



SCHOTT Social Media Guidelines

Die wachsende Beliebtheit von Social-Media-Netzwerken ist auch für Unternehmen von großer Bedeutung. Nutzer sprechen im Internet über Firmen, diskutieren über neue Technologien und empfehlen Produkte oder eben nicht. Diese Plattformen stellen einen äußerst wirksamen Kommunikationskanal dar. Hierzu zählen beispielsweise die Portale Facebook, Twitter, Xing oder LinkedIn.

Social-Media-Engagement kann helfen, Trends frühzeitig zu erkennen, auf Kritik zu reagieren oder eigene Themen anzustoßen. Machen auch Sie sich vertraut mit den Plattformen, seien Sie neugierig, lernen Sie diese zu gebrauchen und Ihren persönlichen Nutzen aus ihnen zu ziehen. Mit ihrem Expertenwissen können Sie Diskussionen im Internet bereichern. Es ist daher im Interesse von SCHOTT, Ihr Engagement im Bereich Social-Media zu fördern. Allerdings stellen wir fest, dass es bei der Nutzung noch viele Unsicherheiten gibt. Um Sie über die Möglichkeiten und Risiken beruflicher Nutzung zu informieren, wurden die Social Media Guidelines aktualisiert.

Darf ich Social Media bei SCHOTT benutzen?

- Für betriebliche Zwecke, soweit dies zur Wahrnehmung unternehmensbezogener Aufgaben sinnvoll und notwendig ist, darf jeder SCHOTT-Mitarbeiter soziale Netzwerke während seiner Arbeitszeit und mit seinen Arbeitsmitteln nutzen. Entscheidend sind dabei der Bezug zum eigenen Arbeitsgebiet und der Nutzen für SCHOTT. Im Zweifelsfall ist dies vorab mit dem Vorgesetzten abzustimmen.
- Die private Nutzung sozialer Netzwerke ist – wie die Internet-Nutzung im Allgemeinen – während der Arbeitszeit nur in geringem Umfang gestattet.
- Bei der Nutzung sozialer Netzwerke gelten in jedem Fall der „Code of Conduct“ sowie die lokal gültigen Bestimmungen zum Datenschutz.
- In Deutschland gelten außerdem die Konzernrichtlinie „Nutzung der betrieblichen Telekommunikationsdienste“ und die „Regeln zum Datenschutz“. Diese finden Sie im Intranet.

Unterstützen Sie uns.

Mit Social-Media-Netzwerken sollten Sie sich aktiv beschäftigen und die Chancen, die sich für SCHOTT ergeben, analysieren und nutzen. Beteiligen Sie sich an und auf den für Ihren Arbeitsbereich relevanten Plattformen, Foren und Blogs. Fördern Sie den Dialog und fachlichen Austausch, um zukünftig Potentiale für SCHOTT und Ihren Bereich auszuschöpfen.

Sollten Sie Hilfe oder Tipps benötigen, können Sie sich gerne per Mail an uns wenden: dominik.schaefer@schott.com oder claudia.mueller@schott.com.



Dominik Schaefer, Marketing Communication
Claudia Müller, Human Resources

SCHOTT
glass made of ideas

Die 5 goldenen Regeln:

1. Reden ist Silber, Schweigen ist Gold

Viele lesen mit

Wollen Sie wirklich, dass jeder weiß, was in Ihrem Profil steht oder was in den Gruppen, denen Sie angehören, diskutiert wird? Dann achten Sie auf Ihre Privatsphäreinstellungen.

Sie sind nicht der Nutzer, sondern das Produkt

Persönliche Daten sind der Schlüssel zu Ihrem privaten Bereich. Gehen Sie sorgsam damit um, denn schließlich geben Sie auch nicht jedem Ihren Wohnungsschlüssel. Haben Sie sich schon mal gefragt, weshalb die meisten Netzwerk-Betreiber keine Gebühr für die Nutzung verlangen? Durch Werbung mit Ihren Daten verdienen die Netzbetreiber Geld, indem sie diese der werbenden Industrie zur Verfügung stellen.

Geben Sie nicht zu viel von SCHOTT preis

Reden Sie in Netzwerken nicht über Geschäfts- und Betriebsgeheimnisse, denn auch hier gilt die Verpflichtung, Ihnen anvertraute Informationen nicht an Dritte weiterzugeben.

SCHOTT-interne oder vertrauliche Informationen sind für soziale Netzwerke tabu! Stellen Sie sich daher immer die Frage: Würde ich diese Information auch an das schwarze Brett hängen?

Das Internet vergisst nicht

Was einmal ins Netz hochgeladen wurde, kann dort ewig im Umlauf bleiben, vervielfältigt werden und somit jederzeit wieder auftauchen. Was Sie also aus einer Laune heraus geschrieben oder hochgeladen haben, könnte morgen vielleicht peinlich sein oder sogar zu Problemen führen. Handeln Sie daher überlegt und nicht übereilt. Lesen Sie bei Unsicherheit in den genannten Richtlinien nach oder fragen Sie die für Social Media zuständigen Kollegen.

2. Respektieren Sie ihre Mitmenschen

Eine Frage des Anstands

Jeder sollte sich respektvoll gegenüber anderen verhalten. Diese Regel des Anstandes gilt auch im Social Web. Respektieren Sie sowohl Mitarbeiter, Kollegen und Geschäftspartner als auch alle anderen an Diskussionen beteiligten Personen. Rechtlich unzulässig sind dabei geschäfts- oder rufschädigende Äußerungen, Drohungen und Beleidigungen, falsche Tatsachenbehauptungen und Äußerungen, die den Betriebsfrieden gefährden und die weitere Zusammenarbeit mit Arbeitgeber, Kollegen und Geschäftspartnern erschweren.

Einverständnis vorausgesetzt

Veröffentlichen Sie nur Informationen von Dritten, wenn Sie deren Einverständnis zuvor eingeholt haben. Dies gilt insbesondere für Bilder, Videos und Texte, auch wenn diese online verfügbar sind und nicht speziell als urheberrechtlich geschützt gekennzeichnet sind. Folgende Fragen können bei der Entscheidung helfen: Veröffentliche ich eine Information, deren Urheber/Eigentümer ich gar nicht bin? Sind auf einem Foto oder Video Personen zu sehen, deren Einverständnis ich zuvor einholen muss?

3. Fehler sind menschlich

Sie haben einen Fehler gemacht? Zögern Sie nicht, diesen schnell und offen zuzugeben. Korrigieren Sie diesen und markieren Sie dabei, dass Sie etwas an Ihrem Beitrag verändert haben.

4. Man kann nicht nicht kommunizieren

Selbst wenn Sie als Privatperson soziale Netzwerke nutzen, können Ihre Aussagen auf Sie als SCHOTT-Mitarbeiter und damit Botschafter des Unternehmens zurückgeführt werden. Lassen Sie bei arbeitsrelevanten Beiträgen keine Zweifel über Ihre Person und Ihren Arbeitgeber, um kompetent und glaubwürdig zu erscheinen. Wenn Sie sich über Themen außerhalb Ihres Aufgabengebietes äußern, bringen Sie dies klar zum Ausdruck.

5. Schaffen Sie Wert. Keinen Spam.

Mehrwert ist mehr wert

Im Web sind viele Äußerungen über Unternehmen und deren Produkte bzw. Mitarbeiter zu finden. Achten Sie darauf, dass Ihre Einträge einen Mehrwert für Ihre Kollegen, Mitarbeiter, Partner und Kunden bieten. Schaffen Sie mit Ihren Beiträgen einen qualitativen Zusatznutzen; Spam gibt es bereits ausreichend im Netz.

Freiwillig statt unwillig

Lassen Sie sich nicht zu Aussagen provozieren, bei denen Sie sich nicht wohl fühlen. Ihre Teilnahme in sozialen Netzwerken ist freiwillig und Sie bestimmen den Inhalt und den Umfang Ihrer Äußerungen selbst!