



SOCIAL MEDIA GUIDELINES

FÜR UNTERNEHMEN

4.4.2011

IAB Austria – Arbeitsgruppe Social Media Social Media Guidelines für Unternehmen

6 Zentrale Tipps für Unternehmen und ihre Mitarbeiter

Die berufliche und private Nutzung von Social Media Networks überlagert sich aufgrund der steigenden Nutzungszeit immer mehr. Da Angestellte in diesen Netzwerken natürlich auch über deren Arbeitgeber bzw. andere Unternehmen schreiben, entsteht eine direkte Kommunikation über Unternehmen durch potentielle Kunden und Interessenten.

Um hier Unternehmen und seinen Mitarbeitern als erste Anlaufstelle zu dienen und sich aktiv in Diskussionen rund um das eigene Unternehmen im Social Media Umfeld zu beteiligen, sind Social Media Guidelines ein passendes und neutrales Mittel.

Ziel dieser Guidelines sollen Handlungsempfehlungen für den Umgang mit diesen neuen Medien sein.

Auf diesen Richtlinien aufbauend können unternehmensinterne Empfehlungen an die Mitarbeiter gegeben werden, um somit noch mehr Transparenz in das Unternehmen zu bringen.

1. Definieren Sie Social Media und die Ziele der Aktivitäten

Aufgrund des oft unterschiedlichen Verständnisses des Begriffes "Social Media" soll im ersten Schritt eine klare Definition gefunden und kommuniziert werden.

Anhand dieser Definition sind die Ziele sowie die unmittelbaren Maßnahmen in diesem Bereich darzustellen. Diese können verschiedenster Natur sein, wie z.B. die Kommunikation unternehmensrelevanter Meldungen, zur Promotion von Produkten und Dienstleistungen oder zur Stärkung der Kundenbeziehungen. Für Mitarbeiter im speziellen soll Social Media als weiterer unternehmensinterner sowie fachspezifischer Informationskanal dargestellt werden.

2. Streitigkeiten über Partner bzw. mit Kunden vermeiden

Geschäftsbeziehungen haben ihre Höhen und Tiefen, jedoch sollte man nie den Partner in sozialen Medien an den Pranger stellen oder Streitigkeiten über diesen Kanal austragen. Immerhin ist der Kunde eine der wertvollsten Ressourcen eines Unternehmens und es sollte die Beziehung gestärkt und nicht durch einen leichtfertigen Streit aufs Spiel gesetzt werden.

Der Social Media Bereich sollte vielmehr als ideale Ergänzung zu bestehenden Kundenbeziehungsmaßnahmen gesehen werden und es sollten die Dialoggruppen in ihren Fragen unterstützt werden und bei Problemen versucht werden gemeinsam adäquate Lösungen zu erarbeiten. Auf jeden Fall wird in diesem Umfeld der respektvolle Umgang miteinander großgeschrieben und andere Meinungen sollten genauso respektiert werden wie die eigene.

3. Der Dialog soll authentisch und ehrlich sein

Einer der wichtigsten Grundsätze bei der Kommunikation in sozialen Netzwerken ist sicherlich die Ehrlichkeit und Aufrichtigkeit im Umgang mit den Dialogpartnern. Fehler können jedem passieren, jedoch ist es eine schlechte Lösung diese zu vertuschen, da dies im Nachhinein zu schlimmeren Auswirkungen führen kann. Fehler und die ehrliche Kommunikation über diese machen Unternehmen menschlicher und greifbarer und sollten deshalb eingestanden werden anstatt z.B. Kommentare, Blogbeiträge etc. zu löschen.

Ihren Mitarbeitern sollen bei jeder Aktivität im Social Media Bereich daran denken, sich klar und deutlich zu äußern wer hinter dem Eintrag steht. So macht es einen Unterschied ob sie sich als Privatperson zu einem unternehmensrelevanten Thema äußern und die eigene Meinung vertreten oder als Kommunikator im Auftrag des

Unternehmens agieren. Eine klare Trennung von Meinungen und Tatsachen ist unumgänglich.

Im Impressum bei privaten Blogs oder in Profilbeschreibungen von Social Networks kann klargestellt werden, wer hinter den Äußerungen steht. Somit können Mitarbeiter zu ihrem eigenen Schutz und dem Schutz des Unternehmens aktiv an Diskussionen teilnehmen und ihre Meinung veröffentlichen.

4. Wer veröffentlicht, übernimmt Verantwortung

Machen Sie ihre Mitarbeiter darauf aufmerksam, welche Risiken und Gefahren die Kommunikation vertraulicher (unternehmensinterner) Daten mit sich bringt. Da jede Meinungsäußerung im Social Media Bereich eindeutig zurückverfolgt werden kann, ist die Kommunikation hier nicht so anonym wie es im ersten Moment für viele scheint.

Als Arbeitgeber können Sie so aktiv Ihre Mitarbeiter informieren, um angemessen und zeitnah auf Fragen und Kritik in Bezug auf das Unternehmen zu reagieren. Besonders wichtig ist klarzustellen, dass nicht der Spaß beim Kommunizieren genommen werden soll, sondern es soll lediglich die Verantwortung aus Unternehmenssicht klargemacht werden.

5. Interessenten einen Mehrwert bieten

Bieten Sie Interessenten an Ihrem Unternehmen und an Ihren Produkten einen Mehrwert und versorgen Sie die Dialogpartner mit relevanten Informationen. Menschen wollen in erster Linie einen Nutzen daraus ziehen wenn Sie mit einem Unternehmen in sozialen Netzwerken in Kontakt treten, Sie können diesen zum Beispiel durch spezielle Hintergrundinformationen oder Gewinnspiele herstellen. So ist Ihnen positive Rückmeldung so gut wie sicher.

6. Social Media erfordert kontinuierliches Engagement

Der Social Media Bereich verändert sich dermaßen schnell, dass eine Anpassung der Social Media Richtlinien an zukünftige Entwicklungen erforderlich sein wird. Sowohl für den Arbeitgeber als auch für die Arbeitnehmer sollte sichergestellt werden, dass beide dieselbe Auffassung der Richtlinien haben sowie die Sinnhaftigkeit von diesen erkennen und verstehen. Bei Rückfragen oder Unklarheiten zu einzelnen Punkten oder Detailfragen sollte mindestens eine Ansprechperson für die Mitarbeiter erreichbar sein. Im Regelfall kommt dieser Experte aus den Bereichen Personalwesen und PR & Öffentlichkeitsarbeit und kann schnellstmöglich eine passende Antwort geben.

Im Vorfeld könnten einige Fallbeispiele per Fragenkatalog (FAQ) kommuniziert werden um so praxisnaher und anschaulicher auf Anwendungen einzugehen.

Zudem sollten die ausgearbeiteten Guidelines unbedingt mit der Rechtsabteilung sowie mit dem Betriebsrat abgeklärt werden. Die Richtlinien selbst sollten zentral und öffentlich für jeden Mitarbeiter zugänglich sein (z.B. Intranet, Newsletter Ankündigung, Mitarbeiterzeitschrift etc.).

Erstellt in Kooperation mit dem BVDW

