

Die 10 Gebote des Social Media

1

Geben Sie sich zu erkennen.

Wo immer Sie im Netz etwas publizieren, tun Sie das unter Ihrem Namen. Falls relevant, nennen Sie auch Ihre Funktion im Unternehmen. Nie sollten Sie versuchen, anonym Kommentare zu verbreiten oder mit anderen unerkannt zu streiten – selbst wenn dies in bester Absicht für Ihr Unternehmen geschieht. So etwas fliegt früher oder später auf. Dann ist der Schaden groß – auch für Sie persönlich.

2

Sprechen Sie für sich.

Machen Sie deutlich, dass Sie Ihre Meinung publizieren – nicht die des Unternehmens. Letzteres ist Aufgabe der Kommunikationsabteilung. Sprechen Sie daher bitte stets in der Ich-Form und trennen Sie Fakten klar und deutlich von Meinungen. Falls Sie ein Blog betreiben, kann folgende Fußnote helfen: „Die Meinungen, die hier geäußert werden, sind meine eigenen und repräsentieren nicht notwendigerweise die meines Arbeitgebers XY.“

3

Verhalten Sie sich verantwortungsvoll.

Bedenken Sie, dass das Internet nie vergisst. Was immer Sie veröffentlichen, wird lange Zeit mit Ihrem Namen verbunden bleiben. Überlegen Sie also vorher, ob Ihnen das später einmal peinlich sein oder beruflich schaden könnte. Wahren Sie Ihre Privatsphäre, achten Sie aber auch die der anderen. Zitieren Sie keine Kollegen ohne deren Zustimmung. Schon gar nicht namentlich. Respektieren Sie auch das Recht am eigenen Bild – also keine Fotos von Firmenfeiern ins Netz stellen! Sollten Sie Bedenken haben, etwas zu veröffentlichen, dann zögern Sie weiterhin – und sprechen mit einer kompetenten Person darüber.

4

Bleiben Sie diskret.

Nur weil eine Information im Intranet kursiert, heißt das nicht, dass auch der Rest der Welt davon erfahren sollte. Dasselbe gilt für Äußerungen der Geschäftsleitung, neue Produkte oder Designs. Falls das Unternehmen möchte, dass die Öffentlichkeit davon erfährt, übernimmt das die Presseabteilung. Kommentieren Sie auch keine unternehmensbezogenen Informationen, die sich auf den Börsenkurs auswirken könnten. Vertrauliche Informationen müssen vertraulich bleiben. Ohne Ausnahme. Denken Sie an die Konsequenzen, auch die kleinen: Kein Kollege möchte in einem Meeting mit einem Kunden sitzen, der einen Ausdruck Ihres Blogs mitbringt, in dem sie schreiben, wie schlecht Sie das neue Produkt finden.

5

Achten Sie das Gesetz.

Das gilt zuerst für Copyrights. Das Verwenden von Logos, Bildern und Texten – egal, von welcher Internetseite – ist überwiegend rechtlich geschützt. Verwenden Sie diese nur mit dem ausdrücklichen, schriftlichen Einverständnis der Rechteinhaber. Falls diese damit einverstanden sind, nennen Sie zudem Ihre Quellen. Zusätzlich einen Link dorthin zu setzen, gilt im Netz als höflich. Es versteht sich von selbst, dass Sie nichts veröffentlichen, was verleumderisch, beleidigend oder anderweitig rechtswidrig wäre.

Geben Sie Fehler zu.

6

Behaupten Sie nichts, was Sie nicht belegen können. Und falls Sie etwas geschrieben haben, was missverständlich, verletzend oder falsch war, dann berichtigen Sie dies. Geben Sie solche Fehler umgehend zu, erklären und korrigieren Sie ihn. Warten Sie nicht, bis andere Sie dazu drängen. Die Aufregung darum kann im Netz manchmal sehr groß sein. Lassen Sie sich davon aber nicht verrückt machen – es wird genauso schnell vergeben.

Bleiben Sie stets höflich.

7

Behandeln Sie jeden mit Respekt – auch Kritiker und Konkurrenten. Akzeptieren Sie, dass es unterschiedliche Sichtweisen und Meinungen gibt. Was immer Sie im Internet publizieren, sollten Sie Kollegen oder Vorgesetzten ins Gesicht sagen können. Ironie und Sarkasmus sollten Sie sich dagegen sparen – sie werden selten (richtig) verstanden. Und vermeiden Sie Provokationen und Beleidigungen um jeden Preis. Falls Sie es dennoch damit zu tun bekommen: Gießen Sie nicht noch mehr Öl ins Feuer. Die beste Reaktion darauf ist: ignorieren und das Gespräch beenden.

Schaffen Sie Mehrwert.

8

Versuchen Sie nicht allein Aufmerksamkeit im Netz zu erzielen. Setzen Sie lieber auf Qualität statt auf Quantität. Versuchen Sie mit Ihren Beiträgen anzuregen, indem Sie diese etwa in einen größeren Zusammenhang stellen. Informieren Sie andere durch Ihre Erfahrungen, Analysen und interessanten Impulse. Betrachten Sie Ihr Schreiben jedoch nicht nur als kommunikative Einbahnstraße, sondern schaffen Sie einen echten Dialog mit Ihren Lesern. Das ist der Treibstoff sozialer Netze. Der Mehrwert, der durch diese Kommentare generiert wird, ist in der Regel größer, als der ursprüngliche Inhalt allein.

Reagieren Sie schnell und immer.

9

Hören Sie Ihren Lesern oder Zuschauern aufmerksam zu und gehen Sie auf deren Anregungen ein. Auch wenn Sie nicht allem zustimmen müssen, sollten Sie sich dennoch dafür bedanken. Da hat jemand Lebenszeit in Sie investiert. Beantworten Sie – soweit Ihnen das möglich ist – alle gestellten Fragen so schnell wie möglich. Falls Sie überfragt sind, antworten Sie trotzdem und sagen das wenigstens. Besser ist allerdings, Sie verweisen auf jemanden, der weiterhelfen kann und wird.

10

Vergessen Sie bitte nicht Ihren Job.

Bei aller Faszination für Social Media, Blogs und virtuelle Konversationen sollten Sie nie vergessen, dass dies nicht Ihre Hauptaufgabe ist.