

Social Media-Ratgeber im ADAC Württemberg



Das Internet hat sich vom Nachschlage-Medium zum Mitmach-Medium entwickelt. Jeder kann eigene Inhalte veröffentlichen, diese mit anderen teilen und so aktiv ein Teil des Netzes werden.

Social Media lebt vom Engagement der Nutzer. Ganz gleich, ob es sich beispielsweise um persönliche Profile bei Facebook, Instagram und TikTok, Kurznachrichten bei X oder Business-Netzwerke wie Xing und LinkedIn handelt. Es sind immer die Nutzer, die die entsprechende Anwendung interessant machen. Sie geben dabei viel von sich selbst und aus ihrem sozialen Umfeld preis. Da es im Umgang mit Social Media viele Fallstricke gibt, möchten wir Sie über die Möglichkeiten und Risiken der Nutzung informieren – insbesondere für den Fall, dass Sie sich über den ADAC äußern, unabhängig davon, ob Sie dies in Ihrer Freizeit oder anlässlich Ihrer dienstlichen Aufgaben tun.

1. Seien Sie persönlich/authentisch

Das Prinzip von Social Media ist die Kommunikation von Mensch zu Mensch. Treten Sie persönlich und authentisch auf. Sobald Sie über Ihre Arbeit beim ADAC in Social Media-Diensten schreiben, veröffentlichen Sie Ihre Beiträge unter Ihrem echten Namen. Falls relevant, nennen Sie auch Ihre Funktion im Unternehmen. Denken Sie daran, dass sowohl die Reputation des ADAC als auch Ihre eigene durch Ihre Aktionen im „Social Web“ positiv wie auch negativ beeinflusst werden könnten.

2. Seien Sie professionell und höflich

Wer etwas im Netz veröffentlicht, setzt sich als Autor auch der Kritik anderer User aus. Auch wenn Sie diese als ungerecht empfinden: Gehen Sie mit der Kritik sachlich und höflich um. Lassen Sie sich nicht provozieren. Wenn Sie den Eindruck haben, eine Diskussion artet in Beschimpfungen aus, brechen Sie lieber ab und ziehen Sie sich zurück.

3. Geben Sie Fehler zu

Behaupten Sie nichts, was Sie nicht belegen können. Und falls Sie etwas geschrieben haben, was missverständlich, verletzend oder falsch war, dann berichtigen Sie dies. Warten Sie nicht, bis andere Sie dazu drängen.

4. Respektieren Sie andere und deren Meinung

Wenn Sie sich im Social Web bewegen, denken Sie immer daran, dass Ihre Zuhörer aus verschiedenen Gruppen bestehen, denen Sie auch im realen Leben mit Respekt und Höflichkeit begegnen würden. Dies können nicht nur Personen aus Ihrem privaten Umfeld sein, sondern auch ehemalige, aktuelle oder zukünftige Kunden, Mitarbeiter, Dienstleister oder Wettbe-

werber des ADAC. Sie sollten deshalb sicherstellen, dass Sie mit Ihren Äußerungen keinen Ihrer Zuhörer persönlich angreifen, nur weil diese Äußerungen nicht von Angesicht zu Angesicht stattfinden. Verzichten Sie im Zweifelsfall lieber auf Kommentare, die als persönliche Angriffe interpretiert werden könnten. Beachten Sie bei allen Äußerungen im Social Web die möglichen Folgen. Argumentieren Sie sachlich und zeigen Sie Ihren Zuhörern/Lesern gegenüber Respekt.

5. Sie sind verantwortlich für Ihre Inhalte

Egal, welche Art von Inhalt Sie auf einer Social Media-Plattform veröffentlichen, machen Sie sich immer bewusst, dass Sie letztendlich für diesen Inhalt verantwortlich sind. Ihre Online-Präsenz kann einen erheblichen Einfluss auf das Image des ADAC haben. Trennen Sie daher stets Ihre persönlichen Meinungen und Ansichten von denen des ADAC, um Missverständnisse zu vermeiden und die Integrität des ADAC zu wahren. Bedenken Sie, dass Informationen im Internet kaum wieder entfernt werden können. Was Sie veröffentlichen, wird lange Zeit mit Ihrem Namen verbunden bleiben. Zudem werden diese Inhalte sehr schnell an eine große Gruppe von Lesern verteilt. Auch die hohe Geschwindigkeit des Informationsaustausches birgt die Gefahr, unbeabsichtigt vertrauliche oder kritische Informationen preiszugeben. Lassen Sie aus diesem Grund besondere Vorsicht bei der Auswahl Ihrer Inhalte walten und überlegen Sie vorher, ob Ihnen das später einmal schaden könnte.

6. Beachten Sie geltendes Recht

Ein Verzicht auf Obszönitäten, Beleidigungen und Diskriminierungen oder anderweitig rechtswidrige Inhalte sollte selbstverständlich sein. Stellen Sie keine fremden Inhalte ohne entsprechende Urheberverweise ins Netz und beachten Sie Copyrights. Logos, Bilder und Texte sind überwiegend urheberrechtlich geschützt. Verwenden Sie diese nur mit ausdrücklicher Zustimmung der Rechteinhaber. Respektieren Sie das Recht von Dritten am eigenen Bild.

7. Sprechen Sie nicht im Namen des ADAC

Machen Sie bitte immer deutlich, dass Sie Ihre Meinung als Privatperson, nicht als offizieller Sprecher des Unternehmens äußern. Das ist Aufgabe der Abteilung Unternehmenskommunikation (UK). Sprechen Sie bitte stets in der Ich-Form. Für den Fall, dass Journalisten oder andere Personen über Social Media mit Ihnen Kontakt aufnehmen, um (Insider-)Informationen über den ADAC zu bekommen oder zu überprüfen, verweisen Sie diese bitte an die Abteilung Unternehmenskom-

munikation. Wie bei anderen Medien ist auch im Social Web die Darstellung des Unternehmens zu Marketing- und Imagezwecken ausschließlich den im Rahmen ihrer Arbeitsaufgaben mit diesen Themen betrauten Mitarbeitern überlassen. Bitte erstellen Sie keine entsprechenden Inhalte, wie beispielsweise Fanseiten.

8. Mit vertraulichen Informationen richtig umgehen

Gehen Sie mit unternehmensbezogenen Daten diskret um. Bearbeiten Sie dienstliche Belange immer innerhalb der ADAC Infrastruktur, insbesondere wenn es um vertrauliche Informationen oder personenbezogene Daten geht. Sollten Sie sich über das Internet organisieren, bedenken Sie bitte: Eine vermeintlich geschlossene Community ist nicht zwingend auch eine vertrauliche Community. Überlegen Sie sich gut, welche Bilder und Kommentare Sie hochladen. Stellen Sie sicher, dass die Einstellungen fremden Zugriff verhindern und dass keine unpassenden Inhalte eingestellt werden.

9. Fragen?

Bei Fragen rund um Social Media wenden Sie sich bitte an **compliance@wtb.adac.de**.