

LOTS OF WAYS

Integrierte Kommunikationsstrategien

Das A bis Z der Social Media Guidelines

Stuttgart, Oktober 2012

LOTS OF WAYS

Integrierte Kommunikationsstrategien



Team

Gemeinsam verfügen wir über weit mehr als 30 Jahre Erfahrung in Journalismus, Public Relations und Marketing – sowohl im Print- als auch im Online-Umfeld.

LOTS OF WAYS

Integrierte Kommunikationsstrategien

Medienarbeit



Research & Monitoring



Kampagnen



PR/Marketing Support



Social Media Relations



Strategie



Erfolgsmessung



Krisenkommunikation



Kompetenzfelder

LOTS OF WAYS ist auf Integrierte Kommunikationsstrategien fokussiert. Kernkompetenz sind Veränderungs- und Strategieprozesse angesichts des digitalen Wandels. + SoMe Relations.

Abstrahleffekte bedenken

„Ich bin doch bei Facebook nur privat unterwegs.“



Authentisch sein

Personal Branding ist in Ordnung: Niemand muss sich mit allen Facetten seiner Persönlichkeit präsentieren.

Eine gewisse Selbstkontrolle ist sinnvoll und notwendig.



LOTS OF WAYS

Integrierte Kommunikationsstrategien

Authentisch sein



OMG I HATE MY JOB!! My boss is a total pervy wanker always making me do shit stuff just to piss me off!! WANKER!

Yesterday at 18:03 · Comment · Like



Hi [redacted], i guess you forgot about adding me on here?

Firstly, don't flatter yourself. Secondly, you've worked here 5 months and didn't work out that i'm gay? I know i don't prance around the office like a queen, but it's not exactly a secret. Thirdly, that 'shit stuff' is called your 'job', you know, what i pay you to do. But the fact that you seem able to fuck-up the simplest of tasks might contribute to how you feel about it. And lastly, you also seem to have forgotten that you have 2 weeks left on your 6 month trial period. Don't bother coming in tomorrow. I'll pop your P45 in the post, and you can come in whenever you like to pick up any stuff you've left here. And yes, i'm serious.

Yesterday at 22:53

Write a comment...

Authentisch sein

Dennoch: Authentizität ist ein hohes Gut und erhöht die Glaubwürdigkeit.

- reale Personen mit echter, eigener Sprache neben den offiziellen Unternehmensaktivitäten
- sich nicht verstellen
- sich nicht zu einer Person machen, die man nicht ist



LOTS OF WAYS

Integrierte Kommunikationsstrategien

Aktivitäten aufzeichnen

A





Aktivitäten aufzeichnen

- zur Erfolgskontrolle
- zur Absicherung
- zur Selbstkontrolle
- zur Feinjustage
- zur (Weiter-) Entwicklung des persönlichen Monitoring und der eigenen Social-Media-Strategie



Betrüger erkennen und meiden

- Internetkriminalität nimmt auch in Deutschland rasant zu
- Ausspähen von Login-Daten ist eine beliebte Disziplin
- Social Engineering: gezielter Angriff auf bestimmte Personen im Unternehmen durch das Erschleichen von Vertrauen mit dem Ziel, sensible Daten abzugreifen oder das Verhalten der Zielperson zu manipulieren
- Angriffe werden durch das Networking via Twitter und insbesondere Facebook deutlich erleichtert
- Abwehr ist durch Corporate Firewalls nicht ohne Weiteres möglich, da die Angriffe auch in der Freizeit und/oder über mobile Geräte erfolgen können
- Mitarbeiter sensibilisieren, nur eigene Wachsamkeit hilft

LOTS OF WAYS

Integrierte Kommunikationsstrategien

Eigene Meinung von Corporate PR trennen





Eigene Meinung von Corporate PR trennen

- Meinungsfreiheit gilt auch im Social Web
- Mitarbeiter sollten persönliche Meinung kenntlich machen
- persönliche Plattformen der Mitarbeiter können, wenn sie Branchenthemen berühren, global als privat und nicht die Unternehmensmeinung repräsentierend kenntlich gemacht werden

Fakten und Meinung trennen

- über die Trennung von Unternehmens-PR und persönlicher Meinung hinaus wichtig: Bewusstsein für das Recht auf freie Meinungsäußerung und die Gefahr falscher Tatsachenbehauptungen
- frei nach Dr. Carsten Ulbricht:
„Hier drin sind ja 28 Grad!“ ☹️
„Hier ist es viel zu heiß!“ 😊

LOTS OF WAYS

Integrierte Kommunikationsstrategien

Fehler transparent korrigieren





Fehler transparent korrigieren

- Problem: nachträgliches Ändern eigener Texte zur Korrektur von Fehlern ist technisch teilweise möglich (z.B. bei Blogs), wird von der Netzgemeinde aber als unglaubwürdig empfunden
- kein Problem: Nacharbeiten am Satzbau, Rechtschreibfehler
- inhaltliche Richtigstellungen erfolgen für mehr Glaubwürdigkeit durch einen Nachtrag (Update) im Text, im eigenen Blog hat sich das „Durchstreichen“ durch die entsprechende Formatierungsfunktion eingebürgert
- besonders relevant, wenn bereits Kommentare auf die fehlerhafte oder übers Ziel hinaus geschossene Äußerung eingehen

Geltendes Recht beachten

- Persönlichkeitsrecht
- Urheberrechte
- Wettbewerbsrecht
- Wertpapiergesetze



LOTS OF WAYS

Integrierte Kommunikationsstrategien

Identifikation



PR-Agentur Lots of Ways,
Stuttgart, Oktober 2012

Identifikation

- anonyme PR-Aktivitäten zu Unternehmens- oder Branchenthemen sind ein Verstoß gegen gängige PR-Codizes und ggf. gegen das Wettbewerbsrecht
- beim Entdecktwerden ist ein Reputationsschaden für Ihre gesamte Organisation und für Ihre PR-Glaubwürdigkeit Folge
- Ich-Form, Mitarbeiter-Eigenschaft offenlegen
- Foren: Pseudonym üblich, Offenlegung der Firmenzugehörigkeit ist dennoch möglich, idealerweise in der Signatur unter Beiträgen
- Recht auf Anonymität? Ethik? Private Accounts nie mit einer geschäftlich verwendeten E-Mail-Adresse registrieren
- ethische Grundsätze gelten 24/7, Personen-Aktivitäten im Web 2.0 sind leichter zuordenbar als man denkt

LOTS OF WAYS

Integrierte Kommunikationsstrategien

Kritik überdenken



PR-Agentur Lots of Ways,
Stuttgart, Oktober 2012



Kritik überdenken

- „Keine kritischen Kommentare“ – so deutlich formulieren es nur wenige Unternehmen
- gesunder Menschenverstand und arbeitsvertragliche Pflicht zur Loyalität reichen in der Regel aus
- doch leider nicht immer – wenn das eigene Unternehmen als geiziger Saftladen dargestellt wird, wird es kritisch – und das passiert – täglich – auch Kunden gegenüber („gerade telefoniert, Kunde weiß nicht mal, wie man eine Datei richtig verschickt“)
- OTTO: auch negative Kommentare erwünscht, erlaubt – ist das nun glaubwürdig und authentisch?
- Mitarbeiter sensibilisieren, Maß zu halten

LOTS OF WAYS

Integrierte Kommunikationsstrategien

Links mit Vorsicht setzen





Links mit Vorsicht setzen

- typischer Website-Vermerk „Wir distanzieren uns vom Inhalt verlinkter externer Websites“ ist rechtlich und auch aus PR-Sicht ohne jeglichen Nutzen
- Mitarbeiter daher sensibilisieren: Wer extern verlinkt, zeigt Flagge. Egal ob bei Facebook, Twitter oder in Blogs: Ohne ausdrückliche Distanzierung im Detail erweckt man stets den Eindruck, den verlinkten Inhalt zu unterstützen

LOTS OF WAYS

Integrierte Kommunikationsstrategien

Mehrwert bieten und unterhalten

M



PR-Agentur Lots of Ways,
Stuttgart, Oktober 2012



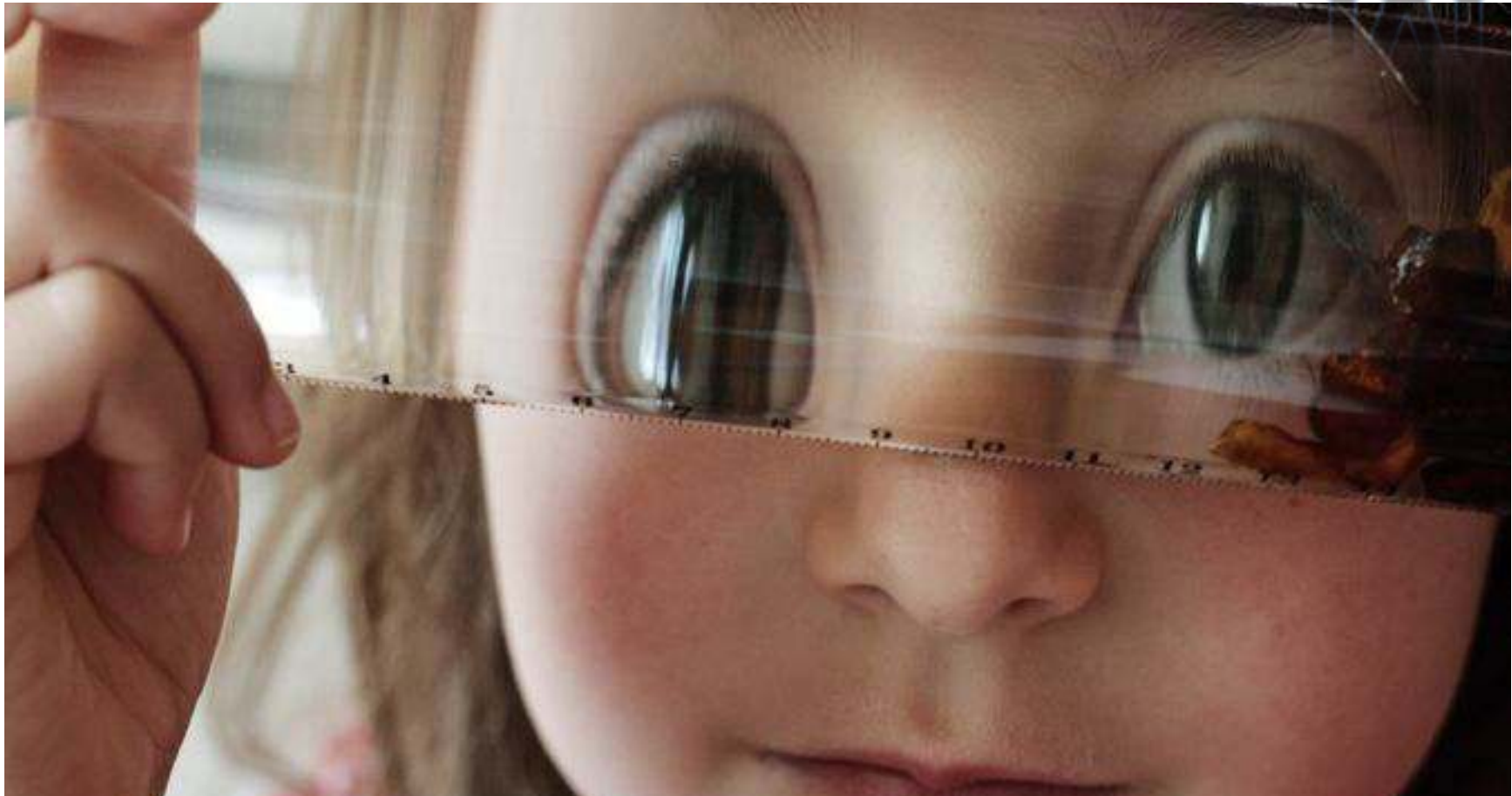
Mehrwert bieten und unterhalten

- konkreter Nutzen für den Leser: z.B. erste Veröffentlichung eines relevanten Branchentrends oder einer Neuigkeit im deutschen Sprachraum; es müssen nicht immer eigene Inhalte sein, auch Links auf die Inhalte Dritter werden geschätzt
- Unterhaltungswert: die alternative, es gibt viele schöne Quellen für kurzweilige Inhalte mit Branchenbezug (Monitoring aufsetzen!)
- aber Vorsicht: korrekt bleiben

LOTS OF WAYS

Integrierte Kommunikationsstrategien

Monitoring betreiben





Monitoring betreiben

- Beispiel: „Informiere dich, was zu deinem Thema online passiert“
- Ist die Neuigkeit, die ich twittern möchte, wirklich neu oder in Wirklichkeit ein alter Hut?
- Suchfunktionen unter twitter.com und blogsearch.google.de nutzen
- ein persönliches Monitoring mithilfe kostenloser Dienste wie Google Reader (reader.google.com) einrichten

LOTS OF WAYS

Integrierte Kommunikationsstrategien

Networking





Networking

- konsequente Verbindung der Social-Media-Aktivitäten mit dem wirklichen Leben
- Besuch von Fachkongressen und Tagungen, Ausbau des beruflichen Netzwerks
- evtl. – falls gewünscht – die Mitarbeiter motivieren, sich via Social Media Vorträge und Sprechgelegenheiten bei Events zu erarbeiten
- in diesem Rahmen ggf. gezielte Zweitverwertung von Inhalten über Dienste, die das Teilen von Folien und weiteren Unterlagen ermöglichen (Slideshare)
- Festlegung, welche Kanäle dafür genutzt werden (ggf. Corporate Account bei Slideshare einrichten und als Kanal festlegen)

LOTS OF WAYS

Integrierte Kommunikationsstrategien

Persönliche Verantwortung



PR-Agentur Lots of Ways,
Stuttgart, Oktober 2012



Persönliche Verantwortung

- Social-Media-Accounts, deren Eigentümer der einzelne Mitarbeiter ist, unterliegen zwar Guidelines, Code of Conduct und arbeitsvertraglichen Loyalitätspflichten, aber nicht der klassischen Weisungsbefugnis
- Inhalte, die nicht abgestimmt veröffentlicht werden, können bei mangelnder Sorgfalt die Rechte Dritter verletzen
- daraus ergibt sich die Notwendigkeit, Mitarbeiter auf ihre persönliche Verantwortung für das Publizierte aufmerksam zu machen – es drohen Abmahnungen und Forderungen

LOTS OF WAYS

Integrierte Kommunikationsstrategien

Privatsphäre schützen



Privatsphäre schützen

- Kollegen, Mitarbeiter, Kunden, Geschäftspartner
- Bild-, Film- und Tonaufnahmen
- private Äußerungen in teilöffentlichen Räumen (Facebook) gehören nicht in den Kantonentratsch



LOTS OF WAYS

Integrierte Kommunikationsstrategien

Regelmäßigkeit der Postings





Regelmäßigkeit der Postings

- langer Atem ist gefragt
- lieber regelmäßig, prägnant und inhaltsreich als eine bald verpuffende Anfangseuphorie
- aber: Spontaneität (Spontanität ;) nicht erdrücken
- das Social Web reagiert nach allen Erfahrungen der letzten Jahre unmittelbar auf die Posting-Frequenz: Wer „einschläft“ wird nicht mehr ernst genommen

LOTS OF WAYS

Integrierte Kommunikationsstrategien

Respektvoller Umgang

R





Respektvoller Umgang

- Verzicht auf Klischees, Feindbilder, Diskriminierung, Ironie, Sarkasmus
- Vorsicht beim Teilen vermeintlich lustiger Inhalte
- kein Plädoyer für Weichspülerei, Diskurs und Kante zeigen gehört zu gekonnter Unternehmenskommunikation
- bei Konflikten und harten Debatten vorige Abstimmung mit der Unternehmenskommunikation
- Social Media Guidelines an den Prozess für Krisenkommunikation andocken

LOTS OF WAYS

Integrierte Kommunikationsstrategien

Sonderregeln





Sonderregeln

- Binnenverhältnis zu Kunden und Stakeholdern kann das Festlegen von Sonderregeln erforderlich machen
- Beispiel: Zulieferer-Vertragsverhältnisse, bei denen das belieferte Unternehmen exklusiv die Kommunikation zum endgültigen Produkt unter sich hat
- ebenfalls erforderlich im Bereich Krisenkommunikation: Wenn Issue- oder Krisenthemen auftreten, ist ein konzertiertes, zentral gesteuertes Auftreten erforderlich

LOTS OF WAYS

Integrierte Kommunikationsstrategien

Sperren beachten





Sperren beachten

- Die neue Freiheit ist trügerisch: Trotz Social Media gilt nach wie vor das Gatekeeper-Prinzip. GL, PR und Marketing entscheiden, welche Informationen wann öffentlich werden
- einfachste Regelung: nur öffentlich Verfügbares darf im Social Web kommentiert oder publiziert werden
- komplexere Ausbaustufe: Matrixdokumente und Zuständigkeiten für Informationen der Fachabteilungen für bestimmte Zielgruppen – Themen unterhalb der strategischen Flughöhe der zentralen PR- und Marketingentscheider. Erfordert Strategieprozess und Ausarbeitung entsprechender Prozesse und Regeln

LOTS OF WAYS

Integrierte Kommunikationsstrategien

Unternehmenssymbole privat tabu





Unternehmenssymbole privat tabu

- bei privaten oder teilweise privaten Accounts ist der Eindruck zu vermeiden, dass es um offizielle Unternehmensaktivitäten geht
- keine Unternehmenssymbole auf privaten Plattformen oder privat eingerichteten Präsenzen im Social Web
- Position im und Zugehörigkeit zum Unternehmen offenlegen, aber klar formulieren, dass es sich um einen privaten Account handelt
- Spielart bei Twitter für exponierte Markenbotschafter: die Funktion im Unternehmen in der Twitter-Bio (das ist der „Über-mich-Text“) erst weit hinten, nach anderen allgemeinen Angaben zu Person und Hobbys, erwähnen

LOTS OF WAYS

Integrierte Kommunikationsstrategien

Vertraulichkeit





Vertraulichkeit

- gegenüber Kunden, Mitarbeitern/Kollegen, Partnern und sonstigen Anspruchsgruppen (Stakeholdern)
- Bezüge auf alle Partner nur bei deren Zustimmung
- Vorsicht bei Kundenprojekten, Referenz-Nennungen etc.
- Betriebsgeheimnisse bleiben Betriebsgeheimnisse
- Gatekeeper-Prinzip GL/PR/Marketing bleibt in Kraft

LOTS OF WAYS

Integrierte Kommunikationsstrategien

Verständliche Sprache





Verständliche Sprache

- Dialog läuft ins Leere, wenn ihn keiner versteht
- selbst in Fachdebatten: kurze Sätze, Anglizismen und Fachbegriffe vermeiden oder erklären, nicht in kryptischen Jargon versteigen
- bei Blogpostings: kurze Sätze, kurze Absätze, Zwischenzeilen, Auszug bewusst gestalten, Keyword-Optimierung für Google

LOTS OF WAYS

Integrierte Kommunikationsstrategien

Wahrheit – Informationen prüfen





Wahrheit – Informationen prüfen

- publizistische Sorgfaltspflicht: Journalisten sind verpflichtet, „Inhalt, Herkunft und Wahrheitsgehalt von Nachrichten vor der Veröffentlichung zu überprüfen“ und „Nachrichten nicht sinnentstellend wiederzugeben“. Guter Ausgangspunkt für die Gestaltung eigener Guidelines zum Thema Sorgfalt
- falsche Tatsachenbehauptungen können Schadenersatzforderungen nach sich ziehen
- Wettbewerber mahnen ggf. ab

LOTS OF WAYS

Integrierte Kommunikationsstrategien

Weitere Richtlinien beachten





Weitere Richtlinien beachten

- sehr häufig existieren bereits ein Verhaltenskodex (Code of Conduct) oder eine Regelung zur Internetnutzung am Arbeitsplatz
- es gilt zu prüfen, ob diese Dokumente mit den neu zu gestaltenden Social Media Guidelines zusammengefasst werden können
- alternativ: Einbau entsprechender gegenseitiger Verweise
- auf Widersprüchlichkeiten achten

LOTS OF WAYS

Integrierte Kommunikationsstrategien

Zeitaufwand definieren und ggf. begrenzen





Zeitaufwand definieren und ggf. begrenzen

- gerade bei Konvergenz Privat/Beruf: Social Media als Zeitfresser
- klare Ansagen unabdingbar
- Zusammenhang Großzügigkeit/Steuerbarkeit Markenbotschafter
- ist das Engagement einer Person sehr wertvoll: Markenbotschafter-Programm denkbar
- Unternehmen nehmen Social-Media-Erfolge teilweise in Zielvereinbarungen auf

LOTS OF WAYS

Integrierte Kommunikationsstrategien

Zuständigkeiten beachten

Z





Zuständigkeiten beachten

- Social-Media-Strategieprozess definiert in alle Regel genaue Zuständigkeiten für die offiziellen Online-Plattformen
- zudem bleiben die Zuständigkeiten für alle Bereiche der offiziellen Unternehmenskommunikation in Kraft
- die Mitarbeiter auf diesen Umstand hinweisen, Zuständigkeiten erklären und auf deren Verbindlichkeit hinweisen
- klassisches Beispiel: die Pressekontakte
- PR kann selbstredend einen Pressekontakt an den zuständigen Fachbereich delegieren, falls dies zielführend ist
- auf die Möglichkeit der Delegation von Kommunikationsprokura kann in den Guidelines hingewiesen werden (muss aber nicht)

LOTS OF WAYS

Integrierte Kommunikationsstrategien

Verwendete Bilder lizenziert von photocase.com, alle Rechte vorbehalten,
Weiterverwendung der Fotos zu anderen Zwecken ist nicht gestattet.

Fotografenkürzel: annelilocke, spacejunkie, codswollop, seleneos, allzweckjack, dioxin, jenzig_71, view7, kallejipp, chival

LOTS OF WAYS

Integrierte Kommunikationsstrategien

Danke!

Bernhard Jodeleit

twitter.com/lotsofways

bj@lotsofways.de

twitter.com/jodeleit

www.lotsofways.de

facebook.com/lotsofways

+49 711 / 933219 – 14