

Social Media Guidelines

-
- Social Media heißt: **many-to-many-Kommunikation!**
 - Für Organisationen ist das eine ganz neue Herausforderung, denn Kommunikation wird nur noch zum Teil über Hierarchien kanalisiert. **Netzwerke** ergänzen und/oder ersetzen **Hierarchien**.
 - Neben den formalen Festlegungen, die man tatsächlich in Guidelines treffen kann, ist der Blick auf diesen **Wandlungsprozess der Kultur/Unternehmenskultur** wichtig!

Guidelines müssen sowohl private als auch geschäftliche Nutzung berücksichtigen

Vorteile:

- Netzwerkeffekte
- Marketing
- Recruiting
- Kontaktpflege
- Informationsfluss
- Vertrieb

Nachteile

- Risiko für Unternehmensinterna/Betriebsgeheimnisse
- Arbeitszeit
- IT-Sicherheit
- Rechtslage?

Konsequenz aus

- Kulturwandel und
- Vermischung privat/geschäftlich

Daraus resultiert für Organisationen der Bedarf, mit den Mitarbeitern Verhalten in den Social Medien zu verabreden.

Einen Kulturwandel – und damit neue Kulturtechniken – per Order zu erreichen, kann nicht funktionieren!

Die Guidelines können also nur ein Baustein des Kommunikations- und Schulungsprozesses sein, der die Organisation auf ihrem Weg zum Enterprise 2.0 begleitet. Dazu gehören:

- Informationen, Erfahrungen, Schulungen zu den Web-2.0-Tools, ihrem Einsatz und ihrer Regeln
 - **MEDIENKOMPETENZ SCHAFFEN!**
- Transparenz von Informationen und Verantwortlichkeiten
- Transparenz der Strategie (im Bezug auf das Unternehmen und seine Kommunikationsziele/-kanäle)
- Sensibilisierung für die neuen Medien und neue Spielregeln
- Zeit, Zeit, Zeit

Social Media Guidelines: WIE?

Es gibt keine Vorlage, die man nur kopieren muss!

Es gibt aber Punkte, die eine Social Media Guideline enthalten kann/sollte.

- Arbeitsrechtlicher Hintergrund!
- Form und Inhalt der Kommunikation im Social Web

Je nach Unternehmenskultur und eigener Strategie können/müssen andere Schwerpunkte gelegt und andere Formulierungen gewählt werden! Oder Festlegungen in anderen Dokumenten getroffen werden...

- Welche anderen Vereinbarungen existieren bereits?
- Bieten sich andere Vereinbarungen wie Verhaltenskodex, Betriebsordnung an?

Auch wenn die Organisation selber (noch) nicht im Social Web aktiv ist, sollten Guidelines aufgestellt werden!

Social Media Guidelines

- Dienen der **Sensibilisierung**
 - ✓ Mitarbeiter sind auch privat wertvolle Botschafter des Unternehmens!
 - ✓ Können private Äußerungen als „geschäftlich“ missverstanden werden?

- Legen den **Gebrauch von sozialen Medien für Mitarbeiter** fest
 - ✓ Wer kommuniziert im Namen des Unternehmens?
 - ✓ Wie wird im Namen des Unternehmens kommuniziert?
 - ✓ Welche Inhalte werden im Namen des Unternehmens kommuniziert?

Gute Social Media Guidelines beinhalten vor allen Dingen zwei Aspekte

- Sie schützen das Unternehmen und die Mitarbeiter!
- Sie helfen bei der erfolgreichen Kommunikation/Verwirklichung der Strategie!

(siehe auch Bitcom)

- Zieldefinition und Strategie
- Abgrenzung zwischen privater und geschäftlicher Nutzung
- Eigenverantwortung
- Transparenz
- Kenntlichmachung von privater Meinung
- Einhaltung gesetzlicher Vorgaben
- Mitbestimmung des Betriebsrates
- Verbreitung unternehmensschädlicher Äußerungen
- Respekt
- Kontinuität und Kapazität
- Monitoring und Expertise

Liste deutscher Unternehmen mit Social Media Guidelines in Christian Buggischs Blog:

- <http://buggisch.wordpress.com/2011/10/12/deutsche-social-media-guidelines/>

Social Media Guidelines - Tipps für Unternehmen

- http://www.bitkom.org/de/publikationen/38337_65251.aspx

Sehr hilfreiche und informative Seite zu rechtlichen Aspekten und den Guidelines:

- <http://www.rechtzweinull.de/>