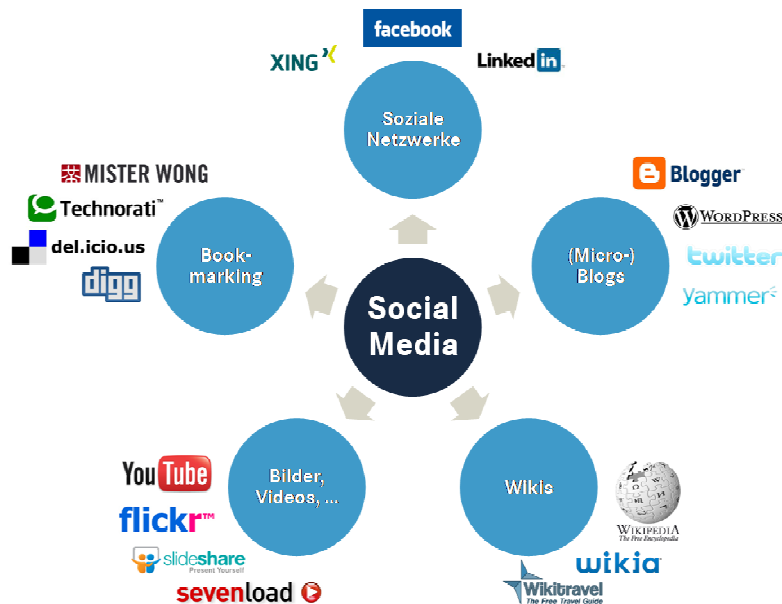


## Social Media Leitfaden

Das Internet ist aus unserer Gesellschaft nicht mehr wegzudenken. Zurzeit gewinnt vor allem die Nutzung von Social Media Angeboten mehr und mehr an Bedeutung. Unter dem Begriff „Social Media“ werden Plattformen und Netzwerke zusammengefasst, bei denen die Nutzer die Möglichkeit haben beispielsweise Fotos, Videos, aber auch Erfahrungsberichte oder Meinungen auszutauschen. Dazu zählen unter anderem Blogs, Wikipedia, YouTube, Facebook oder auch Twitter.



Die wachsende Beliebtheit von Social Media ist auch für Unternehmen von großer Bedeutung: Nutzer sprechen im Internet über Firmen, diskutieren über neue Technologien und empfehlen Produkte – oder eben nicht. Wer diese Diskussionsplattformen ignoriert, der ignoriert auch einen äußerst wirksamen Kommunikationskanal. Social Media Engagement kann helfen, Trends frühzeitig zu erkennen, auf Kritik zu reagieren oder eigene Themen anzustoßen. Und wer könnte das Unternehmen und seine Vielfalt in der Öffentlichkeit besser darstellen als die Mitarbeiter? Mit Ihrem Expertenwissen können Sie Diskussionen im Internet bereichern oder nützliche Anregungen für Ihre Arbeit finden.

Es ist daher im Interesse von Daimler, Ihr Engagement im Bereich Social Media zu fördern. Allerdings stellen wir auch immer wieder fest, dass es im Umgang mit diesen Kommunikationsformen noch viele Unsicherheiten gibt. Um Sie über die Möglichkeiten und Risiken der beruflichen Nutzung zu informieren, haben wir die folgenden Hinweise zusammengestellt. Soweit es dabei nicht um gesetzlich vorgeschriebene Dinge geht, handelt es sich ausdrücklich nicht um Gebote sondern um Empfehlungen, die Ihnen beim Umgang mit Social Media helfen sollen.

## 10 Tipps zum Umgang mit Social Media

1. **Es geht immer um Konversation.** Wenn Sie Social Media nur für Einbahnstraßenkommunikation nutzen, reden Sie bald gegen eine Wand. Nur wer aktiv das Gespräch sucht, sich in Diskussionen zu Wort meldet und auf Fragen antwortet wird im Web ernst genommen.
2. **Achten Sie auf Qualität.** Es ist einfach, im Internet schnell und viel Aufmerksamkeit zu erhalten. Langfristige, intensive und wertvolle Konversationen lassen sich aber nur mit qualitativ hochwertigen Inhalten anstoßen bzw. bereichern.
3. **Seien Sie ehrlich.** Lügen haben im Internet besonders kurze Beine. Informationen sind im Netz sofort nachprüfbar. Falschaussagen oder auch nur Weglassungen werden umgehend aufgedeckt. Legen Sie Ihre Quellen offen; das zeugt von Respekt dem Urheber gegenüber und Sie gewinnen an Glaubwürdigkeit.
4. **Bleiben Sie höflich.** Eine Konversation kann nur wertvoll sein, wenn sich alle Beteiligten respektvoll begegnen. Vermeiden Sie Provokationen und Beleidigungen und brechen Sie Gespräche ab, wenn der Gesprächspartner beleidigend wird.
5. **Berichtigen Sie eigene Fehler.** Viele Nutzer im Web sind schnell verärgert, verzeihen aber auch rasch. Geben Sie eigene Fehler oder Irrtümer zu und berichtigen Sie diese. Es empfiehlt sich, diese Änderungen zeitnah und nachvollziehbar vorzunehmen, um Missverständnisse oder Irritationen zu vermeiden. Weisen Sie gegebenenfalls auf Fehler in Beiträgen, die Ihr Arbeitsgebiet betreffen, sachlich und höflich hin.
6. **Seien Sie auch als Privatperson professionell.** Auch wenn Sie Social Media „nur“ privat nutzen, kann es vorkommen, dass Sie auf berufliche Kontakte stoßen oder mit Fragen zu Ihrem Beruf konfrontiert werden. Dann ist es gut, wenn Ihnen Privates nicht peinlich sein muss. Einmal Veröffentlichtes lässt sich nur schwer wieder vollständig aus dem Netz entfernen. Durch einfaches Suchen und Verknüpfen der Ergebnisse, lassen sich beispielsweise Rückschlüsse auf persönliche Beziehungen, berufliche Zuständigkeiten oder Einstellung zu bestimmten Themen ziehen.
7. **Trennen Sie Meinungen und Fakten.** Um Missverständnisse zu vermeiden sollten Sie deutlich machen, welche Teile Ihrer Aussagen Meinungen und welche Fakten darstellen. Zudem sollten Sie darauf hinweisen, ob Sie Ihre persönliche oder die Unternehmensmeinung vertreten.
8. **Seien Sie ganz Sie selbst.** Vertrauen und Glaubwürdigkeit sind die Grundpfeiler sozialer Netze. Verstellen Sie sich nicht, sondern zeigen Sie wer und wie Sie sind. Zur offenen Kommunikation im Web zählt auch, dass Sie Ihren Hintergrund offen legen. Wenn Sie für Daimler im Internet aktiv sind bzw. Daimler-Interessen vertreten, stehen Sie dazu! Transparenz können Sie beispielsweise durch einen Hinweis (Disclaimer) sicherstellen, welcher an den Diskussionsbeitrag angehängen wird. Beispiel: *Ich bin Mitarbeiter von Daimler und vertrete hier meine eigene Meinung.*

9. **Behandeln Sie Vertrauliches vertraulich.** Seien Sie sorgsam im Umgang mit Firmeninformationen. Vertrauliche Informationen, die Sie im Rahmen Ihrer Anstellung erhalten, dürfen Sie nicht verbreiten. Wenn Sie unsicher sind, ob Sie eine bestimmte Information veröffentlichen dürfen, fragen Sie bei Ihrem Vorgesetzten, Ihrem Informationssicherheitsbeauftragten (ISO) oder der Unternehmenskommunikation nach. Im Zweifelsfall verzichten Sie auf die Veröffentlichung. Wahren Sie auch den Datenschutz. Veröffentlichen Sie nichts über Dritte, ohne es vorher mit den betroffenen Personen abgesprochen zu haben.
10. **Achten Sie das Gesetz.** Veröffentlichen Sie keine verleumderischen, beleidigenden oder anderweitig rechtswidrigen Inhalte. Stellen Sie keine Inhalte ohne entsprechende Urheberverweise ins Netz, beachten Sie Copyrights und respektieren Sie das Recht am eigenen Bild. Halten Sie unternehmensbezogene Informationen geheim, die sich auf den Börsenpreis von Daimler-Wertpapieren auswirken könnten. Solange Sie Zugang zu solchen öffentlich nicht bekannten Informationen haben, dürfen Sie keinem anderen den Kauf oder Verkauf von Daimler-Wertpapieren empfehlen oder andere Personen in sonstiger Weise dazu verleiten.

Um die Einhaltung geltender Rechtsvorschriften in Ihrem eigenen sowie auch im Interesse der Daimler AG sicher zu stellen, setzen Ihr Arbeitsvertrag, die Verhaltensrichtlinie (Integrity Code) sowie die Richtlinie zum Umgang mit Informationen verbindliche Grenzen. Das gilt insbesondere für den Umgang mit vertraulichen unternehmens- und personenbezogenen Informationen (siehe auch Punkt 5) sowie jedes Verhalten, das Sie einem Interessenkonflikt aussetzen kann.

**Jörg Howe**

Leiter Kommunikation, Daimler AG