Leserkommentare und konstruktive Kritik höflich und sachlich. Zeigen Sie Integrität, Kompetenz und Humor – schließlich haben Sie es mit Menschen als Kunden, Geschäftspartnern oder Meinungsbildner und nicht mit virtuellen Persönlichkeiten zu tun.

5. INTERNE KRITIK IST ERLAUBT, BLEIBT ABER INTERN

Auch wenn ein Unternehmen von seinem Produkt oder seiner Dienstleistung vollkommen überzeugt ist, müssen Mitarbeiter nicht alles mögen. Dennoch sollten Ihre Mitarbeiter nach außen voll und ganz hinter ihrem Unternehmen stehen. Wenn den Mitarbeitern etwas missfällt, sollten diese Themen intern mit den jeweiligen Fachbereichen oder mit den Vorgesetzten angesprochen werden. Konstruktive Verbesserungsvorschläge sollten von allen Mitarbeitern ausdrücklich erwünscht sein. Jedoch lässt eine öffentliche Kritik durch die Mitarbeiter an dem Unternehmen, seinen Produkten und Dienstleistungen das Unternehmen vor Geschäftspartnern, Kunden, Journalisten und selbst vor anderen Mitarbeitern in einem schlechten Licht stehen.

6. GEHEN SIE MIT FEHLERN OFFEN UM

Fehler sind menschlich. Wenn Ihre Mitarbeiter Fehler machen, sollten sie dazu stehen. Blogbeiträge, Kommentare oder Tweets sollten nicht einfach unkommentiert verändert oder insgeheim entfernt werden. Die Fehler müssen vielmehr proaktiv und konstruktiv kommentiert werden. Ihre Mitarbeiter sollten ehrlich mit sich selbst umgehen und im Zweifelsfall ihre Vorgesetzten auf die Fehler ansprechen. Einen Fehler einzugehen, wirkt in der Öffentlichkeit besser als der Versuch der Rechtfertigung und Löschung. Sofern Mitarbeiter ihre früheren Beiträge ändern, empfiehlt sich eine klare Kennzeichnung dieser Änderungen. Zur Dokumentation sollten alle originalen Inhalte gespeichert werden, um Änderungen am Originalbeitrag nachvollziehen zu können.

7. SCHONEN SIE IHRE GESCHÄFTSBEZIEHUNGEN

Selbst wenn Partner und Kunden Ihren Mitarbeitern Stress oder Ärger bereiten, sollten Mitarbeiter ihren persönlichen Frust niemals in der Öffentlichkeit ablassen. Ihre Geschäftspartner und vor allem Kunden sind wichtig – ohne sie geht gar nichts. Mitarbeiter sollten dies in allen Veröffentlichungen beachten. Negatives oder Respektloses über potenzielle Kunden und bestehende Geschäftspartner zu verbreiten, sollte tabu sein. Vielmehr sollten Ihre Mitarbeiter Partner, Nutzer und Dritte bei möglichen Problemen unterstützen und ihnen helfen, gemeinsam für etwaige Probleme eine Lösung zu finden. Professionalität und Höflichkeit im Umgang mit Gesprächspartnern sollten für Ihre Mitarbeiter eine Selbstverständlichkeit sein. Dazu zählt auch der respektvolle Umgang mit anderen Meinungen, denn auch unternehmensfremde Personen können Experten auf ihrem Gebiet sein.

8. BEACHTEN SIE DAS GELTENDE RECHT

Mitarbeiter sollten die Rechte der Nutzer sowie die Rechte unbeteigter Dritter, insbesondere Urheber- und Persönlichkeitsrechte wie Privatsphäre und Datenschutz respektieren und sich an bestehende Gesetze halten. Dazu zählen ebenfalls die geltenden Markenrechte. Ein Verzicht auf Obszönitäten, Beleidigungen und Diskriminierungen hinsichtlich Rasse, Religion, Geschlecht oder Herkunft sollte selbstverständlich sein.

9. SCHRÄNKEN SIE PRIVATE NUTZUNG VON SOCIAL MEDIA WÄHREND DER ARBEITSZEITEN EIN

Sofern eine private Nutzung des Internets am Arbeitsplatz nicht ausgeschlossen ist, empfiehlt es sich, Ihren Mitarbeitern die Nutzung von Social Media in Maßen zu erlauben. Grundsätzlich darf die private Nutzung von Social Media keine Auswirkungen auf die Arbeit und Leistung der Mitarbeiter haben. Mitarbeiter sollten sich auf ihre Arbeit konzentrieren und nicht zu sehr ablenken lassen. Chatgespräche mit Freunden und/oder Familie auf sozialen Netzwerken sollten daher ausschließlich in ihrer Freizeit und nicht während der Arbeitszeit stattfinden. Wenn Ihre Mitarbeiter dennoch Social Media intensiv während der Arbeitszeit nutzen möchten, sollten Sie Ihren Mitarbeitern ermöglichen, die in Social Media verbrachte Zeit an die eigentliche Arbeitszeit anzuhängen und das Büro entsprechend später zu verlassen.

10. SOCIAL MEDIA ERFORDERT KONTINUIERLICHES ENGAGEMENT

Social Media Richtlinien sollten von Ihrem Unternehmen kontinuierlich erweitert und an aktuelle Anforderungen angepasst werden. Das Unternehmen und seine Mitarbeiter sollten zu ihrem gegenseitigen Schutz sicherstellen, dass alle Mitarbeiter die Sinnhaftigkeit der Richtlinien verstehen und sie befolgen. Sollten einzelne Mitarbeiter nicht genügend Fachwissen zu einem bestimmten Thema besitzen oder Fragen zu den Richtlinien haben, sollten sie das Gespräch mit ihren Vorgesetzten oder den Experten Ihres Hauses suchen. Benennen Sie dazu einen oder mehrere kompetente Ansprechpartner bei Fragen zu den Social Media Richtlinien. In der Praxis stammen diese Ansprechpartner aus den Bereichen Personalwesen und PR & Öffentlichkeitsarbeit; alternativ ziehen Sie einen externen Berater hinzu. Die zentralen Ansprechpartner sollten sich auf den Umgang mit Social Media spezialisiert haben und bereichsübergreifend denken.

Prüfen Sie die Richtlinien vor ihrer Anwendung durch Ihre Rechtsabteilung und binden Sie gegebenenfalls den Betriebsrat mit ein. Neben der eigentlichen Anwendung im Unternehmen zählt ebenfalls eine Veröffentlichung Ihrer Social Media Richtlinien zu einem kontinuierlichen Engagement, damit jeder Mitarbeiter zu jeder Zeit Zugriff auf das Regelwerk erhält. Hierzu eignet sich neben der gedruckten Form im Unternehmen vornehmlich das Intranet, aber auch eine direkte Veröffentlichung im Internet kann von Vorteil sein. In jedem Fall kommt es bei Ihrem Engagement in Social Media vor allem auf die Unternehmensphilosophie und die eigentliche Affinität für Social Media seitens der Mitarbeiter an.

ÜBER DIE AUTOREN



**Isabel Blank, Projektmanagerin,
Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.**



**Sabrina Panknin, PR-Managerin,
ethority GmbH & Co. KG**



**Mike Schnoor, Teamleader PR & Corporate Communications
sevenload GmbH**

Herausgegeben von



Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.

Kaistraße 14 | 40221 Düsseldorf

Tel 0211.600 456-0 | Fax 0211.600 456-33

info@bvdw.org | www.bvdw.org

ISBN 978-3-942262-02-6