

achtung! Social Media Kompass: „Use Your Brain“ v1.2, 1.5.2010

Für **achtung!** sind Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die wichtigsten Botschafter des Unternehmens nicht nur im „richtigen Leben“ sondern auch im Internet. Für Kommunikationsberaterinnen und Kommunikationsberater ist es keine Option, nicht an Social Media teilzunehmen. Darum erwartet **achtung!**, dass die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auch selbst Erfahrungen in sozialen Netzen und anderen Social-Media-Anwendungen sammeln, und ermutigt sie dazu.

Da es im Umgang mit diesen Kommunikationsformen noch viele Unsicherheiten gibt, hat **achtung!** diesen Social-Media-Kompass zusammen- und zur Diskussion gestellt. Er bildet die Leitplanke für das eigene Engagement und wird gemeinsam mit euch fortgeschrieben. Neben den **10 Hinweisen** ist und bleibt es wichtig, bei allen Aktivitäten den gesunden Menschenverstand zu benutzen.

In allen Zweifelsfällen steht **@luebue** für einen Rat zur Verfügung.

10 Hinweise für Social Media

1. Sei ganz du selbst, aber lege deinen Hintergrund offen.

Vertrauen und Glaubwürdigkeit sind die Grundpfeiler sozialer Netze. Verstelle dich nicht, sondern zeige, wer und wie du bist. Zur offenen Kommunikation in Social Media zählt auch, dass du deinen Hintergrund immer offen legst.

Wenn du **achtung!**-Themen oder Themen von **achtung!**-Kunden ansprichst, sage immer, dass du bei **achtung!** arbeitest. Das gleiche gilt, wenn du über Wettbewerber von **achtung!**-Kunden sprichst. Transparenz kannst du beispielsweise durch ein „Disclosure“ sicherstellen und dadurch, dass du in deinem Profil erwähnst, dass du bei **achtung!** arbeitest.

Grundsätzlich äußern sich **achtung!**-Mitarbeiter nicht zur Kundenarbeit, wenn der Kunde es nicht ausdrücklich möchte oder erlaubt.

*Beispiel: Ich arbeite bei **achtung!** und XYZ ist ein Kunde, hier vertrete ich jedoch meine eigene Meinung.*

2. Schütze deine Privatsphäre.

Sei dir bewusst, dass online Publiziertes auch nach langer Zeit noch gefunden werden kann, selbst wenn es auf der ursprünglichen Seite gelöscht wurde. Achte also darauf, welche Informationen du im Netz über dich preisgeben willst und wie du dich präsentierst.

Dränge Multiplikatoren und Kunden nicht deine „Freundschaft“ auf. Unterlasse Sprüche, die deine Arbeit in ein falsches oder missverständliches Bild rücken.

3. Sei auch als Privatperson professionell.

Auch wenn du Social Media „nur“ privat nutzt, kann es vorkommen, dass du auf berufliche Kontakte stößt oder mit Fragen aus deinem Beruf oder zu deinen Kunden konfrontiert wirst. Dann ist es gut, wenn dir deine privaten Profile nicht peinlich sein müssen. In unserem Beruf lassen sich Job und Privatleben auch online nicht immer trennen.

Denke daran, dass ein Unternehmen, über das du dich ärgerst, morgen ein **achtung!**-Kunde sein könnte, dem du in die Augen gucken können musst.

4. Sei ehrlich.

Lügen haben im Internet besonders kurze Beine. Informationen sind im Netz sofort nachprüfbar. Falschaussagen oder oft auch nur Weglassungen werden umgehend aufgedeckt und schaden deiner Glaubwürdigkeit – und damit auch unmittelbar deinem Job, dem deiner Kollegen und achtung!

Die traditionelle Überdehnung des Konzepts „Wahrheit“ durch die Kommunikation ist spätestens durch Social Media obsolet geworden.

5. Achte das Gesetz.

Veröffentliche keine verleumderischen, beleidigenden oder anderweitig rechtswidrigen Inhalte. Stelle keine Inhalte ohne entsprechende Urheberverweise ins Netz und beachte Copyrights.

Respektiere insbesondere das Recht am eigenen Bild, veröffentliche also keine Fotos, auf denen Menschen zu sehen sind, die dem nicht zugestimmt haben.

Halte dich an Branchencodices.

6. Trenne Meinungen und Fakten.

Um Missverständnisse zu vermeiden, solltest du deutlich machen, welche Teile deiner Aussagen Meinungen und welche Fakten darstellen. Es sollte auch immer klar sein, ob du deine persönliche Meinung vertrittst, die eines Kunden oder von achtung!

Jede achtung!-Mitarbeiterin und jeder achtung!-Mitarbeiter darf und soll ihre oder seine eigene Meinung haben, aber die gemeinsame Haltung ist, auch andere Meinungen zu achten.

7. Lege deine Quellen offen.

Das zeugt von Respekt dem Urheber gegenüber und es macht dich glaubwürdig. Schmücke dich nicht mit fremden Federn.

Sei besonders sorgsam im Umgang mit Firmen- und Kundeninformationen. Du darfst keine vertraulichen Informationen verbreiten, die du im Rahmen deiner Arbeit bekommst.

8. Berichtige eigene Fehler, wenn nötig.

Viele Nutzer von Social Media sind schnell verärgert, verzeihen aber auch rasch. Gib eigene Fehler zu und berichtige diese, wenn sie dir oder jemandem anders auffallen.

Es empfiehlt sich fast immer, diese Änderungen so vorzunehmen, dass nachvollziehbar ist, was du warum geändert hast, um Missverständnisse oder Irritationen zu vermeiden.

9. Bleibe immer höflich.

Eine Konversation kann nur wertvoll sein, wenn sich alle Beteiligten respektvoll begegnen. Vermeide darum von deiner Seite aus Provokationen und Beleidigungen und brich Gespräche ab, wenn der Gesprächspartner beleidigend wird. Denk daran: „Never feed the trolls“.

Es gibt Leute da draußen, die PR- und Werbemenschen per se nicht mögen und nicht an einem Gespräch interessiert sind. Respektiere das und lass dich nicht auf unfruchtbare Diskussionen mit ihnen ein.

10. Es geht immer um Gespräche.

Wer Social Media nur für Einbahnstraßenkommunikation nutzt, redet bald gegen eine Wand. Nur wer aktiv das Gespräch sucht, sich in Diskussionen zu Wort meldet und auf Fragen antwortet, wird von anderen ernst genommen. Darum sollten Statements und Infobits die anderen Aktivitäten nicht überwiegen.