

Social Media Guidelines der MATERNA GmbH

Soziale Medien bieten uns die Chance, mit Kunden, Interessenten, Partnern und Mitarbeitern direkt zu kommunizieren. In vielen Fällen nutzen unsere Mitarbeiter bereits täglich soziale Medien für geschäftliche sowie für private Zwecke. Im Zentrum sozialer Medien steht dabei der unmittelbare Dialog und Austausch. Unter sozialen Medien verstehen wir Medien mit nutzergeneriertem Inhalt, hierunter fallen z.B. Blogs, Mikroblogs, Wikis, Soziale Plattformen und Netzwerke sowie Foren.

Aktivitäten in sozialen Medien sind ein wichtiges Instrument unserer Online-Kommunikationsstrategie. Wir nutzen die sozialen Medien, um unsere Bekanntheit zu steigern, Inhalte mit Neuigkeits- und Mehrwert rund um MATERNA anzubieten und unseren Zielgruppen neue Kommunikationskanäle zur Verfügung zu stellen.



Wir wollen die Kommunikation in sozialen Medien ausdrücklich und gezielt fördern. Diese Social Media Guidelines sollen unseren Mitarbeitern helfen, erfolgreich in sozialen Netzen zu kommunizieren und sollen definieren, wie und welche Inhalte Mitarbeiter im Namen von MATERNA in sozialen Medien kommunizieren sollen und dürfen.

Die einzelnen Richtlinien beziehen sich auf jegliche Nutzung von sozialen Medien unserer Mitarbeiter im Internet, die einen Zusammenhang zu MATERNA oder zur Tätigkeit bei MATERNA erkennen lässt.

1) Nutzung von sozialen Medien

Wir dürfen soziale Medien während unserer Arbeitszeit nur zu geschäftlichen Zwecken nutzen. Die Nutzung darf dabei unsere eigentliche Aufgabe nicht beeinträchtigen. Darüber hinaus ist uns die Verwendung unserer geschäftlichen E-Mail-Adresse zur Registrierung in sozialen Medien nur zum Zweck der geschäftlichen Nutzung erlaubt.

2) Eigenverantwortung und Sorgfalt

Wir sind für die von uns erstellten Inhalte in sozialen Medien selbst verantwortlich. Jeden Beitrag wägen wir sorgfältig ab und veröffentlichen ihn überlegt. Wir sind uns außerdem darüber bewusst, dass unsere Beiträge meist öffentlich und langlebig sind sowie von unserem Arbeitgeber MATERNA als auch von Kunden und anderen Geschäftspartnern gelesen werden können.

3) Arbeitsrechtliche Rahmenbedingungen

Wir halten uns an geltendes Recht und unsere arbeitsvertraglichen Pflichten und berücksichtigen bei allen Veröffentlichungen insbesondere Urheber-, Persönlichkeits- und Markenrechte als auch die Datenschutzbestimmungen. Vertrauliche Informationen über MATERNA oder über Dritte dürfen wir nicht kommunizieren. Darüber hinaus zitieren oder referenzieren wir keine Kunden, Kundenprojekte oder Partner, wenn wir nicht ganz sicher sind, dass wir dazu die ausdrückliche Erlaubnis des Kunden, bzw. des Partners haben.

4) Wertbeitrag und Kontinuität

Den Mehrwert und die Qualität unserer Beiträge für unsere Zielgruppe prüfen wir vor einer Veröffentlichung genau. Wenn wir uns in sozialen Medien engagieren, kommunizieren wir regelmäßig und reagieren auf Kommentare, Fragen und Kritik.

5) Transparenz

Wir treten bei unternehmensbezogenen Beiträgen immer unter unserem richtigen Namen auf, geben uns als Mitarbeiter von MATERNA zu erkennen und sorgen für eine Kontakt- / Rückmeldemöglichkeit. Wir unterscheiden in unseren Beiträgen klar zwischen Fakten und unserer Meinung. Wir achten bei Nennungen des Firmennamens außerdem auf die richtige Schreibweise: „MATERNA GmbH“ oder „MATERNA GmbH Information & Communications“, im Fließtext auch nur „MATERNA“ (jeweils in Großbuchstaben).

6) Unternehmensschädliche Beiträge

In sozialen Medien veröffentlichen wir keine geschäfts- oder rufschädigenden Beiträge, Drohungen oder Beleidigungen, falsche Tatsachenbehauptungen sowie Beiträge, die den Betriebsfrieden ernstlich gefährden. Probleme diskutieren und klären wir intern. Zu jeder Zeit respektieren wir unser Gegenüber und akzeptieren die Meinungsfreiheit.

7) Umgang mit Fehlern und Irrtümern

Von uns gemachte Fehler geben wir ohne Umwege zu und korrigieren diese umgehend und für alle sichtbar. Fehlerhafte Beiträge löschen wir nicht kommentarlos, sondern stellen diese richtig. Transparenz und Offenheit sind für eine vertrauensvolle Beziehung mit unseren Zielgruppen unerlässlich.

8) Umgang mit Kritik

Inhaltliche und höfliche Kritik nehmen wir immer ernst, antworten aber nicht im Affekt, sondern genau überlegt und spätestens am Vormittag des folgenden Arbeitstages. Wir antworten immer, wenn ein Kommentar uns zeigt, dass es dem Autor ernst ist – ob er mit uns diskutieren will, eine Anregung hat oder eines unserer Produkte kritisiert. Mindestens ein „Ich habe es gelesen und kümmere mich“ ist notwendig. Bei Unsicherheit diskutieren wir mit der Abteilung Marketing und Kommunikation, ob sich eine Reaktion lohnt und ob sie sinnvoll ist.