



SOCIAL MEDIA GUIDELINES

Facebook, Xing und Co freuen sich über ständig wachsenden Zulauf. Dafür empfiehlt es sich auch als Unternehmen Social Media Guidelines zu implementieren.

Diese sind Handlungsempfehlungen für diese Plattformen und Hinweise zum Verhalten in sozialen Medien. Mithilfe von Social Media Guidelines können Unternehmen dem Mitarbeiter detailliert definieren, wie und welche Inhalte Mitarbeiter im Namen des Unternehmens kommunizieren werden und veröffentlichen dürfen.

Welche Risiken bestehen für Unternehmen bei der Nutzung sozialer Netzwerke?

Soziale Netzwerke sind häufig auch privat genutzt und nicht selten werden Mitarbeiter auch mit persönlichen Posts als **Repräsentanten des Unternehmens wahrgenommen**.

Immer mehr Mitarbeiter vernetzen sich mit Kunden über soziale Netzwerke. So wird aus einem privaten Account schnell ein weiterer Kommunikationskanal des Unternehmens. Die Folge ist häufig, dass Aussagen, die Mitarbeiter über diese Kanäle treffen, dem Unternehmen als Arbeitgeber zugerechnet werden. Dies kann Auswirkungen auf die betriebliche Kommunikation haben, aber auch handfeste Haftungsfragen nach sich ziehen. Häufig aus Argwohn oder unzureichender Medienkompetenz werden Unternehmensgeheimnisse in sozialen Netzwerken nach außen getragen oder abfällige Äußerungen über das Unternehmen, Vorgesetzte, Kunden oder Kollegen veröffentlicht, die dem Unternehmen nicht selten erhebliche Schäden zufügen können. In schwerwiegenden Fällen können an Verstöße gegen die Vorgaben der Social Media Guidelines auch arbeitsrechtliche Konsequenzen geknüpft werden.

Welche Vorteile bieten Social Media Guidelines?

Für das diese einsetzende Unternehmen haben Social Media Guidelines den **Vorteil**, dass das Unternehmen indirekt auf das Nutzerverhalten der

Mitarbeiter Einfluss nehmen kann und eigene Haftungsrisiken dadurch verringert.

Was sollte Inhalt von Social Media Guidelines sein?

Die Richtlinien sollten definieren, welche Ziele verfolgt werden, in welchen Kanälen welche Inhalte kommuniziert werden sollen bzw. dürfen und welche Zielgruppen adressiert werden. Auch ist es wichtig, Verantwortlichkeiten festzulegen und Ansprechpartner zu benennen.

Was sollte man als Unternehmen also den Mitarbeitern mit auf den Weg geben:

1. **Keine diskreditierenden** Aussagen über das Unternehmen oder Kunden.
2. Keine vertraulichen **Betriebsgeheimnisse**
3. **Vertrauliche** Behandlung von **Unternehmensinterna**
4. **Beiträge und Postings** in sozialen Netzwerken sollten **respektvoll** sein
5. Keine Persönliche Meinung über Vorgesetzte
6. Öffentliche Äußerungen des Unternehmens erfolgen ausschließlich durch die Pressestelle
7. Die Passwörter, mit denen Mitarbeiter auf Firmendaten zugreifen, sind nicht dazu bestimmt, in sozialen Netzwerken genutzt zu werden.
8. **Unbedingte Einhaltung von rechtlichen Vorgaben** (Wettbewerbs-, Marken- und Urheberrechts).

Gibt es eine Pflicht zur Erstellung von Social Media Guidelines?

Wie diese Übersicht zeigt, existiert keine Pflicht zur Erstellung von Social Media Guidelines. Insbesondere unter Datenschutz- und Compliance-Gesichtspunkten sollte eine solche Regelung allerdings dringend von Unternehmen erwogen werden. Social Media Guidelines sind in dieser Funktion Richtschnur und Sensibilisierungsmöglichkeit in einem.